

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Trabajo de fin de carrera titulado:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DEL EXTRACTO BOTÁNICO 100%
NATURAL SID AL ESTADO DE FLORIDA, ESTADOS UNIDOS DE
NORTEAMERICA**

Realizado por:

ANDREA CATALINA VITERI ALVAREZ

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

QUITO, DICIEMBRE DE 2011

DECLARACION JURAMENTADA

Yo, Andrea Catalina Viteri Álvarez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

Andrea Catalina Viteri Álvarez

CI: 171415488-5

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado
PLAN DE EXPORTACION DEL EXTRACTO BOTÁNICO 100% NATURAL SID
HACIA EL ESTADO DE FLORIDA, ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA

Realizado por el alumno
Andrea Catalina Viteri Álvarez

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

Ha sido dirigido por el profesor
Ing. Mgr. José Unda
Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

Ing. Mgr. José Unda
Director

Los profesores informantes, después de revisar el trabajo escrito presentado, lo han calificado como apto para su defensa oral ante el Tribunal Examinador.

Milton Jurado

Dr. En Administración

Ing. Mgr. Santiago Díaz Grijalva

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de grado es un esfuerzo conjunto de gente valiosa que me ha apoyado durante todo el trayecto.

En primer lugar a Dios y la Virgen Auxiliadora, por haberme escogido para formar parte de su reino, por caminar conmigo día a día y ser el eje fundamental de mi vida, sosteniéndome aún en los momento más difíciles.

A mis padres, que por su esfuerzo y trabajo me dieron la oportunidad de formarme como profesional pero sobretodo que con su ejemplo intachable me han formado como una persona ética y luchadora.

A mi esposo, que con su alegría y cariño me da fuerzas para seguir adelante y luchar por un hermoso futuro juntos.

Agradezco a mi director de Tesis, Ing. José Unda, gracias por su esfuerzo y guía, no solo en este trabajo sino durante toda mi carrera universitaria.

Al Ing. Diego Herrería, por su paciencia y ayuda.

Gracias a la Universidad Internacional SEK y a su cuerpo docente, quienes no solo me han inculcado los conocimientos necesarios para ser una profesional exitosa y sobresaliente, sino también un espíritu emprendedor que me ha animado a aventurarme en varios proyectos.

A todas las personas que de una u otra manera han participado en la realización de este trabajo de grado, no hubiese sido posible sin ustedes; y a todas aquellas que simplemente son la razón de mi vida.

Muchas Gracias, que Dios les bendiga.

DEDICATORIA

A mi madre, mi amiga incondicional, mi confidente, mi luz, mi vida, la mujer que más admiro, con su ejemplo y su infinito amor ha sabido guiarme, cuidarme, apoyarme, perdonarme, levantarme y sobretodo llenarme de alegría y satisfacciones.

A mi padre, luchador tenaz, que ha dedicado su vida entera a velar por su familia, él me ha enseñado que no es grande quien nunca tropieza sino quien se levanta con dignidad y que no hay nada más valioso que la propia integridad.

A mi esposo, quien ha llegado a mi vida para completar mi felicidad, su locura y su sonrisa llenan de alegría mi vida, en sus ojos veo la promesa de tener un compañero fiel para toda la vida.

A mi hermano Esteban, mi mejor amigo, el hombre más noble y bueno que conozco, las palabras no me alcanzan para expresar lo que significa para mi, simplemente para decir que sin él mi vida no tendría sentido.

A mi hermano Nicolás, paradójicamente nuestras diferencias me han dejado saber que se parece mucho a mí, juntos caminaremos hacia el éxito.

A mis abuelos, ejemplos de vida, de amor incondicional, ellos han sido los maestros que han sembrado en mí los más profundos valores de honestidad, rectitud y honor, no los defraudaré.

A toda mi familia, por ser la mejor del mundo.

A mis amigos y amigas, que han estado conmigo en todo momento, Majo, Maritza, que han sido las hermanas que nunca tuve; Paco, Rochis, con ustedes tengo 4 hermanos.

Y a ti mi ángel, que desde el cielo me acompañas, lloras conmigo en momentos de tristeza y ríes conmigo en momentos felices como este; en mi mente, en mis recuerdos y en mi corazón siempre estarás presente, ya nos volveremos a encontrar.

RESUMEN EJECTUVO

El presente trabajo de grado analiza a profundidad un proyecto emprendedor de exportación hacia el estado de Florida, Estados Unidos, del Extracto Botánico 100% Natural, un plaguicida, fungicida y abono que provee aminoácidos y micronutrientes a los cultivos, aportando innumerables beneficios tanto para el medio ambiente como para los suelos en los que se lo aplica y en la salud de los seres humanos.

Contempla este trabajo, un extenso estudio de factores macroeconómicos del país de destino, desde factores económicos hasta la cultura de negocios de los estadounidenses, de tal manera que se cuente con herramientas para lograr negociaciones exitosas ganar-ganar.

El mercado que este proyecto pretende atender es el sector agrícola orgánico de Estados Unidos, que se encuentra en franco crecimiento desde hace años atrás y que comprende un área inmensa de tierras cultivables, sin embargo, se puede también alcanzar a los productores tradicionales que en algún momento deberán adaptarse a las tendencias del mercado y empezar a producir naturalmente.

Se ha estudiado prolíjamente también todos y cada uno de los procesos y requerimientos para que la exportación llegue a feliz término, dentro de los plazos establecidos y sin complicaciones ni en el país de destino, mucho menos en el país de origen.

Los indicadores económicos que arrojó el proyecto son por demás alentadores, el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Índices de Liquidez, Índices de Endeudamiento, etc. dejan ver resultados que fácilmente superan a cualquier otra alternativa de inversión y que, los socios inversionistas verán recuperado su capital en cortísimo plazo y lo que es más, la utilidad que se obtendrá es atractiva como la que más.

EXECUTIVE SUMMARY

The current thesis deeply analyzes an entrepreneurial project for export to the estate of Florida, United States, of the 100% Natural Botanical Extract SID, a pesticide, fungicide and fertilizer that provides aminoacids and micronutrients to crops, providing numerous benefits for both, the environment and the soil in which it is applied and also for human health.

This work contemplates an extensive study of macroeconomic factors of the destination country, from economic factors to the culture of American business, so they can be useful for the international negotiator in order to achieve successful agreements.

The market this Project seeks to attend is the organic agricultural sector of the United States, that for years has been clearly growing and that is conformed by a vast area of arable lands. However, it can also reach traditional farmers that should adapt to markets trends and begin producing naturally.

Each and every one of the processes and requirements for a successful exportation, within time limits and avoiding complications in the destination country, much less in the origin country, have also been neatly studied.

The Economic rates and indicators of the Project are far too encouraging, the Net Present Value, Internal Rate of Return, Liquidity Ratios, Leverage Ratios and so on, reveal results that easily outperform those of other alternative investment, and that the partners will recover their capital in a very short term, and what is more, the utility obtained is attractive as no other.

INDICE GENERAL

DECLARACION JURAMENTADA	iii
DECLARATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECTIVO	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
INDICE GENERAL	ix
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRÁFICOS	xiv
INDICE DE ANEXOS	xv
CAPITULO I	1
PLAN DE TESIS	1
1.1. TEMA DE TESIS	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3. FORMULACION DEL OBJETIVO GENERAL	3
1.4. FORMULACION DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	4
1.6. MARCO TEORICO	5
1.6.1. Extracto botánico 100% natural SID	5
1.6.2. El comercio y sus orígenes	6
1.6.3. Negocios internacionales	6
1.6.4. Diferencias administrativas de un negocio local y uno internacional	7
1.6.5. Aspectos básicos a considerar para la internacionalización	8
1.6.6. Métodos de penetración de mercados internacionales	11
1.6.7. Incoterms	15
1.6.8. Planificación y plan de exportación	20
1.7. MARCO CONCEPTUAL	21
1.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACION	26
1.9. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	27
1.10. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION Y ALCANCE	27
1.10.1 Delimitación temporal	27
1.10.2. Delimitación geográfica	27
1.11. METODOLOGIA Y FUENTES DE DATOS	28
1.11.1. Fuentes primarias	28
1.11.2. Fuentes secundarias	29
1.12. TEMARIO PRELIMINAR	30
1.13. BIBLIOGRAFIA PRELIMINAR	33
1.14. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO	34

CAPITULO II.....	36
ANTECEDENTES	36
2.1. INTRODUCCION.....	36
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	37
2.2.1. Características.....	37
2.2.2. Componentes	38
2.2.3. Beneficios	38
2.2.4. Usos	39
2.2.5. Especificaciones técnicas	42
2.3. VENTAJA COMPETITIVA	43
2.4. PROVEEDORES	44
2.5. PATENTE	45
2.6. REGISTRO SANITARIO	47
CAPITULO III	56
ANALISIS SITUACIONAL EXTERNO	56
3.1. CONTEXTO GEOGRAFICO	57
3.2. CONTEXTO POLITICO Y ECONOMICO	58
3.2.1. Situación política	58
3.2.2. Situación económica.....	60
3.3. CONTEXTO DEMOGRAFICO	75
3.3.1. Características de la población: una historia de migración	75
3.3.2. Tamaño y distribución de la población.....	78
3.3.3. Proyección del crecimiento poblacional	81
3.4. CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL	82
3.4.1. Las artes y cultura estadounidense	82
3.4.2. Cultura de negocios	86
3.4.3. Las dimensiones culturales de Geert Hofstede	87
3.5. CONTEXTO LEGAL Y NORMATIVO	89
3.5.1. Preferencias arancelarias	89
3.5.2. Barreras arancelarias.....	91
3.5.3. Barreras no arancelarias	93
CAPITULO IV.....	97
ESTUDIO DE MERCADO	97
4.1. DETERMINACION DEL MERCADO POTENCIAL (SECTOR AGRICOLA DE FLORIDA)	97
4.1.1. Caracterización del mercado potencial.....	97
4.1.2. Producción agrícola	98
4.1.3. Cuantificación del mercado potencial	100
4.2. ANALISIS DE LA OFERTA.....	103
4.2.1. Oferta mundial	103
4.2.2. Oferta del Ecuador hacia el mundo	104
4.2.3. Oferta de SID.....	105
4.3. ANALISIS DE LA DEMANDA	107
4.3.1. Demanda mundial	107
4.3.2. Tendencia de la demanda	109
4.3.3. Demanda de SID.....	110
4.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA	111
4.4.1. Competencia directa	111

4.4.2. Competencia indirecta	115
CAPITULO V	117
PLAN OPERATIVO	117
5.1. ELEMENTOS DE LA MEZCLA DE MARKETING	117
5.1.1. Producto.....	117
5.1.2. Plaza	117
5.1.3. Precio	118
5.1.4. Promoción.....	119
5.2. PROCESOS OPERATIVOS DE EXPORTACION.....	120
5.2.1. Requisitos previos a la exportación	120
5.2.2. Requisitos específicos de entrada a Estados Unidos	121
5.2.3. Acuerdos previos con el importador.....	122
5.2.4. Factura comercial	127
5.2.5. Envase y embalaje	128
5.2.6. Etiquetado.....	129
5.2.7. Proceso de salida – Ecuador	131
5.3. ENTRADA DEL PRODUCTO A ESTADOS UNIDOS	134
CAPITULO VI.....	137
ESTUDIO ECONÓMICO	137
6.1. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	137
6.2. INVERSIÓN INICIAL.....	139
6.3. ROL DE PAGOS.....	143
6.4. DESGLOSE DE COSTOS Y PRECIO DE VENTA	144
6.5. PLAN DE VENTAS.....	146
6.6. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	147
6.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	148
6.8. FLUJO DE CAJA.....	149
6.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	150
6.10. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	151
6.11. VALOR ACTUAL NETO	152
6.12. TASA INTERNA DE RETORNO	153
6.13. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	155
6.14. ÍNDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	156
CAPITULO VII	159
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	159
7.1. CONCLUSIONES	159
7.2. RECOMENDACIONES	161
BIBLIOGRAFIA	164
GLOSARIO DE TÉRMINOS	167
ANEXOS	169

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. 1: INCOTERMS Y SU CLASIFICACIÓN	16
TABLA 1. 2: CRONOGRAMA.....	34
TABLA 1. 3: PRESUPUESTO	35
TABLA 2.1: ANÁLISIS QUÍMICO – EXTRACTO BOTÁNICO 100% NATURAL SID.....	38
TABLA 2.2: PRINCIPALES ENFERMEDADES COMBATIDAS POR EL EXTRACTO SID	41
TABLA 2.3: PRINCIPALES PLAGAS COMBATIDAS POR EL EXTRACTO SID	42
TABLA 3.1: PRODUCTO INTERNO BRUTO ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010.....	68
TABLA 3. 2: INFLACION ESTADOS UNIDOS 2007 A 2010	70
TABLA 3. 3: TASA DE DESEMPLEO ESTADOS UNIDOS 2004 A 2010	71
TABLA 3. 4: BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010.....	73
TABLA 3.5: BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR – EEUU	74
TABLA 3.6: BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR – EEUU	74
TABLA 3.7: DISTRIBUCION POBLACIONAL POR GRUPO ETNICO	78
TABLA 3.8: PREFERENCIA ARANCELARIA PARA SID EXTRACTO BOTANICO	91
TABLA 3.9: PREFERENCIA ARANCELARIA PARA SID EXTRACTO BOTANICO	93
TABLA 4.1: CÁLCULO DEL ÁREA DE TIERRA CULTIVABLE EN FLORIDA.....	101
TABLA 4.2: CÁLCULO DE LA SUPERFICIE AGRÍCOLA ORGÁNICA DE FLORIDA.....	102
TABLA 4.3: PRINCIPALES EXPORTADORES DE LA SUB PARTIDA ARANCELARIA 310590	103
TABLA 4.4: LISTA DE LOS MERCADOS IMPORTADORES PARA UN PRODUCTO EXPORTADO POR ECUADOR EN 2010.....	104
TABLA 4.5: PRINCIPIALES IMPORTADORES DE LA SUB PARTIDA ARANCELARIA 310590	108
TABLA 4.6: TENDENCIA DE LA DEMANDA DE LA SUB PARTIDA 310590 EN ESTADOS UNIDOS	109
TABLA 4.7: LISTA DE LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR E.E.U.U. EN 2010.....	112
TABLA 4.8: LISTA DE LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR E.E.U.U. EN 2010 (PRODUCTOS DEL CAPÍTULO 31)	116
TABLA 6.1: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	137
TABLA 6.2: INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	139
TABLA 6.3: INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS.....	140
TABLA 6.4: CAPITAL PREOPERATIVO	141
TABLA 6.5: INVERSIÓN TOTAL	142
TABLA 6.6: ROL DE PAGOS	143

TABLA 6.7: DESGLOSE DE COSTOS Y PRECIO DE VENTA (CIF).....	144
TABLA 6.8: PLAN DE VENTAS	146
TABLA 6.9: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	147
TABLA 6.10: BALANCE GENERAL	148
TABLA 6.11: FLUJO DE CAJA	149
TABLA 6.12: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	150
TABLA 6.13: PUNTO DE EQUILIBRIO	151
TABLA 6.14: CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO	152
TABLA 6.15: CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	153
TABLA 6.16: CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	155
TABLA 6.17: INDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	156

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1: EVOLUCION PRODUCTO INTERNO BRUTO ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010.....	69
GRÁFICO 3.2: INFLACION ESTADOS UNIDOS 2007 A 2009	70
GRÁFICO 3.3: TASA DE DESEMPLEO ESTADOS UNIDOS 2004 A 2010	72
GRÁFICO 3.4: BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010	73
GRÁFICO 3.5: DISTRIBUCION POR GRUPO ETNICO	79
GRÁFICO 3.6: DISTRIBUCION POR EDAD	79
GRÁFICO 3.7: DISTRIBUCION POBLACIONAL POR SEXO	80
GRÁFICO 3.8: ESTIMADOS Y PROYECCIONES POBLACIONALES: 1950 A 2050	82
GRÁFICO 3.9: DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE PARA ESTADOS UNIDOS	88
GRÁFICO 4.1: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE SID EXTRACTO BOTÁNICO 100% NATURAL.....	106

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. SOLICITUD DE PATENTE IEPI.....	169
ANEXO 2. PRODUCTO INTERNO BRUTO POR ESTADO / ESTADOS UNIDOS	172
ANEXO 3. REQUISITOS ESPECIFICOS PARA LA EXPORTACION	174
ANEXO 4. CERTIFICADOS SANITARIOS (EXIGIDOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS)	175
ANEXO 5. FORMULARIO DE REGISTRO EN LA FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA).....	176
ANEXO 6. MODELO DE PROFORMA.....	177
ANEXO 7. FORMATO CERTIFICADO DE ORIGEN.....	178
ANEXO 8. ORDEN DE EMBARQUE.....	181
ANEXO 9. DECLARACION ADUANERA UNICA	182
ANEXO 10. FLUJO DE PROCESO DE UNA EXPORTACION.....	183
ANEXO 11. COTIZACION ENVASES.....	184
ANEXO 12. COTIZACION ETIQUETAS	185
ANEXO 13. COTIZACION CAJAS	186

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

1.1. TEMA DE TESIS

Plan de exportación del extracto botánico 100% natural SID hacia el estado de Florida, Estados Unidos de Norteamérica.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existen en el planeta más de 1 millón de especies conocidas de insectos, 10.000 de las cuales se alimentan de cultivos y de ellas, aproximadamente 700 especies causan el mayor daño a los sembríos de la humanidad¹. Para contrarrestar tales efectos, además de los similares causados por hongos y mohos, los seres humanos han desarrollado compuestos químicos llamados insecticidas y fungicidas, cuya función es, básicamente, matar a la plaga dañina, o prevenir su ataque, protegiendo de esta manera a los cultivos.

Desafortunadamente, el potencial de dichos compuestos de ser nocivos para la salud es bastante alto. A lo largo de la historia de la humanidad se ha dado casos de epidemias de envenenamiento por el consumo de productos tratados con algún tipo de insecticida o fungicida.

¹ www.ipmworld.umn.net

Por otra parte, los aminoácidos solucionan problemas de fertilización o del normal funcionamiento biosintético de las plantas; cumplen una función nutricional además de ayudar en el transporte de microelementos. Un elevado contenido de aminoácidos mejora el calibre y la coloración de los frutos².

Finalmente, los micronutrientes actúan como activadores de enzimas esenciales para la vida vegetal, aumentan la productividad del cultivo, son vitales para el crecimiento reproductivo de la planta, entre otras propiedades³.

Tanto la peligrosidad de los insecticidas y fungicidas químicos para la salud humana, como las innumerables ventajas que proporcionan los micronutrientes y aminoácidos a los cultivos y, la imperiosa necesidad de aplicarlos para obtener óptimos resultados, derivan en la invención de nuevas alternativas, que potencien los beneficios y reduzcan, si no desaparezcan, los riesgos, lo cual, combinado con el anhelo cada vez mayor de disminuir los impactos ocasionados al medio ambiente, han generado productos naturales, es decir, que su contenido de elementos químicos y posiblemente tóxicos sea nulo. Además, la tendencia creciente de las personas a preocuparse por su salud, las lleva a preferir alimentos en cuya obtención no intervengan elementos que puedan tener impactos adversos para sí mismo.

Surge entonces la iniciativa de producir un extracto botánico que brinde estas bondades, directamente a los cultivos e indirectamente a las personas y compartirlas a nivel internacional.

Para tal efecto se ha decidido elaborar el presente documento, en donde se plasmarán todas las características y el desarrollo del plan exportador, que constituye una herramienta que

² www.econatur.net

³ www.ipni.net

ayude a posibles inversores a tomar una decisión fundamentada que asegure el rendimiento de su capital en este proceso de expansión internacional.

1.3. FORMULACION DEL OBJETIVO GENERAL

Mediante la elaboración del actual plan de exportación se pretende alcanzar el siguiente objetivo general:

- Desarrollar un Plan de Exportación para el extracto botánico 100% natural SID hacia el estado de Florida, Estados Unidos de Norteamérica.

1.4. FORMULACION DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los objetivos específicos que se pretende alcanzar son los siguientes:

- Detallar las características, bondades, ventajas y especificidades técnicas del producto Extracto Botánico – Insecticida, Fungicida, Aminoácidos, Micronutrientes.
- Estudiar los factores macro ambientales que pueden tener un impacto positivo o negativo para el negocio.
- Conocer los factores micro ambientales que pueden tener un impacto positivo o negativo para el negocio, así como las diferentes opciones que se puede escoger para el desarrollo del mismo.

- Determinar las opciones, cada uno de los elementos que intervendrán en el plan de acción.
- Obtener los índices financieros que permitan determinar la rentabilidad del negocio.

1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

El escenario siempre cambiante y cada vez más exigente en el que se ha convertido el planeta, ha obligado a las empresas no solo a perfeccionar y optimizar sus procesos y gestiones, sino además, a la ampliación y diversificación de la gama de productos o servicios ofrecidos, así como a la búsqueda de nuevos y mayores mercados, entre los cuales, los internacionales presentan un gran atractivo. En muchas ocasiones, esta ha pasado de ser una opción para la consecución de mayores ingresos a, prácticamente, una ineludible obligación cuando de asegurar la supervivencia de la empresa se trata. Es así que, una gran parte del éxito dependerá del acertado análisis y desarrollo de las estrategias que deriven en la consecución de este objetivo.

En vista de estos antecedentes, el presente trabajo de grado tiene una Justificación Práctica, orientada a solucionar un problema real de una empresa, que consiste en la internacionalización de su producto mediante la exportación directa, otorgando las herramientas necesarias que permitan a la compañía conocer las características de un mercado extranjero y desarrollar un plan de exportación que incremente las probabilidades de éxito del producto en un mercado foráneo.

Los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Negocios Internacionales, permiten tener la certeza de que la exportación directa constituye un método de penetración de mercados internacionales apropiado para este negocio en específico, dado las

características de la empresa, por las razones mencionadas en el Marco Teórico de este documento.

1.6. MARCO TEORICO

1.6.1. Extracto botánico 100% natural SID

El producto que está siendo objeto de estudio en el presente trabajo de grado, es un extracto natural estable, hecho con plantas medicinales para el control de plagas, enfermedades y deficiencias nutricionales de las plantas.

Sus principales propiedades son las de insecticida y fungicida, además de proveedor de aminoácidos y micronutrientes, elementos indispensables para el correcto crecimiento de las plantas.

Todos los componentes con los que se obtiene el producto son naturales. El producto cuenta ya con una certificación de ser un producto natural, es decir, que no utiliza ningún tipo de hormonas ni elementos químicos que puedan actuar como fertilizantes, fungicidas o plaguicidas. Hace falta, sin embargo, la obtención de una certificación internacional para que pueda ser comercializado como producto “orgánico” y aprovechar todas las ventajas que este hecho implica.

Un análisis mucho más detallado acerca del producto, sus características, beneficios, usos, etc. se desarrollará en el capítulo 2 del presente trabajo de grado.

1.6.2. El comercio y sus orígenes

El comercio existe desde tiempos ancestrales, cuando el hombre se dedicaba a la caza y la agricultura como medios de supervivencia. En aquellos tiempos, cuando el ser humano empezaba a organizarse en familia y, las familias en sociedades, buscando incluso sistemas de gobernar dichas comunidades; en esos tiempos, cuando estas estructuras y los métodos para obtener las bondades de la tierra mejoraban y proporcionaban un excedente, el intercambio empezó a aparecer, como medio para satisfacer las necesidades crecientes de las personas, que buscaban incorporar nuevos alimentos a su dieta y su vida.

Aparecía de esta manera el trueque, es decir, el intercambio de productos por productos, sin intervención del dinero. No obstante, una forma de comercio, el cual con el paso de los tiempos, ha evolucionado hasta sus formas más complejas como es el comercio internacional y que, hoy por hoy, constituyen bases fundamentales para las economías mundiales y una forma de vida para las sociedades, empresas y personas, quienes cada vez se conforman menos con ser simples espectadores de tan maravilloso sistema, sino que han pasado a convertirse en protagonistas a través de medios como el comercio electrónico.

1.6.3. Negocios internacionales

Un Negocio Internacional se refiere a “cualquier empresa que participa en el comercio o la inversión internacional”⁴. Otro concepto lo define como “las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países”⁵, añadiendo además, la composición de los mismos en Comercio Exterior y Comercio Internacional. El comercio exterior se refiere a la legislación y regulaciones que rigen en cada país con respecto al intercambio de bienes y servicios internacionalmente. El comercio internacional, por otro lado, se enfoca en las operaciones que son necesarias para que existan los negocios internacionales, entre

⁴ C. Hill, 1995, **Negocios Internacionales: Competencia en un Mercado Global**, p. 28

⁵ www.gestiopolis.com

las cuales podemos contar a las importaciones, exportaciones, inversión extranjera, financiación y marketing internacional y operaciones comerciales.

Sin embargo, y tomando como base nuevamente lo que nos dice Charles Hill en su obra Negocios Internacionales, no es necesario que ocurra cada una de las antes mencionadas actividades para que exista el comercio internacional. Una empresa no necesita ser una multinacional, con inversión directa en otro país para ser partícipe de los negocios internacionales. Basta con que una firma tenga operaciones de importación o exportación para que conste entre las que realizan este tipo de negocios.

1.6.4. Diferencias administrativas de un negocio local y uno internacional

Como es de suponer, existen varias diferencias que se deben tomar en cuenta, entre administrar un negocio local y uno internacional: primeramente, los países son muy distintos entre sí. Entre dichas diferencias podemos mencionar a la cultura, los sistemas políticos, la legislación, los niveles de desarrollo económico, etc., factores que pueden marcar una gran diferencia a la hora de hacer negocios. Es aquí donde interviene la astucia, la preparación y la experiencia de un gerente internacional, ya que es preciso que, además de ser conscientes de estas diferencias, tengan la “capacidad para adoptar políticas y estrategias apropiadas para resolverlas”⁶.

La gama de problemas con los que tiene que lidiar un administrador internacional es mucho más amplia que aquella que enfrenta un gerente nacional, debiendo además añadirle una mayor dosis de complejidad a los primeros. Empezando por la elección del mercado extranjero que resulta más conveniente de penetrar, así como la manera de lograrlo, la decisión es totalmente trascendental para la internacionalización del negocio y su posterior seguimiento y control.

⁶ C. Hill, Op cit, p. 28

Así mismo, un administrador internacional debe tener en cuenta que las transacciones internacionales implican una conversión monetaria por el tipo de cambio y debe ser acertado en las políticas que adopte para tratar con las mismas.

Finalmente, para dirigir un negocio internacional, es necesario entender el sistema y las restricciones gubernamentales referentes al comercio e inversión extranjera y encontrar las maneras para trabajar dentro de estos límites.

Como podemos ver, son varias las diferencias entre gerenciar un negocio nacional y uno internacional, las cuales merecen toda la atención y prolíjidad de parte de los administradores, quienes tienen a su disposición varios instrumentos que les ayudan a sortear las amenazas y aprovechar las oportunidades que un negocio internacional genera.

1.6.5. Aspectos básicos a considerar para la internacionalización

Toda empresa que esté contemplando su internacionalización, debe enfrentarse, en primer lugar a tres grandes e importantes decisiones: *que mercado penetrar, cuando hacerlo y a que escala*.

En el mundo existe una gran cantidad de países, cada uno con diferentes características que podrían resultar atractivas o perjudiciales a la hora de tenerlos en cuenta como un posible mercado extranjero. En definitiva, lo que se debe evaluar para tomar la decisión final es el “potencial de ganancia a largo plazo del país en cuestión⁷”. Dicho potencial es determinado por un conjunto de factores, como son los económicos y políticos.

⁷ C. Hill, Op cit, p. 480

Económicamente, los beneficios a largo plazo en un país dependen del tamaño demográfico del mismo, el poder adquisitivo actual de sus habitantes y su probable riqueza futura; la interacción de estos tres factores maximiza las posibles ganancias en esa nación, un país puede física y demográficamente ser muy grande, pero si los consumidores tienen un escaso poder adquisitivo, el tamaño del mercado se vería reducido.

Por otro lado, las naciones desarrolladas y políticamente estables, presentan menores costos y riesgos en las negociaciones que un país poco avanzado y con un ambiente político inestable.

En este sentido, un mercado extranjero será más atractivo cuando el “balance de los beneficios, costos y riesgos⁸” de hacer negocios en tal país arrojen un saldo favorable.

Hasta este punto, parece bastante fácil tomar una decisión acerca del mercado al que se ingresará. Sin embargo, la situación se torna un tanto complicada cuando se considera que el potencial beneficio a largo plazo poco tiene que ver con el *actual* nivel de desarrollo económico y estabilidad política de un país, sino más bien, que dependen de las probables tasas *futuras* de crecimiento económico, que es el resultado de la combinación de un sistema de libre mercado y la capacidad de crecimiento del mismo. “Esto lleva a la conclusión de que, en igualdad de circunstancias, el balance costo-beneficio-riesgo es propenso a ser más favorable en las naciones desarrolladas y en las que están en vías de desarrollo políticamente estables, que cuentan con un sistema de libre mercado y en las que no hay una elevación drástica en las tasas de inflación o en la deuda del sector privado. El balance es propenso a ser menos favorable en las naciones en vías de desarrollo y políticamente inestables que operan con una economía mixta o dirigida, o en las naciones en vías de desarrollo en las que las burbujas financieras especulativas han conducido a una solicitud excesiva de préstamos⁹”.

⁸ C. Hill, Op cit, p. 480

⁹ Ibid, p. 481

El valor que la empresa pueda generar para el país extranjero debe igualmente, ser de vital importancia a la hora de tomar la decisión. Siempre resultará más atractivo un mercado que carezca de un producto similar al que la empresa se dispone a ofertar y en el cual, dicho producto, satisfaga una necesidad que no había sido tomada en cuenta hasta entonces ya que estos factores se traducen en un mayor precio de venta o, en su defecto, mayor volumen de ventas.

Además de los anteriores, se debe considerar otros factores como son la cultura, religión, costumbres y tradiciones de los habitantes del país al que se quiere ingresar, especialmente debido a factores como la adaptabilidad y sensibilización del producto. Un mercado con consumidores excesivamente diferentes a los locales, puede resultar poco atractivo ya que demandará un gran esfuerzo de adaptación del producto, lo cual se traduce en costos más elevados para la empresa.

Una segunda interrogante para una firma que busca la internacionalización es *el momento de penetración*, la cual se considera temprana cuando se ingresa en el mercado foráneo antes que otras empresas extranjeras lo hagan, pudiendo, por derecho de prioridad, apropiarse del mercado y establecer un fuerte nombre de marca; así como un volumen de ventas que le permita descender por la curva de experiencia¹⁰; además de la capacidad de crear costos cambiantes¹¹. Todas estas oportunidades se presentan para las empresas que incursionan de manera temprana en el mercado extranjero, es decir, se benefician de las ventajas del primero en actuar, en contraposición con las desventajas relacionadas con los costos pioneros, que un participante tardío perfectamente puede evitar. Estos tienen que ver con los fracasos a los que se expone la primera firma en entrar, si el mercado que penetra tiene un sistema de negocios totalmente diferente al local y debe invertir recursos y esfuerzo para aprender las reglas de juego, e incluso corre el riesgo de fracasar si comete errores importantes.

Por último, se debe considerar la escala de entrada al mercado internacional, hacerlo en una escala significativa implica un compromiso estratégico: una “decisión a largo plazo y

¹⁰ Reducción sistemática de costos en la producción que ocurre a lo largo de la vida de un producto.

¹¹ Los costos que tiene que realizar el comprador al cambiar de un proveedor a otro.

difícilmente reversible¹²”, que permitirá a la empresa atraer clientes ya que ellos tendrán la seguridad de que la firma llegó para quedarse y, hacer que los competidores potenciales piensen varias veces antes de entrar en ese mercado y tener que enfrentarse a una competencia grande, jugando a su favor las probabilidades de poder aprovechar las ventajas del primero en actuar. Sin embargo, estimulará a los competidores ya existentes a dar una respuesta igualmente agresiva y dispondrá de menores recursos para su internacionalización en otros países. En cambio, una firma que ingresa al mercado extranjero en una pequeña escala, puede reunir información sobre el mercado en el que está incursionando y aprender de él antes de comprometer mayores recursos, reduciendo los riesgos que involucra una entrada a mayor nivel, pero reduciendo así mismo, la oportunidad de beneficiarse de las ventajas del primero en actuar.

1.6.6. Métodos de penetración de mercados internacionales

Una vez tomadas estas decisiones trascendentales, se debe elegir la mejor forma de penetración al mercado internacional, entre las cuales se cuenta con:

- Exportación: De la cual contamos dos maneras, directa e indirecta. A través de la exportación directa la empresa le vende a otro país, siendo esta la mejor manera de dar el primer paso internacional al reducir los riesgos de una pérdida financiera. En la exportación indirecta en cambio, la empresa le vende a un comprador en el país de origen para que a su vez exporte el producto¹³. Mediante la exportación se logra una minimización sustancial de los costos de fabricación en el país extranjero. Además se facilita el logro de economías de localización¹⁴ basadas en la curva de experiencia, generando la posibilidad de construir economías de escala. Sin embargo, esto no es posible si el país de origen, del cual se planea realizar la

¹² C. Hill, Op cit, p. 483

¹³ P. Cateora, 2001, **Marketing Internacional**, p. 371

¹⁴ Aquellas que surgen a partir del desempeño de una actividad relativa a la creación de valor, en la ubicación optima para dicha actividad, en donde sea que se encuentre. Establecer una actividad de creación de valor en la ubicación óptima para tal actividad puede tener uno o dos efectos. Puede reducir los costos de la creación de valor y ayudar a que la firma alcance una posición de bajo costo y/o puede permitir que la empresa diferencie la oferta de su producto de la de sus competidores.

exportación, no cuenta con todos los factores que faciliten la creación de valor, situación en la cual, se debería considerar el desplazamiento de la fabricación a un país que brinde una economía de localización. Otro factor a considerar cuando se exporta es el costo elevado del transporte internacional, lo cual se puede contrarrestar al fabricar los productos por regiones. Igualmente, la rentabilidad que deje la exportación se puede ver mermada por las barreras arancelarias existentes en cada país.

- Proyectos “llave en mano”: En donde el contratista entrega cada detalle del proyecto a la empresa extranjera, entregándole una planta totalmente lista para iniciar operaciones. El conocimiento que el contratista imparte al personal mediante un entrenamiento previo constituye indudablemente un activo inestimable y permite obtener grandes rendimientos a partir del mismo. Para la firma que actúa como contratista, existe el riesgo de estar inadvertidamente creando competidores potenciales para sí mismo si posteriormente quiere entrar en ese mercado, o transfiriendo una ventaja competitiva a través de su conocimiento y procesos, además limita su presencia a largo plazo en el país extranjero de no decidir entrar en este a nombre propio. Esta forma de penetración es común en industrias como la química, farmacéutica, de refinamiento de petróleo y de metales.
- Licenciamiento: La concesión de licencias es particularmente beneficioso para aquellas firmas que quieren internacionalizarse pero no cuentan con el capital necesario para dicho efecto, o no es su deseo invertir una gran cantidad de recursos en un mercado desconocido, evitándose los costos y riesgos de una apertura en un mercado extranjero. Bajo este formato, el licenciador “concede los derechos de cierta propiedad intangible a otra entidad (el licenciatario) durante un período específico, a cambio de una regalía¹⁵. La propiedad intangible incluye patentes, invenciones, fórmulas, procesos, diseños, copyrights¹⁶ y marcas registradas”¹⁷.

¹⁵ Cantidad que ha de pagarse por el uso de una propiedad industrial, patente, marca, etc., registrada a nombre de otro.

¹⁶ Forma de protección legal que otorga a las personas que crean y producen contenido derechos exclusivos para controlar determinados usos de ese contenido

¹⁷ C. Hill, Op cit, p. 488

Muchas empresas adoptan esta estrategia cuando su objetivo son países que imponen barreras de inversión y que de otro modo, no podrían penetrar¹⁸. Del lado negativo, un otorgamiento de licencias limita el control del licenciador sobre la fabricación, marketing y estrategias. Además, no se puede contar con los recursos de un licenciatario para apoyar a otro que este en aprietos, como muchas veces es necesario si se quiere competir globalmente. Al transferir a una empresa extranjera la ventaja competitiva que constituye el conocimiento tecnológico, en su momento, esta firma puede incursionar en el mercado del licenciador, habiendo creado este su propia competencia. Este riesgo puede ser disminuido mediante un acuerdo de licenciamiento cruzado¹⁹ que consiste en, además de la regalía, solicitar una licencia sobre la propiedad intangible del socio extranjero o establecer un joint venture en el que ambos participantes tengan interés sobre el capital.

- Joint venture: En la cual la dirección de una nueva firma se comparte entre dos o más empresas independientes. La compañía local, como es obvio, cuenta con un extenso conocimiento de la cultura, idioma, condiciones competitivas, sistemas políticos y de negocios de su país, lo cual es una ventaja para la compañía a la cual se unirá para formar el joint venture; también podrán compartir los costos de desarrollo y riesgos de apertura del mercado; adicionalmente, como en el método anterior, esta es una de las formas de ingresar a un país en el que las presiones políticas son elevadas y existen muchas restricciones. Pese a estas ventajas, la empresa corre el riesgo de perder el control sobre la tecnología, las operaciones de producción y el marketing²⁰ además de limitar el control sobre las subsidiarias que podría necesitar.
- Franquiciamiento: Es otra forma de acuerdo contractual en la cual el franquiciador entrega un paquete de productos, sistemas y servicios administrativos, y el franquiciatario proporciona los conocimientos sobre el mercado, el capital y su involucramiento en la administración, teniendo que atender estrictas reglas a este

¹⁸ P. Cateora, Op cit, p. 358

¹⁹ C. Hill, Op cit, p. 489

²⁰ P. Cateora, Op cit, p. 359

respecto²¹. Las ventajas de este sistema son muy parecidas a las del otorgamiento de licencias, traslada los costos y riesgos de apertura de un mercado al franquiciatario, convirtiéndose en una poderosa herramienta si se desea tener presencia global rápidamente. Los inconvenientes que se presentan en un licenciamiento, son reducidos en el formato de las franquicias, que al ser mayormente de servicios, no tienen que preocuparse de encontrar lugares óptimos de producción para lograr economías de localización.

- Subsidiarias con propiedad absoluta: Es el método más costoso de entrar a un mercado extranjero, en la cual la firma invierte el 100% del capital, debiendo asumir todos los riesgos y costos del establecimiento de operaciones, pero ganando control absoluto sobre las operaciones necesarias en diversos países para lograr una estrategia global; protegiendo su ventaja competitiva y pudiendo establecer economías de localización o basadas en la curva de experiencia²².
- Internet: Inicialmente enfocado a las ventas domésticas, hoy en día constituye una de las más poderosas formas de vender internacionalmente. Mediante los catálogos o las tiendas virtuales, una empresa de cualquier país puede recibir pedidos de prácticamente cualquier lugar del mundo.

Estas son las maneras más comunes de penetración de mercados extranjeros, cada una con sus pros y sus contras, que deben ser detenidamente analizadas antes de tomar una decisión que lleve a la internacionalización de un negocio.

El método elegido para dar a SID, extracto botánico 100% natural, una presencia internacional es la exportación directa, para lo cual, el diseño de un plan de exportación viene a constituir una poderosa herramienta para la consecución de dicho objetivo.

²¹ Ibid, p. 373

²² C. Hill, Op cit, p. 494

1.6.7. Incoterms

Un negocio internacional queda plenamente formalizado con la firma de un contrato de compra venta internacional – al igual que la mayor parte de transacciones comerciales -. Por tal motivo, es indispensable que en este queden plasmados y perfectamente definidos todos y cada uno de los detalles de la transacción. Uno de los asuntos que había causado más inconvenientes, era la definición de los límites de las responsabilidades y gastos, tanto de la parte importadora como de la exportadora. En virtud de estos dilemas, se crearon los INCOTERMS, conjunto de expresiones que resumen los usos y costumbres comerciales²³.

La Cámara Internacional de Comercio es el organismo internacional encargado de dictar y actualizar según las necesidades actuales los términos de negociación internacional Incoterms. En el año 2010 se ha hecho una actualización en función del comercio internacional actual. Con esta reforma, los Incoterms se han reducido de trece a once y se dividen ahora en dos grupos, uno para los términos multimodales y otro para los términos para transporte marítimo únicamente²⁴, en lugar de los cuatro grupos en que se dividían antes. Así mismo, se ha eliminado los siguientes Incoterms que se usaron desde el año 2000 y que, según Luis Patricio Estrada en su libro “Cómo hacer importaciones”, se definen de la siguiente manera:

- *DAF / DELIVERED AT FRONTIER / ENTREGADA EN FRONTERA*: Con este término, el vendedor realiza la entrega una vez que la mercadería llega a la frontera convenida, pero antes de la aduana fronteriza, sin que las mercancías sean descargadas.
- *DES / DELIVERED EX - SHIP / ENTREGADA SOBRE BUQUE*: En este Incoterm, la responsabilidad del vendedor llega hasta la entrega de mercaderías en el puerto de destino convenido, estando las mercaderías a bordo del buque. Incluye la contratación del seguro y el flete por parte del vendedor.

²³ Félix, 2003, 229

²⁴ <http://www.iccwbo.org/Incoterms>

- *DEQ / DELIVERED EX – QUAY / ENTREGADA EN MUELLE*: Significa que el vendedor debe entregar la mercadería en el muelle del puerto de destino, asumiendo incluso los costos y riesgos por desembarque en el puerto de importación. En adelante, el comprador debe hacerse cargo de los costos y responsabilidades.
- *DDU / DELIVERED DUTY UNPAID / ENTREGADA DERECHOS NO PAGADOS*: En este término, se requiere del comprador que entregue la mercancía una vez que está colocada en el transporte que la llevará a las bodegas del comprador pero sin descargarla del este transporte. Se exige al vendedor el pago de impuestos y seguro hasta este lugar.

Para reemplazarlos, se ha incluido los nuevos Incoterms DAT – Delivered at Terminal- y DAP – Delivered at Place-. En la siguiente tabla se ilustran todos los Incoterms y su clasificación.

TABLA 1. 1: INCOTERMS Y SU CLASIFICACIÓN

<u>Incoterms multimodales</u>		
Ex Work	EXW	En Fábrica
Free Carrier	FCA	Franco Transportista
Carriage Paid to	CPT	Transporte pagado hasta
Carriage and Insurance Paid to	CIP	Transporte y Seguro pagado hasta
Delivered at Terminal	DAT	Entregada en terminal
Delivered at Place	DAP	Entregada en un punto
Delivered Duty Paid	DDP	Entregada derechos pagados
<u>Incoterms vía marítima</u>		
Free Alongside Ship	FAS	Franco al Costado del Buque
Free on board	FOB	Franco a Bordo
Cost and Freight	CFR	Costo y Flete
Cost, Insurance and Freight	CIF	Costo, Seguro y Flete

FUENTE: ESTRADA, 2006, 30 / <http://www.iccwbo.org/Incoterms>

ELABORADO POR: El Autor

A continuación se describe brevemente a cada uno de los Incoterms²⁵:

- *EXW / EX – WORKS / EN FABRICA*

El vendedor cumple con su obligación de entrega de la mercadería cuando ha puesto la misma en su establecimiento, a disposición del comprador. De ahí en adelante, todos los gastos y responsabilidades corren por cuenta del comprador.

- *FCA / FREE CARRIER / FRANCO TRANSPORTISTA*

La mercadería es entregada por el vendedor despachada para la exportación en un lugar convenido para su transporte. En el precio de venta están incluidos los costos de transportar los productos hasta el punto convenido y la documentación hasta ese lugar, en adelante empieza la responsabilidad del comprador, incluida la recepción de la mercadería.

- *CPT / CARRIAGE PAID TO / TRANSPORTE PAGADO HASTA*

En lo único que varía el término CPT del anterior Incoterm, CFR, es que el primero se puede utilizar para cualquier modo de transporte, mientras que el CFR es utilizado únicamente cuando se transporta por vías marítimas.

- *CIP / CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO / TRANSPORTE Y SEGURO PAGADOS HASTA*

Igualmente, este Incoterm puede ser comparado con el CIF, que es utilizado para transporte marítimo, en tanto que el CIP se utiliza para cualquier modo de

²⁵ P. Estrada, 2006, **Como hacer importaciones**, p. 31 - <http://www.iccwbo.org/Incoterms>

transporte, sin embargo, las condiciones y características son completamente iguales en ambos casos.

- ***DAT / DELIVERED AT TERMINAL/ ENTREGADA EN TERMINAL***

Este es uno de los nuevos Incoterms incorporados por la Cámara de Comercio Internacional, utilizado para cualquier tipo de transporte, reemplaza al antiguo Incoterm DEQ. El exportador se encarga de entregar la mercadería en la terminal sea esta aérea, marítima o terrestre, asumiendo costos y riesgos hasta este punto. El exportador puede o no asumir el costo del seguro.

- ***DAP / DELIVERED AT POINT/ ENTREGADA EN UN PUNTO***

Es el segundo Incoterms incorporados por la Cámara de Comercio Internacional, utilizado para cualquier tipo de transporte. Reemplaza al antiguo Incoterm DES. El exportador se encarga de entregar la mercadería en el destino pero antes de ser descargada. El exportador puede o no asumir el costo del seguro.

- ***DDP / DELIVERED DUTY PAID / ENTREGADA DERECHOS PAGADOS***

Con este incoterm la máxima responsabilidad es para el exportador, quien tiene que entregar la mercadería, despachada de aduana, en el establecimiento del comprador, debiendo cancelar incluso los impuestos de importación.

- ***FAS / FREE ALONGSIDE SHIP / FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE***

Este Incoterm exige que el vendedor despache la mercancía en aduana (muelle, navío o barcaza), al costado del barco en el puerto de embarque para la directa exportación, todos los costos y riesgos originados hasta este punto son

responsabilidad del vendedor. Solamente se utiliza este término para el transporte marítimo.

- *FOB / FREE ON BOARD / FRANCO A BORDO*

La obligación de entrega del vendedor concluye cuando la mercadería ha sobrepasado la borda y efectivamente se ha colocado sobre el barco. Desde aquel momento, el comprador asume todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía. Este es el Incoterm más utilizado en nuestro país.

- *CFR / COST AND FREIGHT / COSTO Y FLETE*

El vendedor debe entregar la mercadería en el Puerto de destino convenido, siendo evidente que, a su cargo se encuentran todas las responsabilidades hasta que llegue la mercancía a este destino, incluyendo el costo del flete, de ahí en adelante los riesgos corren a cuenta del comprador.

- *CIF / COST, INSURANCE / COSTO, SEGURO Y FLETE AND FREIGHT*

Además de las condiciones indicadas en el Incoterm anterior, en el CIF, se solicita también al vendedor que se encargue de contratar un seguro que cubra cualquier riesgo de la mercadería hasta llegar al puerto de destino, así como de obtener todos los documentos necesarios para la exportación.

No todos los INCOTERMS son aplicables a todos los modos de transporte, algunos de ellos solo sirven cuando se trata de Transporte Terrestre y otros solo se pueden aplicar al Trasporte Marítimo. En el siguiente cuadro se detalla la aplicación de cada uno:

1.6.8. Planificación y plan de exportación

“La planeación es una manera sistematizada de relacionarse con el futuro; es un intento por manejar los efectos de factores externos e incontrolables sobre las fuerzas, debilidades, objetivos y metas de la empresa para alcanzar un fin deseado. Adicionalmente, para lograr metas específicas es necesario el comprometer recursos al mercado de un país. En otras palabras, la planeación es la tarea de hacer que sucedan las cosas, que de otra manera no ocurrirían”²⁶. Como resultado del proceso de planeación se obtiene un plan, en el cual quedan claramente definidos los objetivos, metas y estrategias que se ejecutarán para conseguirlos; y asignados los recursos disponibles y los responsables de cada parte de la puesta en marcha de dicho plan.

Un plan de exportación²⁷ contiene básicamente los siguientes elementos:

- Análisis de la situación interna: En este punto se da un especial énfasis al producto que se planea exportar, mencionando sus componentes, características, beneficios, etc. También se explota la parte de la ventaja competitiva generadora de la diferenciación y por último, se hace una estimación de los recursos financieros disponibles.
- Análisis de la situación externa: Contempla el estudio sobre factores todos los factores macroambientales del mercado, desarrollando extensivamente el aspecto legal y normativo.

²⁶ P. Cateora, Op cit, p. 363

²⁷ www.comoexportar.argentinaahora.com
www.conquito.org.ec
www.books.google.com.ec

- Estudio de mercado: En donde se analizan los factores microambientales que influyen en la exportación del producto y, luego de analizar las diferentes opciones, se establece un marketing Mix para el producto.
- Plan de Exportación: En el cual se redacta, punto por punto, las decisiones que se han tomado en base a los análisis realizados en las etapas anteriores y que dejarán establecidos todos los elementos que se llevarán a cabo en la exportación real.
- Plan financiero: Punto en el cual se desarrolla el cálculo, consecución y asignación de recursos monetarios para la puesta en marcha del plan; y se analiza los beneficios económicos que dejará el mismo.
- Conclusiones y recomendaciones.

1.7. MARCO CONCEPTUAL

1. Insecticida: Sustancia o preparado químico utilizado para destruir insectos, mediante la inhibición de enzimas vitales²⁸.
2. Fungicida: Producto químico para impedir el crecimiento o matar los hongos perjudiciales para la planta. La mayoría de los fungicidas de uso agrícola se fumigan o espolvorean sobre las semillas, hojas o frutas para impedir la propagación de la raya, el tizón, los mohos, o el mildiu²⁹.

²⁸ www.es.thefreedictionary.com

²⁹ Ibid

3. Micronutrientes: Nutrientes minerales que requieren las plantas en cantidades diminutas. La disponibilidad de los micronutrientes es esencial para el adecuado crecimiento y desarrollo de las plantas y para obtener rendimientos elevados. Cuando existe deficiencia de uno o varios elementos menores, éstos se convierten en factores limitantes del crecimiento y de la producción, aunque existan cantidades adecuadas de los otros nutrientes³⁰.
4. Aminoácido: Cualquiera de una clase de compuestos orgánicos con un grupo carboxilo, un grupo amino y un <grupo lateral> unido a un átomo de carbono central. Los distintos aminoácidos tienen grupos lateral diferentes que se encuentran en las proteínas y las forman cuando se unen en una cadena o polímero. La biosíntesis de los aminoácidos en las plantas es de suma importancia pues nutre, mejora la fecundación de las semillas, ayuda en la fotosíntesis, contra el desequilibrio que causan las bajas temperaturas³¹.
5. Extracto botánico: Zumo, jugo o sabia pura, compactada y sin aditamentos extraídos de las hojas de las plantas³².
6. Producto Natural: Aquellos que se obtienen de las plantas y en los cuales no interviene el uso de químicos, preservantes ni solventes³³.
7. Negocios Internacionales: Aquellos cuyas actividades suponen el cruce de fronteras nacionales. Esta definición incluye no solo el comercio y fabricación internacionales, sino también la creciente industria de servicios en áreas como

³⁰ www.agclass.nal.usda.gov

³¹ A. Sudgen, 1997, **Diccionario Ilustrado de la Botánica**, p. 56

³² Arcentales, Sidney. Creador SID

³³ Ibid

transporte, turismo, banca, publicidad, construcción, ventas al menudeo o al mayoreo y comunicación de masas³⁴.

8. Planeación: Proceso de anticipar hechos futuros y determinar estrategias para alcanzar los objetivos de la compañía en el futuro³⁵.
9. Exportación: Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación la salida de mercancías a una Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios³⁶.
10. Exportación Directa: Exportación de bienes y servicios realizada por la misma firma que los produce³⁷.
11. Exportación Indirecta: Exportación de bienes y servicios mediante diversos exportadores ubicados en el país de origen³⁸.
12. Logística: Todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un coste razonable³⁹.

³⁴ D. Ball, 1997, **Negocios Internacionales, Introducción y Aspectos Esenciales**, p. 9

³⁵ C. Lamb, 2002, **Marketing Internacional**, p. 30

³⁶ www.gerenciaynegocios.com

³⁷ D. Ball, Op cit, p. 878

³⁸ Ibid, 878

³⁹ R. Ballou, **Business Logistics Management**, 1999, p. 12

13. Embalaje: Cualquier medio material, que sirve para acondicionar, presentar, embalar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. Todo aquello que agrupa, contiene y protege debidamente los productos envasados, facilitando el manejo en las operaciones⁴⁰.

14. Incoterms: Conjunto de reglas y disposiciones que nos indican cuando empieza el riesgo y cuando termina el mismo, al momento de hacer una compraventa internacional. El objetivo de los Incoterms es conocer la distribución de los gastos y las correspondientes responsabilidades entre el vendedor y el comprador⁴¹.

15. Marketing Mix: Conjunto de elementos o técnicas sobre las cuales puede actuar una empresa de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo. Estos elementos son: Producto, Precio, Plaza y Promoción, conocidas como las 4P's⁴².

16. Arancel: Impuesto que un gobierno aplica a ciertos productos importados. El arancel podría estar diseñado para recaudar ingresos, o bien para proteger a las compañías nacionales. Si se basan en el valor de los bienes, se conocen como *ad valorem*. Si se fundamentan en la cantidad de artículos importados, se llaman específicos⁴³.

17. Cuotas: Limitación de la cantidad o peso de las importaciones; por ejemplo, es posible importar solo cierta cantidad de un artículo determinado, o tantos kilogramos o libras⁴⁴.

⁴⁰ www.gerenciaynegocios.com

⁴¹ P. Estrada, Op cit, p. 27

⁴² web.archive.org

⁴³ P. Estrada, Op cit, p. 131

⁴⁴ D. Ball, Op cit, p. 875

18. Ventaja competitiva: Conjunto de características únicas de una compañía y sus productos percibidos por el mercado meta como dignos de atención y superiores a los de la competencia⁴⁵.
19. Aduana de Entrada: La oficina aduanera por donde entran al territorio aduanero mercancías en tránsito aduanero⁴⁶.
20. Aduana de destino: La oficina aduanera donde termina la operación de tránsito aduanero⁴⁷.
21. Aduana de partida: La oficina aduanera por donde comienza la operación de tránsito aduanero internacional⁴⁸.
22. Regímenes Aduaneros: Es el procedimiento al que se ajustan las mercancías sometidas al control de la aduana, de conformidad con las leyes y reglamentos aduaneros, según la naturaleza y objetivos de la operación comercial. Se clasifican en Regímenes Comunes, Regímenes Especiales y Regímenes particulares o de Excepción⁴⁹.
23. Seguro de Transporte: Es aquel contrato que ampara o cubre todo daño parcial o total que sufra una mercadería en un trayecto asegurado mediante un medio de transporte. Su finalidad es la de cubrir a las mercancías contra los diferentes riesgos que pueden suceder durante su traslado de un país a otro. Intervienen el asegurador,

⁴⁵ C. Lamb, Op cit, p. 36

⁴⁶ usuarios.lycos.es

⁴⁷ usuarios.lycos.es

⁴⁸ usuarios.lycos.es

⁴⁹ P. Estrada, Op cit, p. 48

que se obliga a indemnizar al asegurado, por cualquier evento o siniestro que sufra el bien asegurado, a cambio de una prima⁵⁰.

24. Consolidador de Carga: Operador, distinto del porteador, que transporta carga en forma agrupada, bajo su nombre y responsabilidad, destinada a uno o más consignatarios finales⁵¹.

1.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

La investigación que se llevará a cabo será de naturaleza descriptiva. Pretende determinar, analizar y aprovechar los factores que afectan positivamente al negocio y franquear aquellos que lo hacen de manera negativa.

Los pasos que se seguirán son los siguientes:

- Recolectar la mayor cantidad de información que se pueda obtener de todos los aspectos que conciernen a la elaboración del plan.
- Ordenar la información
- Analizar la información recolectada, para determinar si es suficiente o se debe saber algo más.

⁵⁰ P. Estrada, Op cit, p. 219

⁵¹ usuarios.lycos.es

- Distribuir la información de acuerdo al índice de la investigación.
- Establecer modelos financieros que nos den a conocer la rentabilidad del negocio, proyecciones de balances, índices, y en general toda la información financiera necesaria.
- Verificación del contenido del documento.

1.9. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

Por ser esta una investigación con justificación de tipo práctico, no es necesario el establecimiento de hipótesis.

1.10. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION Y ALCANCE

1.10.1 Delimitación temporal

La investigación se desarrollará durante los meses de mayo y junio del presente año.

1.10.2. Delimitación geográfica

En la ciudad de Quito, Ecuador se recopilarán todos los elementos necesarios para dar forma al documento, enfocados en la investigación del mercado de Florida. Sin embargo, evidentemente, se requerirá también información proveniente directamente del país de

destino, Estados Unidos, para lo cual se cuenta con el apoyo de familiares que allí residen y que están dispuestos a colaborar en lo que sea necesario.

1.11. METODOLOGIA Y FUENTES DE DATOS

Para la elaboración de este trabajo de grado se aplicará la observación científica por cuanto se experimentará con varios tipos de cultivos, tratándolos de diferente manera, aplicando diferentes tipos de abono para poder observar los resultados de cada uno y probar la eficacia de SID.

Indudablemente, será necesario también acudir a la recolección de información, no solamente de los resultados de los cultivos sino también con todos los aspectos generales de la tesis, ya que se necesita contar con gran cantidad de información para estructurar la investigación y sustentar los resultados de la misma. Se recurrirá a fuentes de información tanto primarias como secundarias, enumeradas a continuación:

1.11.1. Fuentes primarias

Utilizando el método de investigación teórico dialéctico, se utilizarán:

- Entrevistas: Al científico creador del Extracto Botánico 100% natural SID, lo cual constituirá la mayor guía en la obtención de los datos técnicos necesarios para la elaboración del proyecto.
- Además se entrevistará a diferentes expertos en Negocios Internacionales, así como en Agricultura.

1.11.2. Fuentes secundarias

- Libros: Relacionados con todos los aspectos a desarrollar en la investigación, existentes en la biblioteca de la UISEK y otras universidades como la Universidad Internacional del Ecuador, Universidad Católica, ESPE, IASA, etc. Además de bibliotecas públicas con las que cuenta la ciudad.
- Revistas: Especializadas en temas relacionados o en las que se encuentren publicaciones y artículos útiles. Estas pueden ser: Criterios (revista de la Cámara de Comercio), Vistazo, Líderes, Newsweek, entre otras.
- Periódicos: Como el Comercio, Diario el Hoy, etc.
- Internet: Información de fuentes confiables.
- Investigaciones previas del científico creador del Extracto Botánico 100% natural SID.

Adicionalmente el método deductivo probablemente también debe intervenir en este trabajo de grado debido a que no siempre se cuenta con los datos suficientes para realizar los cálculos necesarios, de tal manera que es necesario deducirlos.

1.12. TEMARIO PRELIMINAR

1. ANTECEDENTES

- 1.1 Descripción del producto
 - 1.1.1 Características
 - 1.1.2 Componentes
 - 1.1.3 Beneficios
 - 1.1.4 Usos
 - 1.1.5 Proceso Productivo
 - 1.1.6 Indicaciones Técnicas
- 1.2 Ventaja competitiva
- 1.3 Proveedores
- 1.4 Patentes
- 1.5 Registro Sanitario

2. ANALISIS SITUACIONAL EXTERNO

- 2.1 Contexto Político y Económico
 - 2.1.1 Situación Política
 - 2.1.2 Situación Económica
- 2.2 Contexto Demográfico
 - 2.2.1 Características de la Población
 - 2.2.2 Tamaño de la Población
 - 2.2.3 Proyección de Crecimiento
- 2.3 Contexto Social y Cultural
- 2.4 Contexto Tecnológico
- 2.5 Contexto Legal y Normativo
 - 2.5.1 Requisitos de Entrada a Estados Unidos
 - 2.5.2 Preferencias Arancelarias vigencia de las preferencias con USA ATPDEA
 - 2.5.3 Barreras Arancelarias
 - 2.5.4 Requisitos No-arancelarios

- 2.5.5 Nacionalización del Producto
- 2.5.6 Impuestos a la Importación
- 2.5.7 Documentos Aduaneros
 - 2.5.7.1 Factura Comercial
 - 2.5.7.2 Certificados Sanitarios
 - 2.5.7.3 Certificados de Normas de Fabricación
 - 2.5.7.4 Certificados de Calidad
 - 2.5.7.5 Certificados de Origen
 - 2.5.7.6 Manifiesto de Carga
 - 2.5.7.7 Conocimiento de Embarque

3. ESTUDIO DE MERCADO

- 3.1 Determinación del mercado potencial (Sector Agrícola de Florida)
 - 3.1.1 Caracterización del mercado potencial
 - 3.1.2 Producción Agrícola
 - 3.1.3 Cuantificación del mercado potencial
- 3.2 Análisis de la Oferta
 - 3.2.1 Oferta Histórica
 - 3.2.2 Oferta Actual
 - 3.2.3 Oferta Proyectada
- 3.3 Análisis de la Demanda
 - 3.3.1 Demanda Histórica
 - 3.3.2 Demanda Actual
 - 3.3.3 Demanda Proyectada
- 3.4 Análisis de la Competencia
 - 3.4.1 Competencia Directa
 - 3.4.2 Competencia Indirecta
- 3.5 Análisis de posibles clientes

4. PLAN DE EXPORTACION

- 4.1 Elementos de la Mezcla de Marketing
 - 4.1.1 Producto

- 4.1.2 Precio
- 4.1.3 Plaza
- 4.1.4 Promoción
- 4.2 Procesos Operativos de Exportación
 - 4.2.1 Transporte y Seguro Interno
 - 4.2.2 Manipuleo
 - 4.2.3 Conocimiento de Embarque
 - 4.2.4 Despacho de Aduana

5. ESTUDIO ECONOMICO

- 5.1 Costos y Gastos
 - 5.1.1 Costo de Producción
 - 5.1.2 Gastos de Tramitación
 - 5.1.3 Gastos Administrativos
 - 5.1.4 Gastos Financieros
 - 5.1.5 Gastos Operativos
- 5.2 Inversión en Activos Fijos
- 5.3 Inversión en Activos Diferidos
- 5.4 Calculo del Capital de Trabajo
- 5.5 Financiamiento
- 5.6 Estado de Situación Inicial
- 5.7 Flujo de caja
- 5.8 Evaluación Financiera: VA, VAN, TIR, RECUP CAPITAL, COSTO BENEFICIO
- 5.9 Punto de equilibrio
- 5.10 Índices Financieros: Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 6.1 Conclusiones
- 6.2 Recomendaciones

1.13. BIBLIOGRAFIA PRELIMINAR

1. Hill, Charles. Negocios Internacionales: Competencia en un mercado global. México. Mc-Graw Hill. Tercera Edición. 2001.
2. Cateora, Philip. Marketing Internacional. España. Mc-Graw Hill. Octava Edición. 1997.
3. Sudgen, Andrew. Diccionario Ilustrado de la Botánica. Everest. España. tercera. Edición. 1997.
4. Troya, Nancy. Zuleta, María Elizabeth. Estudio comparativo entre un fungicida químico y un fungicida biológico para determinar sus efectos sobre los hongos más comunes en una plantación de rosas para exportación. Tesis de Grado. 1999.
5. Estrada, Luis Patricio. Como hacer importaciones. Ediciones Abya-Yala. Ecuador. Primera. Edición. 2006.
6. Arese, Héctor. Práctica Profesional de Negocios Internacionales. Grupo Editorial Norma. Argentina. Primera. Edición. 2003.
7. Ball, Donald. McCulloch, Wendell. Negocios Internacionales, Introducción y Aspectos Esenciales. McGraw Hill. España. Quinta. Edición. 1997.
8. Maubert, Claudio. Comercio Internacional, Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros. Editorial Trillas. México. Primera. Edición. 1998.
9. Ballou, Ronald H. Business Logistics Management. Prentice-Hall International. Estados Unidos. Cuarta edición. 1999.

10. Lamb, Charles. Hair, Joseph. Marketing. International Thomson Editores. Colombia. Sexta Edición. 2002.

1.14. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

Como se ha mencionado anteriormente, la planificación es una herramienta que ayuda a llevar a cabo exitosa y eficientemente un trabajo. Un trabajo de grado no es la excepción, por ello, es necesario detallar con exactitud las tareas que se realizaran y definir un tiempo para cada una de ellas.

TABLA 1. 2: CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	MAYO		JUNIO			
	SEMANAS DEL 11 AL 24	SEMAN A DEL 25 AL 31	SEMANA DEL 1 AL 7	SEMANA DEL 8 AL 14	SEMANA DEL 15 AL 21	SEMANA DEL 21 AL 26
CAPITULO 1						
CAPITULO 2						
CAPITULO 3						
CAPITULO 4						
CAPITULO 5						
CAPITULO 6						

ELABORADO POR: El autor

Para completar integra y satisfactoriamente el presente trabajo de tesis, se hace necesario incurrir en algunos gastos, que deben ser debidamente presupuestados, evitando así, correr el riesgo de carecer de los recursos necesarios para llevar a feliz término el proyecto.

TABLA 1. 3: PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	COSTO
MOVILIZACION	200.00
IMPRESIONES	100.00
INTERNET	20.00
LIBROS	60.00
TOTAL	380.00

ELABORADO POR: El autor

CAPITULO II

ANTECEDENTES

2.1. INTRODUCCION

Los cambios climáticos tan bruscos a los que el planeta entero se está sometiendo desde hace algún tiempo atrás, las fatales desgracias naturales en todo el mundo cuyo saldo es una cifra altísima de fallecidos, desaparecidos, personas desamparadas que se han quedado en la calle, la reducción de la capa de ozono, la frágil salud de los seres humanos contemporáneos, etc. son consecuencias de los actos irresponsables y destructivos del hombre hacia su propio hogar, la Tierra, mediante diversas formas, una de ellas, el uso irresponsable de sustancias químicas y agresivas que aplican a los suelos y que tienen incluso un efecto mermador hacia los ecosistemas agrícolas.

Los bioplaguicidas aparecen como una solución a esta problemática y actualmente, es el tema de estudio de muchas universidades e institutos preocupados por la conservación del ambiente y la salud de los individuos, incluso el gobierno ecuatoriano, mediante el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias INIAP, ha hecho entrega de estos productos naturales para el control de plagas y enfermedades en cultivos de papa, específicamente en la provincia del Carchi⁵². Un bioplaguicida es una sustancia que lucha contra las plagas y enfermedades de las plantas, obtenido a partir de extractos vegetales, sin una mínima intervención de sustancias químicas en su elaboración.

⁵² www.elciudadano.gov.ec

El extracto botánico 100% natural SID, además de ser un plaguicida natural, aporta aminoácidos y micronutrientes a las plantas, es decir, tiene una acción integral para el crecimiento sano y óptimo de los cultivos a los que se lo aplica.

A continuación se estudiará más a profundidad las bondades de este producto.

2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.2.1. Características

La principal característica de un bioplaguicida es que su ingrediente activo no es una molécula química como en los plaguicidas tradicionales, sino un organismo microscópico vivo,⁵³ lo cual aporta un sinnúmero de beneficios, que se enumeran posteriormente en este capítulo.

El producto resultante es 100% orgánico, líquido, que no está sujeto a ninguna consideración toxicológica tanto de transporte como de almacenamiento.

Es además muy fácil de elaborar, tiene una alta estabilidad al tiempo, la luz solar, cambios de temperatura y presión atmosférica.

⁵³ www.elespectador.com

2.2.2. Componentes

El extracto botánico SID está elaborado principalmente a base de levadura de pan y de banano de desecho, a pesar de que también es posible obtenerlo de desechos industriales de empresas de frutas como piña, maracuyá, papayas.

El análisis químico del Extracto Botánico 100% Natural SID se incluye a continuación:

TABLA 2.1: ANÁLISIS QUÍMICO – EXTRACTO BOTÁNICO 100% NATURAL SID

Nitrógeno total	1.70%
Fósforo	1.60%
Potasio Soluble	2.70%
Magnesio	1760 PPM
Hierro	920 PPM
Manganoso	20 PPM
Cobre	700 PPM
Zinc	200 PPM
Calcio	140 PPM
Sodio	0 PPM
Cloro	0PPM
Boro	100 PPM

FUENTE: Etiqueta SID
ELABORADO POR: El autor

2.2.3. Beneficios

Dos son los principales beneficios que brinda el extracto botánico 100% natural SID. Primeramente, es amigable con los suelos en los que se aplica y con el medio ambiente, no

contamina la tierra, ni el agua, ni el aire; por el contrario, los aminoácidos y micronutrientes que aporta favorecen al crecimiento saludable de los cultivos. En segundo lugar, el producto no es dañino, mucho menos tóxico para los seres vivos, los consumidores de hortalizas y frutas obtenidas con estos bioplaguicidas mejoraran su salud ya que su sistema inmunológico no se va a deprimir como cuando se usa plaguicidas químicos y cuida a los agricultores que lo usan, ya que no corren ningún riesgo de intoxicación al momento de su aplicación.

Entre otros beneficios está la especificidad de su acción, ya que solamente ataca a la plaga que se desea controlar, no presenta residualidad en las cosechas ni afecta a la fauna nativa de los ecosistemas en los que se usan⁵⁴. A diferencia de los plaguicidas químicos, la elaboración de bioplaguicidas resulta muy económica, además de no afectar a los predadores naturales ni alterar los ciclos de vida de los polinizadores⁵⁵.

2.2.4. Usos

El extracto botánico SID se utiliza como insecticida y fungicida 100% natural, siendo además una rica fuente de micronutrientes y aminoácidos para las plantas en las que se lo aplica.

Los principales cultivos en los que se puede utilizar este producto se dividen en 3 grupos:

1. PLANTAS ORNAMENTALES: Rosas, flores de jardín.
2. HORTALIZAS: Papa, tomate riñón, pimiento, brócoli, cebolla, maíz, soya.

⁵⁴ www.elespectador.com

⁵⁵ www.ciencias.jornada.com.mx

3. FRUTALES: Sandía, melón, cítricos, banano, cacao, mora, mango.

En todos ellos combate una gran cantidad de enfermedades y plagas que explicaremos en seguida, no sin antes conceptualizar estos dos males que aquejan a las plantas:

Enfermedad: Es un desorden funcional de la planta o una anormalidad constitucional que es perjudicial para ella, para alguna de sus partes o productos, reduciendo su valor económico. Las plantas enfermas se distinguen por las alteraciones de sus procesos estructurales y fisiológicos, que son consecuencia del ambiente desfavorable o de agentes parásitos de cualquier clase⁵⁶.

Plagas: 1. Animales que causan daño a las plantas (insectos, ácaros, otros artrópodos, invertebrados, pájaros, peces, anfibios, reptiles, nematodos, mamíferos),

2. Plantas que crecen donde no se las desea compitiendo y molestando a las cultivadas o que son objeto de explotación económica o creando otros problemas y

3. Virus que atacan a las plantas⁵⁷.

A continuación se presentan dos tablas en las que se detallan algunas de las principales enfermedades y plagas que combate este producto, con una explicación de su peligrosidad para los cultivos:

⁵⁶ G. Huertas, 1985, **Sanidad Vegetal**, p. 33.

⁵⁷ J. Del Rivero, 1969, **Ejercicios, problemas y cuestiones sobre plaguicidas**, p. 407

TABLA 2.2: PRINCIPALES ENFERMEDADES COMBATIDAS POR EL EXTRACTO SID

EXTRACTO BOTANICO 100% NATURAL SID		
ENFERMEDADES	ACCION NEGATIVA	GRAFICO
Mildiú Velloso (<i>Peronospora sparsa</i>)	Afecta principalmente a las hojas, manifestándose en sus puntas y bordes unas manchas primero amarillas y luego parduzcas, acompañadas de un moho gris-blanco. Las hojas se secan y luego, en 4 ó 5 días, caen. En los tallos, flores o frutos, también se pueden ver manchas pardas.	
Botritis (<i>Botritis cinerea</i>)	Hongo patógeno que se hospeda en un gran número de frutas, aunque su huésped más común es la vid. Forma en los tejidos afectados, cantidad de esporas que al agitarse con el viento o por la manipulación en el cultivo, se esparcen y dispersan la enfermedad, ocasionando la pérdida de los racimos afectados.	
Lancha (<i>Phytophthora infestans</i>)	Protista fungoide que ataca a la papa y al tomate. La sintomatología es similar al del Mildiú, con la diferencia de que en tiempo húmedo, observando las manchas por el envés con una lupa se percibe en los bordes un débil recubrimiento algodonoso blanquecino que propaga la enfermedad. En ambos casos se produce la podredumbre del producto, en la papa se lo conoce como "papa chocolate"	
Antracnosis (<i>Colletotrichum spp</i>)	Entre sus variedades está una inofensiva, que se manifiesta con lesiones oscuras, hundidas, delimitadas por aureolas céntricas, secándose las zonas afectadas como una quemadura, los daños son meramente estéticos. Sin embargo también existen variedades muy dañinas que causan la muerte de las plantas o corrompen profundamente las pulpas.	
Alternaria (<i>Alternaria porri</i>)	Ataca principalmente al ajo y a la cebolla, provocando manchas púrpuras, pequeñas con anillos concéntricos marrón oscuro a su alrededor, causando la pérdida de las hojas y la reducción de los bulbos, mostrando una pudrición acuosa.	

Elaborado por: El autor

TABLA 2.3: PRINCIPALES PLAGAS COMBATIDAS POR EL EXTRACTO SID

EXTRACTO BOTANICO 100% NATURAL SID		
PLAGAS	ACCION NEGATIVA	GRAFICO
Pulgones (Aphis spp)	Son insectos que se alimentan a través de un pico largo, articulado que clavan en el vegetal afectado chupando la savia y con el líquido pegajoso que segregan embadurnan la parte aérea, obstruyendo los poros y estomas, dificultando el cambio de gases con la atmósfera. Las hojas se enrollan y acaban por secarse, la planta pierde vigor, las cápsulas se abren prematuramente y además, sobre el líquido pegajoso se desarrolla un hongo negro llamado <negrilla> que da a la planta un aspecto deplorable.	
Mosca blanca (Trialeurodes vaporariorum)	Insectos de cuatro alas que se asemejan a diminutas mariposillas de un par de milímetros de longitud. Están provistos de un pico chupador, se agapan en la parte inferior de las hojas, vuelan en cuanto se les hostiga e inmediatamente vuelven a posarse. Allí efectúan la puesta de un modo original: la hembra clava el pico y tomándole como eje gira a su alrededor, depositando un huevo cada vez, de este modo viene a quedar dispuestos en un arco de circunferencia distanciados uniformemente.	
Gusano trozador (Spodoptera spp)	La oruga es negruza y se arrolla en espiral, alcanza una longitud máxima de 3.5 a 4 cm. La hembra adulta pone cerca del millar de huevos en el envés de las hojas, formando plastones alargados de 1 a 1.5 cm. con 200 a 500 huevos cada uno. De 3 a 5 días después emergen las crías, de color gris verdoso y se alimentan de las hojas, respetando la epidermis de la cara superior, tardan unos 20 días en alcanzar su máximo desarrollo y entonces su voracidad es extremada, cuando han acabado con una parcela se transladan a otra para continuar su acción devastadora, llegando en algunos vegetales a alimentarse de sus pulpas causando pudrición.	

Elaborado por: El autor

2.2.5. Especificaciones técnicas

SID se disuelve total y rápidamente en agua, añadiendo de diez a veinte centímetros cúbicos del producto por cada litro de agua, sin sobrepasar nunca la dosis recomendada.

Está diseñado para aplicarse vía foliar para el control y prevención de plagas, enfermedades, deficiencias de micronutrientes y aminoácidos. Se debe evitar la aplicación en días de sol intenso o de lluvia inminente.

SID es compatible con la mayoría de insumos agrícolas, sin embargo, es recomendable realizar una prueba de compatibilidad antes de su aplicación y se aconseja su utilización bajo asesoramiento técnico agrícola.

El fabricante garantiza la composición y calidad del producto, pero no se responsabiliza por el uso imprudente, excesivo o indebido por parte del consumidor.

2.3. VENTAJA COMPETITIVA

SID tiene en su haber 3 ventajas competitivas que le hacen estar un paso adelante frente a sus competidores, en especial frente a la competencia que constituyen los plaguicidas químicos, dichas ventajas se explican a continuación:

1. La conciencia mundial sobre el cuidado del medio ambiente ha desencadenado la aparición de reglas de mercado que combaten fuertemente toda acción que pueda tener un impacto negativo en el planeta. Una de estas exigencias es precisamente el “Sello verde”, que es una certificación exigida en los últimos tiempos para poder ingresar en mercados internacionales, que garantiza la elaboración ecológica de los productos, lo cual significa cero impacto negativo para el medio ambiente y para la salud de los consumidores. Esta certificación toma en cuenta no solo la fabricación del producto mismo, sino el proceso completo, desde la evaluación de la materia prima con la que se obtiene, pasando por la fabricación, el etiquetado y finalmente el proceso de reciclado o eliminación del mismo.

La ventaja competitiva de SID consiste en que por todos los elementos mencionados anteriormente y por tener procesos 100% orgánicos, el producto es altamente susceptible de obtener sin ningún problema este certificado ambiental, aumentando ampliamente su mercado potencial que incluiría países tan exigentes como los europeos

o asiáticos, y aún más, generaría una preferencia ante productos químicos ya que esta certificación indica que además de cuidar el ambiente, su efectividad es comprobada, razones suficientes para crear una preferencia sobre otros productos y poder aspirar a una penetración de mercado atractiva.

2. SID tiene una acción integral en los cultivos en los que se lo aplica, ya que no solamente combate de manera eficaz las plagas y enfermedades que azotan a las plantas, sino que además, las provee de aminoácidos y micronutrientes, elementos que las fortifican, nutriéndolas y proveyéndolas de todos los elementos necesarios para un óptimo desarrollo y crecimiento, que dará como resultado la obtención de frutos más sanos, grandes y apetecibles.
3. Gracias a su elaboración únicamente a base desechos e insumos vegetales, el costo de producción del extracto botánico SID es sumamente bajo, a tal punto que los competidores no tienen manera de igualar siquiera, peor reducir los precios de nuestro producto.

2.4. PROVEEDORES

Los más importantes proveedores de insumos necesarios para la obtención del extracto botánico SID, así como para su posterior empaque son los siguientes:

- Haciendas de banano orgánico de Sixto Borrero.
- Levadura Fleischmann.

- Empresa de envases plásticos Empaqplast

2.5. PATENTE

Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, una patente es un derecho que el Estado confiere en forma exclusiva a las invenciones, provee a su titular el derecho de explotar industrial y/o comercialmente en forma exclusiva su invento durante un plazo de veinte años a partir de la fecha de ingreso de la solicitud, en el caso de invenciones de productos⁵⁸.

Para que un producto sea susceptible de obtener una patente, debe cumplir con tres condiciones indispensables⁵⁹:

- a. Novedad: Un producto se considera nuevo cuando no forma parte del “estado de la técnica” anterior, el cual está constituido por todo aquello que antes de la fecha de presentación de la solicitud se ha hecho accesible al público.
- b. Nivel Inventivo: Condición que se aplica a un producto cuando este no se deriva evidentemente del estado de técnica actual, es decir, cuando para una persona versada en la materia no resulta obvia.
- c. Aplicación Industrial: Cuando la invención pueda ser fabricada o utilizada ventajosamente en la industria a la que corresponda.

⁵⁸ www.iepi.gov.ec

⁵⁹ Ibid

Antes de iniciar un trámite de solicitud de patente, los asesores del IEPI recomiendan realizar búsquedas personales en bases de datos internacionales, con el propósito de detectar algún producto similar que ya se haya patentado con anterioridad y que por lo tanto, quite la característica de “novedoso” al producto en cuestión. Sin embargo, al realizar la búsqueda una persona con poca o nula experiencia en el tema, puede que la misma no sea efectiva, por lo que aconsejan solicitar este servicio a los expertos del IEPI, el cual tiene un costo de USD 32.00. Si fuera el caso que el producto a ser patentado cumple con la condición de novedad, los funcionarios del instituto emiten un informe favorable y el interesado en obtener la patente puede proceder, con seguridad, a iniciar los trámites para la obtención de la patente.

El siguiente paso consiste en presentar la solicitud mediante un formulario preparado que se puede encontrar e imprimir desde la página web del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, mismo que se adjunta en el Anexo 1 y cuya inscripción tiene un valor de USD 108.00. En este formulario se especifica información como el título de la patente, datos del solicitante y del inventor en caso de ser diferentes personas, etc., pero la parte medular de esta solicitud es la “memoria descriptiva”, un documento que detalla con tal precisión el producto para el cual se intenta obtener la patente, que cualquier persona versada en el tema pueda elaborarlo, pero a la vez debe ser claro y conciso, sin repeticiones innecesarias. En especial este documento tiene importancia por las “reivindicaciones”, las cuales definen ampliamente el objeto para el que se solicita la protección, con detalles muy específicos, como formulaciones, cantidades, concentraciones, etc. Además es indispensable adjuntar dibujos y fórmulas.

Una vez presentada la solicitud, un perito o examinador externo no funcionario del IEPI la analiza y emite un informe desfavorable (en cuyo caso el solicitante tiene derecho a réplica) o favorable, lo cual genera la resolución de otorgar al solicitante el título de propiedad del invento, no sin antes cancelar una tasa de USD 54.00.

Este trámite puede demorar de 3 a 4 años desde que se ingresa la solicitud hasta la emisión de la resolución, tiempo durante el cual se debe cancelar una tasa de mantenimiento de

USD 28.00 anuales. De ser el caso de concederse la patente a un producto, se genera la obligación de cancelar esta tasa durante los 20 años que dura la protección.

Cabe recalcar que una vez iniciado el trámite, para conservar la condición de novedad, el producto en cuestión debe mantenerse en secreto durante los siguientes 12 meses, es decir, no puede salir al mercado ni ser objeto de publicaciones de la prensa ni de ningún otro tipo. La patente mundial del extracto botánico 100% natural SID está actualmente en trámite, la documentación ha sido ingresada ya al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, bajo la asesoría y representación de un abogado.

2.6. REGISTRO SANITARIO

La autoridad competente que regula el registro de productos agrícolas es la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD, encargada de otorgar los registros para que una persona natural o jurídica pueda dedicarse a la fabricación, formulación, importación, exportación, envasado y distribución de plaguicidas químicos o biológicos en Ecuador. Sin embargo, lo que se obtiene es un Registro de la empresa y del producto, el cual se otorga cuando ambos cumplen con los requisitos exigidos por esta entidad, en lugar del Registro Sanitario que es necesario para otro tipo de productos.

El proceso para la obtención del registro de la empresa es el siguiente:

- a. Presentar una solicitud de registro dirigida al Director Ejecutivo de AGROCALIDAD.

b. Adjuntar un expediente original y dos copias, los cuales deben contener todos y cada uno de los siguientes requisitos (establecidos en el Decreto 3609 del 20 de Marzo de 2003, el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería y las Directrices FAO para productos biológicos)⁶⁰.

1. Ingrediente activo: Nombre común propuesto o aceptado por la ISO y el INEN.
2. Las propiedades físicas del ingrediente activo puro; aspecto (estado físico, color, olor); punto de fusión, descomposición y ebullición; presión a vapor; solubilidad en el agua y solventes orgánicos entre 20 y 25 grados centígrados; coeficiente de participación entre el agua y un solvente no miscible.
3. Calidad técnica del ingrediente; procedencia; nombre y dirección del fabricante y dirección de las fábricas; aspecto (estado físico, color y olor); contenido mínimo y máximo de ingredientes activos expresados en porcentajes p/p; identidad y cantidad de isómeros, impurezas de otros subproductos, junto con información de su posible variación expresada en porcentaje p/p.
4. Producto formulado: Nombre y dirección del formulador; nombre comercial (propiedad industrial); clase de uso al que se destina (fungicida, herbicida, insecticida, etc.); tipo de formulado (polvo mojado en agua, concentrado emulsionable, etc.)

⁶⁰ www.agrocalidad.gov.ec/inocuidad/DECRETO3609.pdf (artículo 6).

5. Composición: contenidos de ingredientes activos de calidad técnica. Si existe más de un ingrediente activo se debe proporcionar separadamente la información para cada uno; contenido y naturaleza de otros componentes incluidos en la formulación, calidad técnica, coadyuvantes y componentes inertes; y contenido de agua cuando proceda; aspecto, estabilidad en almacén en las condiciones pertinentes declaradas (respecto a su composición y a las propiedades físicas relacionadas con el uso); densidad, sólo para líquidos; punto de inflamabilidad para líquidos y sólidos; si el producto es o no es inflamable; acidez y alcalinidad cuando proceda.

6. Propiedades físicas del producto formulado: humectabilidad (para polvo dispersable); espuma persistente (para formulación aplicada en agua); suspensibilidad (para polvos dispersables y concentrados en suspensión) análisis granulométrico en seco (para gránulos, polvo, etc.); estabilidad de la emulsión para concentrados emulsionables corrosividad, e incompatibilidades conocidas con otros productos: plaguicidas, fertilizantes, etc.

7. Información clara y detallada sobre los fines, a que se debe destinar el producto señalado:

- Instrucciones para su empleo.
- Dosis de aplicación en gr cc por HL (100 litros), según cada cultivo y plaga a combatir.
- Época y frecuencia de aplicación al igual que el método recomendado a seguirse.

- Intervalo de seguridad o de pre cosecha (tiempo de espera o fecha de última aplicación antes de la cosecha).
8. Nombre y domicilio de la casa fabricante y de la persona que solicita la inscripción con la debida justificación.
 9. Certificado de libre venta, para los usos autorizados del producto o fabricación, para exportación, excedido por organismos oficiales de agricultura o salud del país de origen, y autenticado por el Cónsul Ecuatoriano o el funcionario diplomático competente.
 10. Una muestra de los productos: terminado, técnico y de la materia químicamente para utilizarla en su formulación.
 11. Quien solicita el registro lo hace invocando la calidad de representante o importador autorizado, un certificado debidamente legalizado en que se confirme dicha calidad.
 12. Tres muestras de las etiquetas del plaguicida a registrarse elaboradas conforme a las normas INEN.
 13. La información toxicológica que permita establecer sus efectos en la vida humana, animal y en el medio ambiente.

Para obtener el registro del producto, se debe también cumplir con las Directrices para el Registro de Agentes Biológicos Destinados al Control de Plagas, inciso 2.1. *PLAGUICIDAS BIOQUÍMICOS (Extracto de plantas)* con el objeto de establecer la

identidad y la pureza biológica del agente bioquímico, para lo cual se debe facilitar información acerca de la taxonomía del producto y de sus propiedades físicas y químicas, además de la composición del producto acabado⁶¹:

1. Identidad del producto

a. Agente activo

- Nombre químico o sistemático, el que sea aplicable.
- Propiedades físicas y químicas
- Métodos de análisis
- Procedimientos de fabricación
- Estudios de la información de ingredientes involuntarios

b. Producto acabado

- Tipo de preparado, composición del preparado, naturaleza y cantidad del diluyente, finalidad e identificación de ingredientes no activos.
- Propiedades físicas y químicas
- Estabilidad del producto y efecto del almacenamiento y de otras condiciones en la actividad biológica
- Procedimientos de preparación

⁶¹ <http://www.agrocalidad.gov.ec/inocuidad/DIRECTRICESFAOPRODUCTOSBIOLOGICOS.pdf> (art.2.1.)

- Métodos de análisis

2. Propiedades biológicas del ingrediente activo

a. Usos proyectados y métodos de aplicación

- Método de aplicación y grado de especificidad
- Plaga o plagas destinatarias y cultivos o edificios que hay que proteger
- Dosis de aplicación
- Modalidad, dosis y frecuencia de aplicación

b. Datos experimentales

- Descripción de los protocolos y datos de los ensayos
- Limitaciones del empleo
- Estabilidad del agente bioquímico en diferentes condiciones meteorológicas

3. Datos toxicológicos

a. Datos toxicológicos primarios

AGENTE ACTIVO

- Toxicidad oral aguda

- Toxicidad dérmica aguda
- Toxicidad por inhalación
- Genotoxicidad aguda
- Inmunotoxicidad cuando proceda, según el tipo de agente bioquímico

PRODUTO ACABADO

- Toxicidad oral aguda
- Toxicidad dérmica aguda
- Toxicidad por inhalación
- Irritación de los ojos
- Irritación de la piel
 - a. Estudio de la exposición de los trabajadores (Si se teme una exposición considerable de ellos)
 - b. Estudios toxicológicos complementarios (Agente activo)

Cuando en los estudios primarios se encuentren expresiones de riesgo, se deberá solicitar los siguientes datos complementarios:

- Detección de la genotoxicidad
- Respuesta inmune
- Administración durante 90 días (una especie)

- Toxicidad dérmica a los 90 días (una especie)
- Estudios de la inhalación durante 90 días (una especie)
- Teratogenicidad
- Mutagenicidad
- Carcinogenicidad

4. Datos sobre residuos

- Identidad química de los residuos
- Naturaleza de los residuos (en las plantas y en el ganado)
- Métodos de análisis
- Límite máximo de residuos propuesto (si las concentraciones que se esperan exceden considerablemente los niveles del agente bioquímico natural)

5. Estudios del destino en el medio ambiente (agente activo)

- Toxicidad oral aguda para las aves
- Toxicidad para los peces
- Estudios con plantas no destinatarias del plaguicida
- Designación en el agua

- Absorción de materia orgánica en el agua y aglutinación con ella
 - Degradación en el suelo
 - Efectos en los organismos del suelo
- c. Incluir la factura por el valor de USD 500.00
- d. Entregar una muestra del producto a registrar y el estándar analítico en los laboratorios de AGROCALIDAD, para el control de calidad.

Una vez completado y aprobado todo este proceso, AGROCALIDAD emite el CERTIFICADO DE LIBRE VENTA, con el cual el producto puede ser fabricado, formulado, importado, exportado, envasado y distribuido.

CAPITULO III

ANALISIS SITUACIONAL EXTERNO

El presente capítulo ofrece un detallado retrato de varios aspectos de Estados Unidos, como su geografía, demografía, política, economía, cultura, etc. Todos estos son aspectos de cultura general acerca del país extranjero con el que hace negocios que todo buen negociador internacional debe conocer. Es conveniente tener siempre un tema de conversación con su interlocutor y mucho más, demostrar su cultura y conocimiento acerca de su país, con lo cual se dejará una buena impresión y hasta podría ser la puerta para entablar una relación más estrecha y de mayor confianza.

Además, es indiscutible el hecho de que el conocer a profundidad la situación económica de un país es totalmente necesario para decidir hacer negocios en el mismo, para continuar haciéndolo o terminar las relaciones comerciales, o para la toma de decisiones acertadas como ajustes de precios o aumentos de la oferta del producto.

En cuanto al aspecto social y cultural, también es importante ya que conociendo las costumbres, gustos y preferencias de la gente, se puede tener la pauta para hacer una publicidad más efectiva.

Conocer la cultura de negocios de un país es tan importante que incluso se han realizado extensos estudios acerca de este factor que puede llevar a cerrar tratos beneficiosos para ambas partes, los cuales hubieran podido fracasar de no haber sabido el negociador local como tratar correctamente a su contraparte.

Así mismo, conocer la geografía del país foráneo puede dar la pauta de otros mercados a los cuales es posible expandirse, mercados cercanos o con las mismas necesidades que puedan ser penetrados fácilmente y, conociendo la demografía del país extranjero se sabe, además de las características y estructura de la población, su tamaño y proyección de crecimiento lo cual afecta positiva o negativamente al tamaño del mercado al que se pretende alcanzar.

Por tales motivos, es necesario realizar el siguiente análisis de Estados Unidos.

3.1. CONTEXTO GEOGRAFICO

Los Estados Unidos de América es el tercer país más grande del mundo, después de Rusia y Canadá, y también el tercero más poblado, antecedido por China e India. Situado en el continente americano, bañan sus costas, al este el océano Atlántico y al oeste el océano Pacífico, limitando al norte con Canadá y al sur con México. Cuenta con un área de 9'826.675 km², más del doble del tamaño de toda la Unión Europea.

El clima en este país es temperado en su mayoría, aunque tropical en Hawái y Florida y ártico en Alaska. Un impedimento para el desarrollo lo constituyen los constantes desastres naturales por los cuales se ve afectado, los cuales van desde tsunamis y actividad sísmica en la cueca del pacífico, huracanes en el atlántico y las costas del Golfo de México, tornados en el medio oeste y sureste, deslizamientos de lodo en California, incendios forestales en el oeste e inundaciones en el norte de Alaska⁶². Un agravante para este problema es la preocupante contaminación del aire, por ser Estados Unidos el mayor emisor de dióxido de carbono proveniente de la quema de hidrocarburos fósiles, y como consecuencia, la lluvia ácida sobre este país y su vecino, Canadá; además de la contaminación del agua provocada por el escurrimiento de plaguicidas y fertilizantes.

⁶² The World Factbook –Central Intelligence Agency CIA

El recurso natural más importante del país del norte es el carbón, cuenta en su haber con una reserva de 491 mil millones de toneladas, un 27% del total mundial. Otros recursos naturales importantes son el cobre, plomo, uranio, oro, hierro, mercurio, níquel, plata, zinc, petróleo, gas natural y madera.

Por su parte, el estado de Florida, conocido mundialmente como el “Estado del Sol”, se ubica en la península del extremo sur de la costa este del país. Sus límites son el Golfo de México al oeste, el Océano Atlántico al este y al norte los estados de Georgia y Alabama. Siendo su capital la ciudad de Tallahassee, cuenta con una población de más de 18 millones y medio de habitantes en una extensión de 170.305 km². Este estado ha sido escogido como destino para las exportaciones del presente trabajo de tesis debido, fundamentalmente, al puerto marítimo de Miami, situado en la Bahía Vizcaína, el cual, además de ser reconocido por varios años como “La Capital Mundial de los Cruceros”, es también “La Puerta de Entrada del Cargo de las Américas”, lo cual le confiere una singular importancia para los propósitos de exportación. Y es que los más de 4 millones de pasajeros que pasan por este puerto, combinados con las más de 7.4 millones de toneladas de carga que son transportadas a través del mismo, crean alrededor de 176.000 plazas de trabajo y generan un impacto económico en el estado de aproximadamente 17 mil millones de dólares, 14 de los cuales se deben al comercio internacional.

3.2. CONTEXTO POLITICO Y ECONOMICO

3.2.1. Situación política

El nombre formal de esta nación es Estados Unidos de Norteamérica, comúnmente se usa el nombre corto: Estados Unidos o su abreviación US o USA en inglés y EEUU o EUA en español.

Su sistema de gobierno es el de una República Federal, basada en la constitución y en una fuerte tradición democrática, desde el 4 de julio de 1776, día de su independencia. Administrativamente, está dividido en 50 estados y 1 distrito, siendo Washington DC su capital, en donde se encuentra ubicada la “Casa Blanca”, el palacio de gobierno de este país, cuyo presidente desde el 20 de enero de 2009 es Barack Obama.

La carta magna de este país, que es el instrumento fundamental del gobierno de los Estados Unidos, “a lo largo de 200 años, ha guiado la evolución de las instituciones gubernamentales y ha proporcionado las bases para la estabilidad política, la libertad individual, el crecimiento económico y el progreso social”⁶³. Y es que esta constitución es la más antigua que aún se encuentre vigente en el mundo; debido a su gran sencillez y flexibilidad, a pesar de haber sido diseñada inicialmente para legislar a 4 millones de personas a lo largo de 13 estados, hoy en día, luego de solamente 27 enmiendas, rige, ampara y cubre las necesidades de más de 300 millones de ciudadanos en los 50 estados que conforman el país.

Al igual que en el Ecuador, las funciones gubernamentales están divididas en tres ramas: Ejecutiva, Legislativa y Judicial. La función Ejecutiva es ejercida por el presidente y el vicepresidente de la nación; los poderes Legislativos han sido conferidos a un Congreso dividido en dos cámaras, un Senado (con dos representantes por estado, es decir cien miembros) y una Cámara de Representantes (cuyo número de miembros es proporcional a la población de cada estado, hoy cuenta con 435 representantes); finalmente, la función judicial es responsabilidad de un sistema de tribunales repartidos a lo largo y ancho del país y encabezado por la Corte Suprema de los Estados Unidos.

Al ser un país tan grande, existe la necesidad de contar con una serie de gobiernos que estén en contacto más directo con la población y sean más acordes con sus necesidades. Es por ello que, el sistema de gobierno es en realidad un mosaico formado por miles de unidades más pequeñas, donde figuran los gobiernos de los estados y, en cada uno de ellos,

⁶³ Semblanza del Gobierno de los Estados Unidos, p. 6.

autoridades que gobiernan condados, ciudades, pueblos y aldeas. Interactúan entonces, tres niveles de gobierno: el Federal, el Estatal y el Local. Así pues, ciertas funciones –como la defensa, la regulación monetaria y las relaciones exteriores- solo pueden ser manejadas por el gobierno central. En cambio otras –como la sanidad, la educación y el transporte local- son atendidas por jurisdicciones locales⁶⁴.

Sin embargo, cabe aclarar que la Constitución de los Estados Unidos es “la suprema ley del país”, es decir, se encuentra por encima de gobiernos locales. Consecuentemente, las constituciones estatales o leyes aprobadas por autoridades de los estados o por el Congreso Nacional, no tienen validez cuando estén en conflicto con la carta magna.

En este país, dos son los más importantes partidos políticos: el Partido Demócrata (actualmente en el gobierno), de tendencia liberal; y el Partido Republicano, de ideología conservadora, principal opositor del gobierno de Barack Obama.

3.2.2. Situación económica

3.2.2.1. Introducción

El término “Capitalismo” fue ideado por primera vez por el economista alemán Karlos Marx, quien describe bajo esta expresión un sistema económico en el que un pequeño grupo de acaudalados hombres tienen el control sobre el dinero y toman las decisiones más importantes en función de la maximización de sus ganancias. En contraposición, en un sistema económico “Socialista” el poder es conferido al gobierno, el cual procuraría una distribución más igualitaria de los recursos entre todos los habitantes, antes que grandes ganancias.

⁶⁴ Semblanza del Gobierno de los Estados Unidos, p. 102.

Hoy en día, el concepto del Capitalismo puro ha quedado en desuso, como lo evidencian los sistemas económicos de Estados Unidos, así como de muchos otros países, que pese a otorgar un papel fundamental a la empresa privada, han sabido intervenir oportunamente con el objetivo de limitar la concentración del poder y atender problemas sociales derivantes de intereses comerciales sin control. En tal virtud, la economía Estadounidense puede definirse de mejor manera como una economía “Mixta” en la que interactúa el sector privado con el gobierno.

3.2.2.2. Elementos de la economía de los Estados Unidos

En todo sistema económico, de cualquier nación del mundo, el primer elemento básico lo componen sus recursos naturales, elemento con el cual Estados Unidos ha sido muy bendecido, no solamente por sus abundantes recursos minerales y tierras fértils, sino también por las extensas costas con las que cuenta en ambos océanos, el Pacífico y el Atlántico, así como en el Golfo de México; además de los ríos que se adentran en el espacio continental, siendo Los 5 Grandes Lagos (Superior, Erie, Ontario, Hurón y Míchigan) un acceso más para la navegación. Todo este espacio acuático ha contribuido también al desarrollo y unión económica de esta gran nación.

Un segundo componente de las economías de los países es el trabajo, con el que se transforman los recursos en bienes. La cantidad disponible de mano de obra y, lo que es más, su productividad, determinan el desarrollo económico. En Estados Unidos este recurso también es abundante, en gran medida gracias a la cuantía de inmigrantes a los que, a lo largo de su historia, ha acogido, quienes han podido encontrar en esta nación, un lugar propicio para su desarrollo económico, mucho mayor al que hubieran aspirado en sus países natales, a pesar de muchas veces, estar dispuestos a recibir un salario menor al que a un ciudadano americano habría que pagarle. El progreso entonces, es bilateral: se enriquecen los migrantes y se enriquece la patria, dando lugar, a su vez, a una capacidad mayor de albergar a nuevos visitantes permanentes.

A pesar de ser supremamente importantes, estos dos recursos de nada servirían si no son organizados y dirigidos con eficiencia. En los Estados Unidos, esta función es desempeñada por los gerentes, de acuerdo a las señales del mercado, en estructuras organizacionales de las empresas con un modelo de mando de arriba hacia abajo, donde las altas jerarquías gerenciales toman las decisiones que se distribuyen a lo largo de toda la organización. Sin embargo, muchas empresas hoy en día, están adoptando un sistema más “aplanado” de mando, en donde se eliminan muchos de los puestos gerenciales y la delegación de autoridad toma gran importancia.

El esquema de entidad empresarial más común en Estados Unidos, por su probada eficacia, es la Corporación, en la cual un grupo de accionistas, voluntariamente, forman una empresa comercial regida por un complejo conjunto de reglas y costumbres, que el gobierno ha desarrollado en pro de la seguridad y solidez, tanto de las corporaciones como de las instituciones financieras de las cuales las primeras obtienen los recursos monetarios para sus operaciones.

3.2.2.3. El papel del mercado y del gobierno en la economía estadounidense

Según Michael Parkin, en su obra “Microeconomía, versión para Latinoamérica”, la ley de la demanda afirma que: “con otras cosas constantes, cuanto más alto es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada”⁶⁵. En contraposición, la ley de la oferta reza que “con otras cosas constantes, cuanto más alto es el precio de un bien, mayor es la cantidad ofrecida”⁶⁶. Esta teoría se torna en una contundente realidad dentro de la economía estadounidense, cuyas compañías, al detectar oportunidades de una demanda creciente, se dedican a producir más unidades del bien demandado. Así mismo, cuando por cierto producto o servicio la demanda se reduce, los precios caen y las empresas deben empezar a producir otro tipo de bienes o, desaparecer del mercado.

⁶⁵ M. Parkin, 2001, **Microeconomía, versión para Latinoamérica**, p. 57.

⁶⁶ Ibid, p. 62.

Todo este escenario se desarrolla en una economía de libre mercado, en donde el gobierno no interviene en gran medida, sin embargo, lo hace cuando se trata de corregir situaciones que están fuera del alcance de las fuerzas del mercado, como cuando existen “monopolios naturales” y en cuatro áreas económicas principalmente:

ESTABILIZACION Y CRECIMIENTO: El gobierno federal, a través de dos herramientas: la política fiscal, con la que ajusta el gasto público y las tasas de impuestos; y la política monetaria, con la cual se controla la oferta de dinero y el uso del crédito, incluyendo las tasas de interés, el gobierno puede influir y tomar medidas dependiendo de las situaciones específicas, con el objeto de dirigir el ritmo general de la actividad económica y así, mantener un crecimiento constante, altos niveles de empleo y estabilidad en los precios⁶⁷. La política fiscal en esta nación es dirigida por el banco central del país, llamado Junta de la Reserva Federal, que actúa independientemente del presidente y el congreso.

REGULACION Y CONTROL: La empresa privada se ve regulada por parte del régimen en varios aspectos. Mediante la regulación económica se trata de controlar los precios directa o indirectamente, en especial los de los monopolios y de ciertos sectores que necesitan ayuda.

Por otra parte, el gobierno controla que las empresas alcancen metas sociales como la protección de la salud y la seguridad del público o el cuidado del medio ambiente.

SERVICIOS DIRECTOS: Brindados en todos los niveles administrativos, federal y estatal, en servicios que van desde la defensa nacional y exploración del espacio hasta construcción y mantenimiento de carreteras y financiamiento de escuelas, etc.

⁶⁷ Economía de los Estados Unidos, p. 12

ASISTENCIA DIRECTA: Enfocada principalmente hacia personas de escasos recursos, ancianos y desempleados y hacia la pequeña empresa presentándose en forma de tasas de interés bajas y asistencia técnica.

3.2.2.4. Comercio exterior y políticas de economía global

La tendencia económica proteccionista de Estados Unidos hacia su economía dio un giro de 180 grados a partir de la Gran Depresión de la década de los 30 y de la Segunda Guerra Mundial, desde entonces, esta nación ha tratado, en términos generales, “de reducir las barreras al comercio y coordinar el sistema económico mundial⁶⁸”, no solamente con el objetivo de beneficiar sus intereses económicos sino también para la construcción de relaciones armoniosas entre países.

PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS DEL COMERCIO ESTADOUNIDENSE

El libre comercio mundial fomenta el acceso de productores locales a grandes mercados extranjeros, brindando a los consumidores locales mayores opciones de consumo; la competencia internacional ayuda a mantener precios bajos para muchos bienes, reduciendo la inflación; el beneficio para todos los países consiste en el logro de economías de localización, el crecimiento económico, la estabilidad social y la democracia, que a la vez favorecen a la prosperidad mundial, el estado de derecho y la paz en las relaciones internacionales⁶⁹.

En virtud de este, que es el pensar de los estadounidenses, y con el fin de lograr un sistema de comercio abierto que permita un acceso libre y no discriminatorio a los diferentes destinos, Estados Unidos concede a las naciones que actúen recíprocamente, acceso

⁶⁸ Economía de los Estados Unidos, p. 125

⁶⁹ Ibid, p. 128

favorable a sus mercados. Más aun, los esfuerzos de este país, en últimas épocas, han dado un paso adelante, con sus intentos por transparentar leyes y prácticas comerciales entre estados, por liberalizar sus industrias y no permitir la discriminación a empresas extranjeras y por implantar normas mínimas en materia laboral y del cuidado del medio ambiente, ya que no puede permitirse la explotación de trabajadores o el perjuicio ambiental en nombre de la “eficiencia”.

Estados Unidos ha celebrado algunos acuerdos de comercio preferente con distintas naciones, bloques y regiones a nivel mundial, favoreciendo un tanto más a naciones pobres o en vías de desarrollo, como lo demuestra el Sistema Generalizado de Preferencias de los EEUU o la Iniciativa para la Cuenca del Caribe.

Por otro lado, los países que “violan los derechos humanos, apoyan el terrorismo, toleran el tráfico de drogas o son una amenaza para la paz internacional⁷⁰” reciben represalias comerciales mediante la restricción de sus importaciones al mercado Estadounidense. Entre los países que han figurado en esta lista de países restringidos están: Birmania, Corea del Norte, Cuba, Irán, Iraq, Libia, Sudán y Siria.

MULTILATERALISMO, REGIONALISMO Y BILATERALISMO

Sea entre varias y diferentes naciones, entre bloques, regiones o con una nación en específico, los Estados Unidos han buscado siempre establecer acuerdos que favorezcan al libre comercio. Varias Rondas de Negociación han sido realizadas a lo largo de la historia, destacándose la Ronda de Kennedy en 1962 en la que se firmaron acuerdos con 53 países que representaban el 80% del comercio mundial para reducir los aranceles en un promedio de 35%. Posteriormente, en la Ronda de Tokio de 1979, otro centenar de naciones lograron recortes adicionales y la flexibilización de barreras no arancelarias como cuotas y requisitos. La Ronda de Uruguay que inicio en 1986 y concluyó casi una decena de años

⁷⁰ Economía de los Estados Unidos, p. 130

más tarde logró aún mayores recortes de aranceles y barreras no arancelarias, subsidios agrícolas y la creación de medidas de protección a la propiedad intelectual, siendo lo más destacable de esta ronda, que dio lugar a la creación de la Organización Mundial de Comercio, mecanismo para la resolución de disputas de comercio internacional, cuyo antecesor, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT (por sus siglas en inglés), había sido creado como parte de un plan de regulación económica, posterior a la Segunda Guerra Mundial.

Así mismo, se ha logrado diversos acuerdos entre regiones o entre Estados Unidos y un país particular, entre estos programas preferenciales podemos enumerar El Sistema Generalizado de Preferencias, El Sistema Generalizado de Preferencias Para los Países Menos Desarrollados, El Acta de Recuperación Económico de la Cuenca Caribeña, El Acta de Oportunidad Para el Crecimiento Africano, El Área de Libre Comercio Estados Unidos Israelí, El Acta de Implementación del Área de Libre Comercio Estados Unidos Jordán, Acta de Preferencia Comercial Andina, El Acta de Sociedad Comercial Caribe Estados Unidos, El Acuerdo de Comercio libre entre Chile y Estados Unidos, El Acuerdo de Comercio libre entre Singapur y Estados Unidos, El Acuerdo de Comercio libre entre Australia y Estados Unidos, El Acuerdo de Comercio libre entre Moroco y Estados Unidos. Adicionalmente programas reducción de impuestos a productos específicos han sido implementados para ciertas partes químicas, farmacéuticas, automotores, y productos de aviación y sus componentes⁷¹.

Las preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA por sus siglas en inglés), son concedidas a Ecuador, Perú, Bolivia y Colombia como recompensa a la lucha de estos países contra el narcotráfico. El pasado 29 de Diciembre, el presidente Barack Obama promulgó la extensión de estas preferencias por un año para el Ecuador, y ratificó la decisión de dejar fuera del acuerdo a Bolivia. El Ecuador también se beneficia del Sistema Generalizado de Preferencias, el cual es un programa que asiste a un gran grupo de países menos desarrollados.

⁷¹ Perfil USA, Publicaciones Corpei, p. 8

3.2.2.5. Situación económica actual

El país del norte concentra actualmente sus esfuerzos en la recuperación de la crisis económica más fuerte que lo ha azotado desde el “Crack de la Bolsa”, la más devastadora caída del mercado de valores, en 1929, sin embargo, el presente proyecto de exportación podría contar con una gran acogida debido justamente a la actual crisis económica de los EE.UU.

Crisis provocada por varios motivos, entre los cuales son importantes de mencionar la irresponsabilidad con la que se otorgaron los créditos hipotecarios a personas que finalmente no pudieron pagar dichas obligaciones que provocaron la crisis inmobiliaria. Pero sobre todo el motivo más importante de la crisis actual se da por el alto endeudamiento por el que atraviesa el país del norte, otra vez potencia económica mundial, que ha desencadenado grandes manifestaciones de desacuerdo por parte de la clase trabajadora quienes ven amenazados sus puestos de trabajo en vista de las medidas económicas que se ven venir, más temprano que tarde.

Medidas económicas que incluirían la reducción de plazas de trabajo en las grandes corporaciones, disminución de las prestaciones sociales, incremento de las tasas de interés, recortes en el gasto público y por supuesto una revisión de los subsidios, entre los cuales el subsidio a la agricultura le significa a EE.UU. cifras extremadamente altas por año.

Al eliminarse estos subsidios, el sector agrícola tratará de ser más eficiente y de reducir al máximo los costos de producción y un producto como SID, podría ser un aporte importante para lograr dicho objetivo pues el precio de venta por galón en comparación con otros productos similares es mucho menor y definitivamente reduciría los costos de producción con mejores resultados de calidad.

3.2.2.6. Datos e indicadores económicos de Estados Unidos

PRODUCTO INTERNO BRUTO (GROSS DOMESTIC PRODUCT)

Según el Banco Central del Ecuador, el Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Las siguientes cifras han sido registradas por el “Bureau of Economic Analysis” de Estados Unidos:

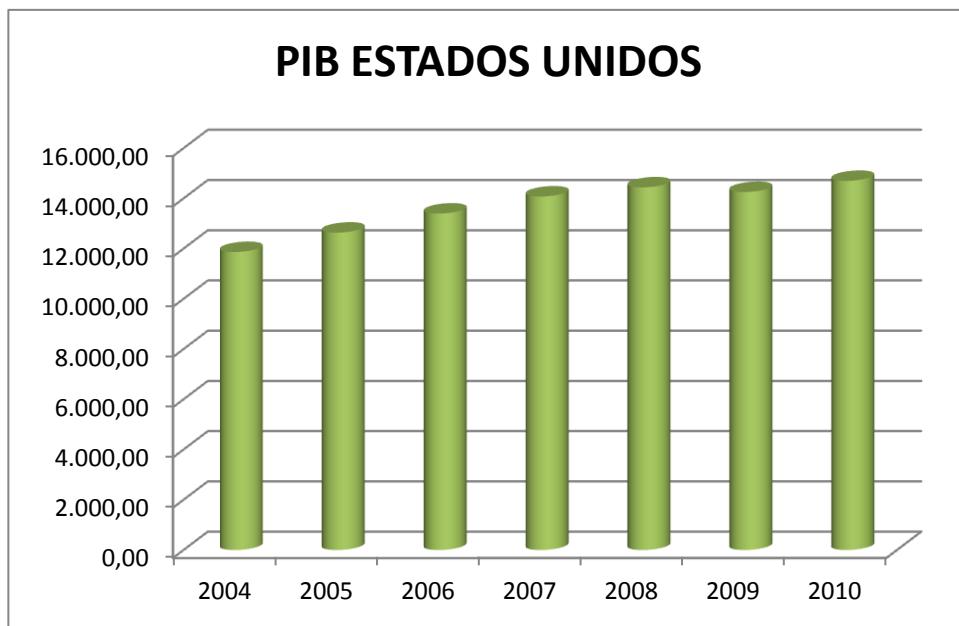
TABLA 3.1: PRODUCTO INTERNO BRUTO ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010

AÑO	VALOR EN USD BILLONES	VALOR EN USD MILLONES	% VARIACION
2004	11,867.80	11,867,800	-
2005	12,638.40	12,638,400	6.49
2006	13,398.90	13,398,900	6.02
2007	14,077.60	14,077,600	5.07
2008	14,441.40	14,441,400	2.58
2009	14,256.30	14,256,300	-1.28
2010	14,700.00	14,700,000	3.11

FUENTE: Bureau of Economic Analysis, www.bea.gov

ELABORADO POR: El autor

GRÁFICO 3.1: EVOLUCION PRODUCTO INTERNO BRUTO ESTADOS UNIDOS
2004 AL 2010



FUENTE: Bureau of Economic Analysis, www.bea.gov

ELABORADO POR: El autor

Como se puede observar, a pesar de que el Producto Interno Bruto de Estados Unidos ha tenido un crecimiento hasta el año 2008, este porcentaje ha ido disminuyendo en cantidad, hasta llegar a un valor negativo en el 2009, debido a la crisis económica de la cual el mundo entero aún siente sus secuelas, sin embargo, en el 2010 se ha recuperado considerablemente la economía de los Estados Unidos teniendo un incremento del 3.11% del Producto Interno Bruto con respecto al año anterior.

En el año 2008, el porcentaje de participación del estado de Florida en el PIB nacional de Estados Unidos fue de USD 744,120 millones de dólares, es decir, aproximadamente un 5.25%, precedido únicamente por tres estados: California (13.04%), Texas (8.64%) y Nueva York (8.08%). El listado completo de la participación de cada estado en el PIB de este país se encuentra en el Anexo 2.

TASA DE INFLACION

La inflación, o crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de la economía estadounidense, a lo largo del tiempo, se ha comportado de la siguiente manera:

TABLA 3. 2: INFLACION ESTADOS UNIDOS 2007 A 2010

AÑO	INFLACION	VARIACION
2004	2.50%	-
2005	3.20%	28.00%
2006	2.50%	-21.88%
2007	2.86%	14.40%
2008	3.79%	32.52%
2009	-0.39%	-110.29%
2010	1.72%	-541.03%

FUENTE: www.indexmundi.com
ELABORADO POR: El autor

GRÁFICO 3.2: INFLACION ESTADOS UNIDOS 2007 A 2009



FUENTE: CIA Factbook
ELABORADO POR: El autor

Los datos indican que la inflación en el país norteamericano, es decir, el índice de precios al consumidor, ha ido aumentando anualmente (excepto en el 2006), hasta que en el año 2009 sufren una caída considerable. Esto se debe a que en ese año la crisis económica estalló y la gente tuvo menos poder adquisitivo, es decir, la demanda de bienes y servicios bajó mucho y por lo tanto, los precios tuvieron que bajar, como lo dicta la ley macroeconómica de la oferta y la demanda.

TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo en un país está dada por la proporción entre la fuerza total de trabajo y la suma de todas aquellas personas que tienen deseos de trabajar y están legalmente habilitadas para hacerlo, pero no encuentran una plaza de trabajo. Este índice en Estados Unidos había ido disminuyendo desde el 2004 hasta que en el 2007 la tasa de desempleo aumenta alarmantemente a partir del 2008, llegando a índices que casi doblan la cifra de 6 años atrás, nuevamente, debido a la crisis económica.

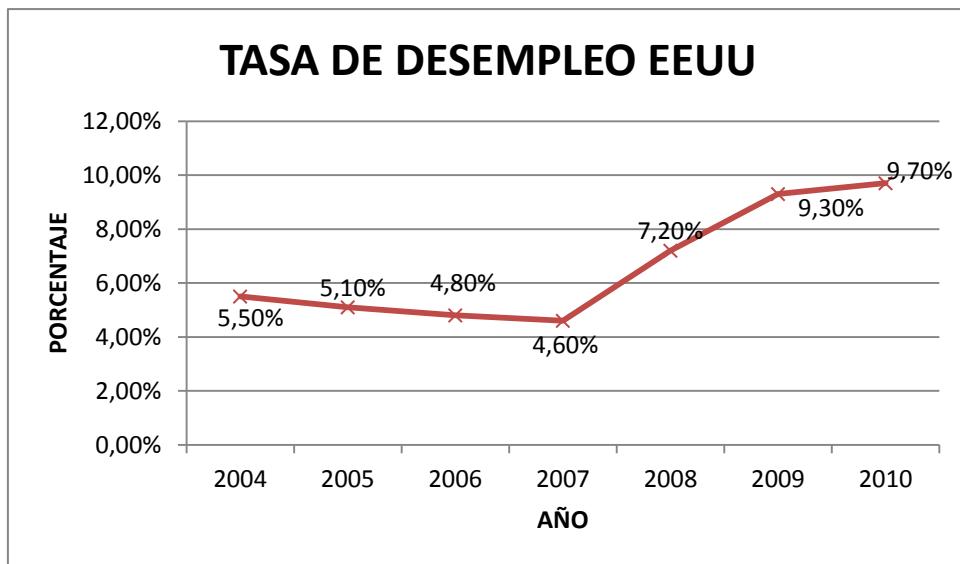
TABLA 3. 3: TASA DE DESEMPLEO ESTADOS UNIDOS 2004 A 2010

AÑO	TASA DESEMPLEO	VARIACION
2004	5.50%	-
2005	5.10%	-7.27%
2006	4.80%	-5.88%
2007	4.60%	-4.17%
2008	7.20%	56.52%
2009	9.30%	29.17%
2010	9.70%	4.30%

FUENTE: www.indexmundi.com

ELABORADO POR: El autor

GRÁFICO 3.3: TASA DE DESEMPLEO ESTADOS UNIDOS 2004 A 2010



FUENTE: www.indexmundi.com
ELABORADO POR: El autor

BALANZA COMERCIAL

Por otro lado, tenemos la Balanza Comercial estadounidense, que muestra la relación entre las importaciones y las exportaciones de esa nación. La evolución desde el año 2004 hasta el 2010 se encuentra resumida en la siguiente tabla y gráfico, cuyos datos han sido obtenidos de la herramienta comercial que constituye la pagina web www.trademap.org y en los cuales se refleja que la balanza comercial es siempre negativa, es decir, que Estados Unidos importa más de lo que exporta al mundo.

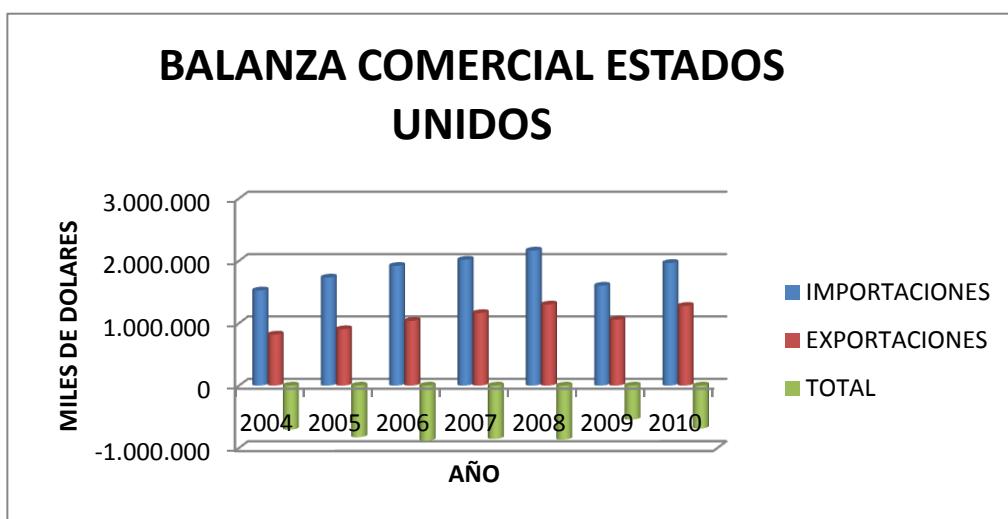
TABLA 3. 4: BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010

	VALOR EN MILES USD						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
IMPORTACIONES	1,525,268	1,732,320	1,918,997	2,017,120	2,164,834	1,601,895	1,966,496
EXPORTACIONES	817,905	904,339	1,037,029	1,162,538	1,299,898	1,056,712	1,277,109
TOTAL	-707,363	-827,981	-881,968	-854,582	-864,936	-545,183	-689,387

FUENTE: www.trademap.org

ELABORADO POR: El autor

GRÁFICO 3.4: BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS 2004 AL 2010



FUENTE: www.trademap.org

ELABORADO POR: El autor

Los principales socios comerciales de Estados Unidos son China, Canadá, México, Japón y Alemania y los principales productos importados por este país son petróleo, equipos electrónicos, reactores nucleares, vehículos y comodities; por el contrario, los productos que Estados Unidos vende al mundo principalmente son: reactores nucleares, equipos electrónicos, vehículos, derivados de petróleo y equipo aéreo y espacial.

TABLA 3.5: BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR – EEUU

BALANZA COMERCIAL ECUADOR-ESTADOS UNIDOS							
Valor FOB / Miles USD							
Actividad	2005	2006	2007	2008	2009	2010*	TCPA 2005-2009
Exportaciones	5,016,890	6,791,464	6,142,066	8,350,193	4,571,285	4,337,271	-2.30%
Importaciones	1,736,767	2,596,237	2,617,248	3,317,822	3,576,915	3,558,435	19.80%
Balanza Comercial	3,280,123	4,195,227	3,524,817	5,032,372	994,370	778,836	-25.80%

Fuente: Banco Central del Ecuador / Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York

TABLA 3.6: BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR – EEUU

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR-ESTADOS UNIDOS							
Valor FOB / Miles USD							
Actividad	2005	2006	2007	2008	2009	2010*	TCPA 2005-2009
Exportaciones	1,239,553	1,442,999	1,415,941	1,570,518	1,586,844	1,094,606	6.37%
Importaciones	1,669,415	1,685,002	2,157,572	2,932,160	2,731,335	2,536,340	13.10%
Balanza Comercial	-429,862	-242,003	-741,631	-1,361,642	-1,144,491	-1,441,735	27.74%

Fuente: Banco Central del Ecuador / Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York

En cuanto al comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos, la relación es favorable para el país andino, habiendo aumentado desde el año 2005 hasta el 2008, a partir del cual las exportaciones ecuatorianas a Estados Unidos han disminuido casi a la mitad, lo cual no ha sucedido con las importaciones que, por el contrario han tenido un crecimiento continuo durante el período estudiado.

Sin embargo, este saldo favorable es provocado específicamente por el elemento “petróleo”. Tal situación se evidencia en la Balanza No petrolera, en donde existe un déficit y lo que es más, una evolución en las exportaciones del 6.37% únicamente mientras que las importaciones crecen en un 13% en el mismo período.

Otros indicadores importantes que se pueden encontrar en la página web de la CIA son:

Población que vive bajo la línea de pobreza: 15.1% (estimados del 2010)

Tasa de interés activa: 3.25% (al 31 de Diciembre de 2010)

Deuda externa: Casi USD 14.71 trillones (al 30 de Junio de 2011)

El ingreso promedio de los habitantes de Estados Unidos, PIB per cápita, había tenido siempre un cambio porcentual positivo año a año, sin embargo, en 2009 se registró una disminución en el ingreso promedio que perciben los habitantes estadounidenses, colocándose en una cifra de USD 46.442, aumentando un poco esta cifra para el año 2010 en que el ingreso promedio de los estadounidenses fue de USD 47.200, ubicándose en el puesto número 11 a nivel mundial.

3.3. CONTEXTO DEMOGRAFICO

3.3.1. Características de la población: una historia de migración

Los Estados Unidos de Norteamérica alberga a inmigrantes extranjeros como ningún otro país en el mundo. Desde las épocas coloniales, en las que no solamente arribaron conquistadores Ingleses, también lo hicieron desde diversas naciones europeas como España, Portugal, Francia, Holanda, Alemania y Suecia, tan es así que, Thomas Paine, un vocero de la causa revolucionaria proclamó “Europa, y no Inglaterra, es la madre patria de los Estados Unidos”.

Entre 1840 y 1860 Estados Unidos recibió a la primera gran congregación de inmigrantes europeos. El hambre, las malas cosechas, el crecimiento de la población y la inquietud

política⁷² eran los causantes de que aproximadamente 5 millones de personas abandonasen su país de origen al año; hoy, alrededor de 40 millones de estadounidenses son de origen irlandés, el 22% de los ciudadanos estadounidenses tiene raíces alemanas y alrededor de 6 millones de judíos habitan el país del norte, por citar solamente algunos de tantos ejemplos.

No podemos olvidar a los inmigrantes forzados, los negros africanos, 500.000 de los cuales, en calidad de esclavos, fueron “importados” hacia Estados Unidos entre 1690 y 1808. La Proclamación de la Emancipación, dictada por el entonces presidente Abraham Lincoln el 1 de enero de 1863 puso fin a la terrible práctica de la esclavitud, sin embargo, no ha logrado la sociedad, hasta el día de hoy, poner un fin absoluto a los prejuicios y la marginación, de las cuales siguen siendo víctimas los afro-americanos, pese a diversas leyes que prohíben su discriminación en diversos aspectos de la cotidianidad como son la educación, el empleo, la vivienda, las elecciones, etc. A épocas actuales se cuenta con un 12.3% de habitantes afro-estadounidenses.

En 1924, por primera vez en la historia de los Estados Unidos se aprobó una ley (Ley Johnson-Reed) que ponía límites al número de personas que podía ingresar a este país, ya que el flujo de inmigrantes era tan cuantioso que la cultura propiamente estadounidense estaba siendo amenazada y además, la ciudadanía en general estaba muy preocupada con respecto a los trabajos que estaban perdiendo, porque los recién llegados estaban dispuestos a aceptar un salario inferior. Dicha ley excluía expresamente la entrada de forasteros

Asiáticos, el prejuicio racial contra este grupo humano era muy marcado. La revocatoria de la ley se dio en 1943, permitiendo así, que un número cercano a los 10'000.000 de asiáticos habiten hoy por hoy tierra estadounidense.

⁷² Retrato de los Estados Unidos, p. 4

Los provenientes de naciones de habla hispana llegan hoy a ser alrededor de 35'000.000, 50% de las cuales han llegado desde México. El estado con más concentración de hispanoparlantes es el de California, que acoge al 32% de la población total hispana, seguido de otros estados como Texas, New York, Florida e Illinois.

Cerca de 5 millones es el número estimado por el Servicio de Inmigración y Naturalización de los Estados Unidos acerca de los inmigrantes ilegales residentes en el país, y su número crece en 275.000 al año. La preocupación se centra en el desplazamiento de las plazas de trabajo hacia estas personas que pueden aceptar una paga inferior, dejando sin trabajo a los estadounidenses y significando una gran carga para la seguridad social. A este respecto, luego de la ley de 1990 con la cual aproximadamente 900.000 personas pudieron legalizar su situación, el gobierno impone fuertes sanciones a empresas que contraten mano de obra ilegal.

Ocupan también un pequeño, pero importante lugar los nativos norteamericanos, quienes han dado un vivo ejemplo de fortaleza ya que, a pesar de haber sido, en innumerables ocasiones obligados a ocupar espacios de tierra inservible llamados “reservas” y tener que depender de la ayuda del estado, en la actualidad existen cerca de 3'000.000 de indios nativos y solamente un tercio de ellos sigue viviendo en las reservas. Algunas tribus se han extinguido, otras han perdido su idioma y cultura, pero su presencia sigue siendo trascendente en la demografía de los Estados Unidos.

En el año 2000, la ley de inmigración estableció un límite de 675.000 inmigrantes al año. En aquel año, la población extranjera ascendía a más de 28'000.000 de personas; dicha ley pretende atraer trabajadores calificados y profesionales a EEUU concediendo visados de “diversidad”.

3.3.2. Tamaño y distribución de la población

Los datos de la población estadounidense, estimada hasta julio del año 2009, arrojan una cifra de 307'212.123 habitantes, pronosticando una tasa de crecimiento anual del 0.97 para el 2010.

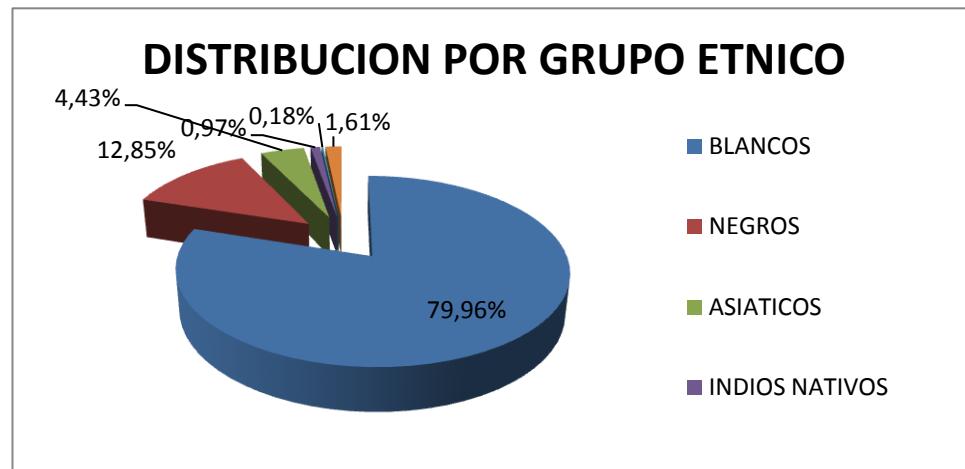
La distribución por grupos étnicos de la población estadounidense se presenta en la siguiente tabla y gráfico, según datos obtenidos de la biblioteca de la “Central Intelligence Agency CIA”:

TABLA 3.7: DISTRIBUCION POBLACIONAL POR GRUPO ETNICO

GRUPO ETNICO	PORCENTAJE
BLANCOS	79.96%
NEGROS	12.85%
ASIATICOS	4.43%
INDIOS NATIVOS	0.97%
HAWAIANOS Y OTRAS ISLAS DEL PACIFICO	0.18%
DOS O MAS RAZAS	1.61%
TOTAL	100.00%

FUENTE: www.indexmundi.com
ELABORADO POR: El autor

GRÁFICO 3.5: DISTRIBUCION POR GRUPO ETNICO

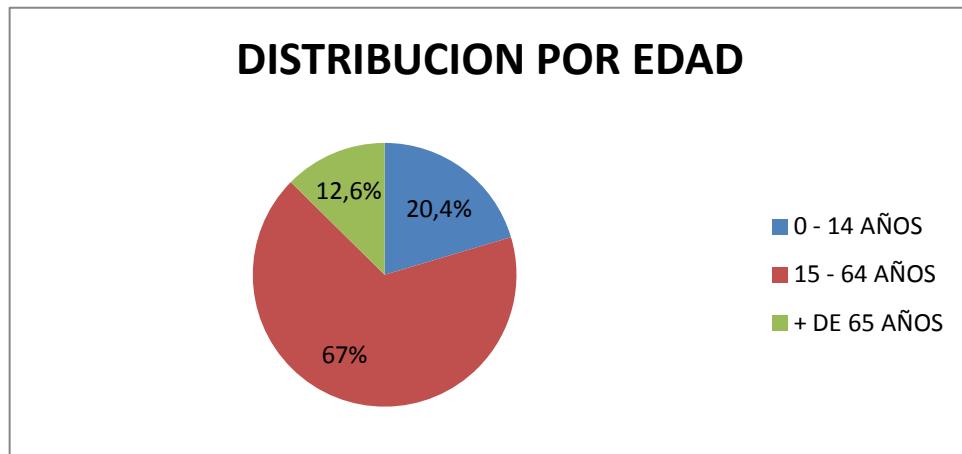


FUENTE: www.indexmundi.com
ELABORADO POR: El autor

No existe una ramificación separada para el grupo Hispano ya que el Census Bureau de Estados Unidos define *Hispano* como una persona de descendientes Latinoamericanos que vive en dicho país y que puede ser de cualquier raza o grupo étnico (blanco, negro, asiático, etc.): alrededor de un 15.1% del total de la población estadounidense es Hispana.

De la población total, el 20.4% está en la edad comprendida entre 0 y 14 años; 67% de 15 a 64 años y el restante 12.6% de la población tiene más de 65 años, como lo muestra el siguiente gráfico:

GRÁFICO 3.6: DISTRIBUCION POR EDAD



FUENTE: www.indexmundi.com
ELABORADO POR: El autor

Por cada hombre en Estados Unidos, existe 1.05 mujeres. La distribución por sexo se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 3.7: DISTRIBUCION POBLACIONAL POR SEXO



FUENTE: www.indexmundi.com

ELABORADO POR: El autor

Otros datos:

El índice de desarrollo humano (IDH) con el que las Naciones Unidas mide la libertad y la formación de las capacidades humanas de cada país, ubica a Estados Unidos en el puesto No. 12, el primer lugar lo ocupa Islandia y el último, Sierra Leona⁷³.

La esperanza de vida de los ciudadanos estadounidenses es de 77.9 años⁷⁴.

El índice de migración neta de este país es de 4.32 migrantes por cada 1.000 habitantes. Este es un ratio que indica la diferencia entre el número de personas que ingresan y que

⁷³ hdr.undp.org (Human Development Reports – United Nations Development Programme)

⁷⁴ Ibid

salen de un país, cuando existe un exceso de personas entrantes, el valor es expresado en forma positiva, como en el caso de Estados Unidos, de lo contrario, el número estuviese antecedido por un signo negativo.

Un 51.3% de los habitantes practican la religión Protestante, seguidos de quienes practican el catolicismo, 23.9% y comparten el tercer lugar los Mormones y los Judíos con apenas una participación del 1.7% cada uno.

Los dos idiomas más hablados en Estados Unidos son el inglés (82.1%) y el español (10.7%).

3.3.3. Proyección del crecimiento poblacional

La Oficina de Censos de Estados Unidos (U.S. Census Bureau) ha hecho 3 proyecciones del crecimiento poblacional al año 2050: la serie alta, la serie media y la serie baja, cada una de las cuales arroja números que fluctúan en un rango muy amplio. Estas estimaciones las hace basadas en supuestos acerca de 3 factores:

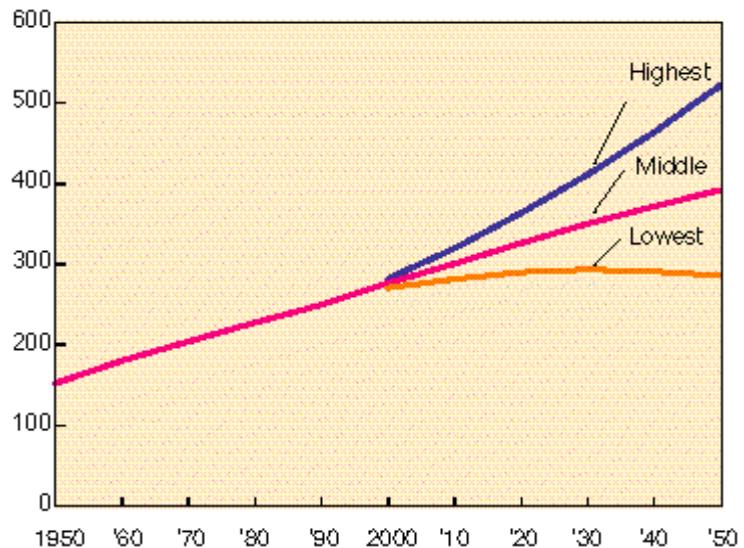
Fertilidad: se asume que, para la serie media, la fertilidad será constante, es decir, aproximadamente 2.1 nacimientos por mujer. En la serie alta se asume 2.6 nacimientos por mujer y en la serie baja 1.9.

Expectativa de vida: se espera, para la serie media, que aumente a 82.6 años en el año 2050. Para la serie alta se asume un incremento mayor, de 87.5 años y para la serie baja el descenso será a 75.3 años.

Migración: se asume para la serie media que la migración seguirá constante en 880.000 personas al año. El amplio rango en el que se estima este factor (1'370.000 personas al año para la serie alta y 350.000 en la baja) refleja la incertidumbre acerca del flujo de migrantes.

Establecidas dichas suposiciones, se ha planteado el siguiente gráfico, cuya serie media proyecta para el año 2050, una población estadounidense de 392'000.000, es decir, el crecimiento poblacional será de aproximadamente 29% en un poco más de 40 años.

GRÁFICO 3.8: ESTIMADOS Y PROYECCIONES POBLACIONALES: 1950 A 2050



FUENTE: www.census.gov
ELABORADO POR: El autor

3.4. CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL

3.4.1. Las artes y cultura estadounidense

Como se ha mencionado anteriormente, la historia del pueblo estadounidense es una historia de migración y diversidad, en épocas antiguas, se exaltaba la necesidad de que los

recién llegados se olvidaran de su cultura, costumbres y tradiciones para adaptarse a la de este país, sin embargo, en la actualidad, los estadounidenses han aprendido a dar mayor valor a la diversidad. Se hace entonces evidente, la inmensa variedad de culturas, costumbres, religiones que interactúan en el territorio del país del norte. A pesar de ellos, es indudable que existe un aporte cultural netamente estadounidense, el cual se pondrá a consideración en seguida.

MUSICA: El vodevil (revistas teatrales itinerantes) y la opereta europea engendraron la revista musical de Broadway, una amalgama de canciones, bailes y diálogos hablados.

El blues, que es una evolución de las canciones de faena de los esclavos⁷⁵, causó impacto a partir de la década de 1920, sus mejores intérpretes fueron Ma Rainey y Bessie Smith. Por otra parte, el jazz, que se caracteriza por su permisibilidad ante improvisaciones sobre sus notas y palabras en cada interpretación, nació en Nueva Orleans a inicios del siglo XX y conjuga elementos de ragtime, cantos de esclavos y bandas de instrumentos de metal⁷⁶.

El rock and roll también es una aportación netamente estadounidense, resultado de la evolución de un ritmo negro llamado “rhythm and blues”. De la idea visionaria de los productores discográficos de la época, de interpretar un artista blanco atractivo y con la fuerza y energía de un negro, surge el tan famoso rey del Rock and Roll, Elvis Presley, idea que posteriormente se trasladó a la madre patria, Inglaterra, que vio nacer a grandes grupos como los Beatles y los Rolling Stones.

La música country tiene sus raíces en los pueblos de Irlanda, Escocia e Inglaterra, se desarrolló en los años 20's y tiene un aire melancólico, en ella se acostumbra escuchar lamentos de una pérdida o separación. La popularidad de este género es solamente superado por la del rock and roll, siendo el cantante country Garth Brooks quien más

⁷⁵ Retrato de los EUA, p. 88

⁷⁶ Ibid, p. 88

discos ha vendido en la historia musical de este país, superando incluso a Elvis Presley y Michael Jackson.

ARQUITECTURA: Estados Unidos ha hecho una importantísima aportación al mundo arquitectónico: el rascacielos, símbolo de la energía capitalista. Bajo la influencia de arquitectos europeos, en especial alemanes, el estilo de sus edificios se ha basado en formas geométricas y constituyen verdaderos monumentos a la vida corporativa estadounidense.

OTRAS ARTES: La danza moderna, un aporte distintivamente estadounidense exalta el movimiento puro y no estructurado, en lugar de las posiciones del ballet clásico. Tanto este arte, como la pintura, escultura y literatura de los Estados Unidos se distinguen por su tentativa de romper esquemas establecidos por el clasicismo influenciado por la cultura europea. “La aportación de los Estados Unidos que más ha influido en el arte mundial del siglo XX ha sido quizá una traviesa actitud burlona, la sensación de que uno de los propósitos fundamentales de cada nueva obra es unirse al debate actual sobre la definición del arte mismo⁷⁷.

CINE: A pesar de no haber sido inventado en los Estados Unidos, la industria cinematográfica estadounidense es el contribución más grande de este país a la diversión mundial. Teniendo sus raíces en los “nickelodeons”, teatros improvisados en los que se exhibían películas cortas, la evolución de este arte inicio a principios de la década de 1900, cuando hombres ambiciosos como los hermanos Warner se adentraron en el sector de la producción de películas e iniciaron sus estudios de cine, que se instalaron en un sector de Los Ángeles, California, conocido como Hollywood. A mediados de los años 40, en el apogeo del cine, los estudios llegaron a producir cerca de 400 filmes al año, atrayendo a 90 millones de personas a la semana. Aunque el sistema de estudios sucumbió a fines de la década de los 40 por la orden federal contra los monopolios que obligó a desvincular la producción y la exhibición de películas y por la llegada de la televisión, la industria

⁷⁷ Retrato de los EUA, p. 77.

cinematográfica continúa teniendo un notable éxito y desarrollo, tan es así, que actores como Tom Cruise o Arnold Schwarzenegger tienen un salario de alrededor de 10 millones de dólares por filme.

DEPORTES: El beisbol y el baloncesto son los deportes estadounidenses por excelencia.

El beisbol nació aproximadamente en el año 1860 como *rounders*, un juego practicado en los arenales, cuyos primeros campeones le dieron unos toques de afinamiento para hacer lo que hoy se conoce como el “pasatiempo nacional”. La primera liga profesional de beisbol aparece en el año de 1871 y para principios del siglo XX, la mayoría de grandes ciudades del ala oriental estadounidense tenía su propio equipo profesional. Así como el football se juega por copas, el beisbol se juega por ligas, como la Nacional, la Americana y la más importante, las Ligas Mayores. Este deporte representa la mayor pasión para los norteamericanos y mueve millones de dólares solo en este territorio (aunque su expansión geográfica ha traspasado las fronteras del país), tanto por licitaciones como por salarios exuberantes para atraer a las grandes estrellas, ya que, a diferencia del football, los equipos no son propietarios de los jugadores, ellos son libres de escoger en donde desean jugar.

En el año de 1891 nace el baloncesto de la forma en que lo conocemos hoy por hoy, como consecuencia de la necesidad de un instructor de baloncesto (y candidato a ministro presbiteriano) de hacer a sus alumnos practicar un deporte bajo techo, por la inclemencia del tiempo en el invierno en que se encontraban. Descendiente de una mezcla de un juego llamado “pato en la roca” que consistía en tratar de desprender un guijarro de una roca lanzándole piedras pequeñas y, el rugby, cuyo objetivo era introducir una pelota en una caja, actualmente el baloncesto es practicado formalmente por unos 250 millones de personas en el mundo entero y puede llegar a involucrar USD 100'000.000 por la compra de Juwan Howard, jugador estrella de los Wizards de Washington durante siete temporadas, una suma enormemente diferente a los USD 2.50 que recibían los jugadores de la primera liga profesional de baloncesto en 1898 por partidos locales y USD 1.25 cuando jugaban como visitantes.

3.4.2. Cultura de negocios

Las costumbres a la hora de hacer negocios varía de país a país, sin embargo, una negociación tiene muchas más probabilidades de concluir exitosamente si se conoce aquellos pequeños detalles que ayudan a dar una buena impresión, acorde a la tradición del país anfitrión, y a saber actuar apropiadamente.

Para empezar, la puntualidad es una regla de oro para los estadounidenses, llegar a tiempo a las citas y reuniones establecidas es una práctica muy bien vista y un excelente inicio para las negociaciones. Si un retraso es inevitable, se debe llamar para anunciarlo.

Al saludar, un apretón de manos y la mirada siempre a los ojos del interlocutor es suficiente para mostrar buena educación. En zonas rurales, el apretón de manos puede ser reemplazado por un “hola” y una sonrisa que complementa el saludo.

Se debe escuchar atentamente la pronunciación del nombre de los miembros de la reunión para poder dirigirse adecuadamente a los mismos. De igual manera, se espera que el visitante diga claramente su nombre completo (nombre y apellido). Es necesario dirigirse a los interlocutores formalmente, por ejemplo, Mr. Smith, hasta que la persona de la autorización para llamarlo por su primer nombre.

El ritmo de la negociación en Estados Unidos es rápido, e inicia luego de una breve plática informal, se utiliza un lenguaje explícito y directo, hay que ir al grano. El acuerdo o desacuerdo se expresa siempre con argumentos, la relación entre los negociadores es menos importante que lo que se resuelve por escrito, no son duraderas ni importantes. En lo que se refiere a la vestimenta, la costa este (por motivos de clima y estilo de vida) es más conservadora y formal que la costa oeste.

En las grandes ciudades se usa traje y corbata, generalmente de colores oscuros y una camisa blanco o azul claro. Las mujeres visten traje o vestido y una chaqueta, en colores neutros.

En las áreas rurales o cuyos climas son calientes, las mujeres pueden llevar un vestido clásico o una falda y blusa. Los hombres no requieren chaqueta o corbata, aunque si la reunión es muy formal se recomienda usar la misma vestimenta que para las grandes ciudades.

En toda ocasión el atuendo debe ser nítido, en ocasiones informales es permitido para los hombres usar jeans y para las mujeres un pantalón con camisa, pero nunca deben usar shorts o jeans en estas ocasiones. Siempre el uso de joyas debe ser moderado y de buen gusto, complementando la vestimenta⁷⁸.

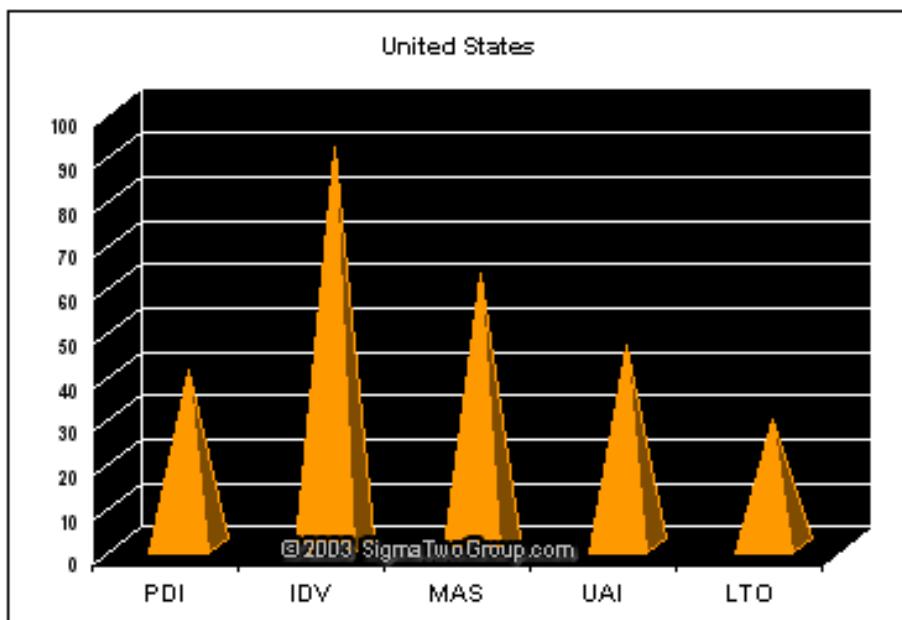
3.4.3. Las dimensiones culturales de Geert Hofstede

El estudio de las dimensiones culturales de Geert Hofstede es una poderosa herramienta que nos permite conocer un poco más de los rasgos culturales de los diferentes países en los que se ha aplicado el estudio.

Hofstede analiza cinco dimensiones: Individualismo vs. Colectivismo; Masculinidad vs. Feminidad; Distancia de poder; Evasión de la incertidumbre y Orientación a largo plazo vs. Orientación a corto plazo. El gráfico que compila todos los estos elementos se muestra a continuación:

⁷⁸ Guía Comercial Estados Unidos, p. 117.

GRÁFICO 3.9: DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE PARA ESTADOS UNIDOS



FUENTE: www.geert-hofstede.com

Como se puede observar, la mayor dimensión en Estados Unidos es el individualismo (IDV) con 91 puntos, lo cual nos da a entender que las relaciones personales en ese país no son muy importantes sino más bien superficiales, las personas confían más en sí mismas y buscan su bienestar y el de sus familiares cercanos.

La siguiente dimensión es la masculinidad (MAS) con 62 puntos, lo cual indica que el país experimenta un grado alto de diferenciación de género, el hombre domina una porción significativa de las estructuras sociales y de poder. Esto implica que las mujeres tengan que ser más asertivas y competitivas y tiendan a acercarse al modelo del rol masculino.

El estudio otorga 46 puntos a la evasión de la incertidumbre (UAI) en los Estados Unidos, el cual es bajo en comparación con el promedio mundial que llega a los 64 puntos y describe a una sociedad que no se complica con tantas reglas, no intenta controlar los resultados y tiene una gran tolerancia a nuevas ideas, pensamientos y creencias.

Con un ranking de 40 puntos, la dimensión llamada distancia de poder (PDI) en este país señala que existe una mayor igualdad entre estratos sociales (en comparación con el promedio mundial de 55 puntos) incluyendo al gobierno, organizaciones e incluso en el interior de las familias, lo cual da lugar a una interacción cooperativa entre niveles jerárquicos y crea un ambiente estable.

Finalmente, la dimensión más baja en los Estados Unidos es la Orientación a Largo Plazo (LTO) con 29 puntos. Este ranking es indicativo de la orientación de la sociedad por cumplir sus obligaciones y de la tendencia al aprecio por las tradiciones culturales.

3.5. CONTEXTO LEGAL Y NORMATIVO

3.5.1. Preferencias arancelarias

Antes de entrar al estudio de lo que se refiere a aranceles, se debe indicar que la sub partida arancelaria dentro de la cual se encuentra SID Extracto Botánico 100% natural es la 31059090 cuya descripción indica que se trata de: LOS DEMAS ABONOS (p. ej.: MEZCLAS DE ABONOS ANIMALES Y VEGETALES CON ABONOS QUÍMICOS O MINERALES), correspondiente al capítulo 31 del Código Arancelario: ABONOS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL, INCLUSO MEZCLADOS ENTRE SI O TRATADOS QUÍMICAMENTE; ABONOS PROCEDENTES DE LA MEZCLA O DEL TRATAMIENTO QUÍMICO DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL.

Como se ha mencionado anteriormente, Estados Unidos, en pro del libre comercio internacional, ofrece acuerdos preferenciales bilaterales, regionales y multilaterales. En esta sección serán analizados aquellos que aplican específicamente a mercaderías ecuatorianas.

Las preferencias arancelarias son otorgadas a Ecuador, por parte del país del norte, de dos maneras⁷⁹:

El Sistema Andino de Preferencias, también conocido como ATPDEA (ANDEAN TRADE PROMOTION AND DRUG ERRADICATION ACT): Programa creado como retribución a la lucha de los países andinos de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia, contra la producción y comercialización de narcóticos. Para acceder a las preferencias arancelarias otorgadas por este acuerdo, el 35% de la producción final del producto se debe realizar en el país beneficiado, permitiéndose la acumulación entre todos los miembros, además de Venezuela, lo cual significa que el requerimiento del valor añadido es ejecutado y por lo tanto aplicada la preferencia, si el 35% de la producción final se da en uno o en los cuatro países miembros. Los productos provenientes de países beneficiarios de este acuerdo están designados bajo el código J, J+ o J*.

Sistema Generalizado de Preferencias (GSP): Acuerdo de reducciones arancelarias creado con el fin de apoyar al desarrollo económico de un extenso número de países menos desarrollados, determinados por el Banco Mundial, que no cuentan con ingresos elevados y cuya oferta exportable no es suficientemente diversificada. El requisito es que el 35% de la producción final del producto se dé en el país beneficiado y, la acumulación es permitida en determinadas naciones, además, el destino final de las mercancías debe ser Estados Unidos, se debe realizar una solicitud de exención y se debe cumplir las reglas de origen establecidas en el programa. Los productos provenientes de países beneficiarios de este acuerdo están designados bajo el código A, A+ o A*.

Finalmente, el Ecuador en la Organización Mundial de Comercio (OMC), recibe el trato de nación más favorecida, razón por la cual, ciertas partidas adicionales ingresan al mercado norteamericano con un arancel igual a cero.

⁷⁹ Perfil USA, Op cit, p. 10.
Guía Comercial Estados Unidos, p. 60.

En conclusión, el comercio ecuatoriano dirigido a Estados Unidos se ve favorecido de tres tipos de preferencias, sin embargo, el importador estadounidense tiene la potestad de elegir aquél que más le convenga.

En una búsqueda en la página del Centro Internacional de Comercio (Internacional Trade Center), en el cual se proporciona información extremadamente confiable acerca de tarifas y acceso al mercado, se ha determinado que la Preferencia Arancelaria que otorga Estados Unidos a los productos que entran bajo la partida arancelaria de SID Extracto Botánicos, es la de Nación Más Favorecida⁸⁰, como se muestra a continuación:

TABLA 3.8: PREFERENCIA ARANCELARIA PARA SID EXTRACTO BOTANICO

Product code	Product description	Trade regime description
31059000	Mineral or chemical fertilizers cont. two or three of the fertilizing elements nitrogen, phosphorus and potassium fertilizers, nesoi	MFN duties (Applied)

FUENTE: Market Access Map www.macmap.org

3.5.2. Barreras arancelarias

Los aranceles o derechos arancelarios son derechos de aduana aplicados a las mercancías importadas. Estos pueden ser Ad Valorem (un porcentaje del valor de la mercancía), Específicos (un valor determinado por cierta cantidad de mercancía) o mixtos⁸¹.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) determina un máximo de 35% de arancel para los productos que no se benefician de ningún acuerdo preferencial, entre las naciones que son parte de este organismo internacional, el cual es el caso tanto de Ecuador como de

⁸⁰ www.macmap.org (Market Access Map, making tariffs and market access barriers transparent)

⁸¹ www.wto.org (Página oficial de la Organización Mundial de Comercio)

Estados Unidos. Por lo tanto, los productos que no se incluyen en los acuerdos que se mencionan en el literal anterior, ingresan al mercado estadounidense debiendo pagar un determinado arancel, calculado para cada producto específico. Según el antiguo Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Competitividad y Pesca (MICIP), en su estudio de “Medición de Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación”, señala que “los productos a los cuales no se aplica este tratamiento (ATPDEA) son: textiles y vestimenta; calzado, atún enlatado, petróleo y derivados de petróleo, relojes, partes de relojes, maletas, equipaje, vestimenta de cuero, azúcar, ron, tafia y cualquier producto agropecuario incluido en el capítulo 2 (Carne y despojos comestibles) y el 52 (Algodón) del Harmonized Tariff Schedule (HTS) de los Estados Unidos que se encuentre sujeto a una cuota, si las importaciones de dicho producto desde alguno de los países beneficiarios supera la cantidad mínima establecida en la cuota”⁸².

Así mismo, los productos que, a pesar de que el Ecuador consta como PED (país en desarrollo) y por lo tanto es beneficiario del Sistema General de Preferencias SGP, no pueden beneficiarse de este acuerdo son: la mayoría de los textiles y vestimenta; relojes, artículos considerados sensibles (electrónicos, de acero y de vidrio); calzado; artículos de marroquinería; guantes de trabajo y vestimenta de cuero⁸³.

Como se puede ver, en ninguna de estas excepciones se menciona un grupo dentro del cual podría constar el Extracto Botánico SID, lo cual significa que este goza de ambos tipos de preferencia arancelaria, es decir, paga 0% de arancel para entrar al mercado de Estados Unidos, como se demuestra a continuación.

⁸² Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, p.15.
⁸³ Ibid, p. 17.

TABLA 3.9: PREFERENCIA ARANCELARIA PARA SID EXTRACTO BOTANICO

Product code	Product description	Trade regime description	Applied tariffs	Total ad valorem equivalent tariff (estimated)
31059000	Mineral or chemical fertilizers cont. two or three of the fertilizing elements nitrogen, phosphorus and potassium fertilizers, nesoi	MFN duties (Applied)	0.00%	0.00%

Fuente: Market Access Map www.macmap.org

3.5.3. Barreras no arancelarias

El proteccionismo a ciertos sectores de la economía ha sobrepasado los límites de los aranceles. Las barreras no arancelarias al comercio (BNA) se refieren a diversas medidas e instrumentos distintos a los aranceles, que tienen como objetivo primordial restringir, dificultar o impedir las importaciones de un producto a determinado mercado a través de las acciones gubernamentales que favorecen a los productos nacionales de los países que los aplican⁸⁴. Entre las principales barreras no arancelarias se puede mencionar a las siguientes:

Normas sanitarias y fitosanitarias: Tiene como finalidad garantizar la calidad de los productos para, de esta manera, poder asegurar la defensa de los consumidores, la salud pública y el medio ambiente. Para alcanzar un certificado sanitario o fitosanitario, se debe cumplir con algunos requisitos como pueden ser: Pruebas de laboratorio, certificaciones emitidas por entidades oficiales, inspecciones del proceso de producción, control e inspección del uso de pesticidas y fertilizantes, cumplimiento de períodos de cuarentena, comprobación de que el producto proviene de zonas libres de plagas y de enfermedades, etc. Por la severidad de estas exigencias técnicas, varios productos pueden quedar fuera de un mercado extranjero o suponer costos adicionales⁸⁵.

⁸⁴ Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, p. 8.
⁸⁵ Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, p.63.

Licencias de importación: Son permisos o autorizaciones especiales necesarios previa la importación de determinado producto, que regulan y limitan el flujo de las importaciones. Las mismas son extendidas por entidades oficiales del país de destino, es decir, del país que exige la licencia. La Organización Mundial de Comercio (OMC) establece, entre otras cosas, en el “Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación” que estos sistemas deben ser sencillos, transparentes y previsibles y que los países deben notificar a la OMC el establecimiento de nuevos procedimientos para el trámite de licencias de importación o la modificación de los ya existentes, lo cual no siempre se respeta, ocasionando restricciones al libre flujo de mercancías⁸⁶.

Obstáculos técnicos al comercio: La protección de la salud pública, el medio ambiente y los derechos del consumidor se logra mediante las normas técnicas, que son disposiciones o medidas gubernamentales que, en principio, se aplican tanto a productos de producción nacional como a los importados y que impiden la entrada de desechos y sustancias peligrosas desde países extranjeros. Estas normas son especificaciones técnicas que determinan las características de un producto según dimensiones, ingredientes, calidad, rendimiento o seguridad. Pueden regular la terminología, los métodos de prueba, el empaque, el etiquetado o marcaje.

Normas administrativas: Son normas meramente burocráticas que obstaculizan al comercio con requerimientos en base a procesos administrativos como formularios, puertos específicos de importación o sellos de autorización⁸⁷.

Compras públicas: Es la política de adjudicación de obras o de compras de bienes públicos en el exterior donde el origen nacional puede ser un factor de importancia, de forma declarada o encubierta⁸⁸.

⁸⁶ Ibid, p. 63.

⁸⁷ Ibid, p. 63.

⁸⁸ Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, 64.

Normas de origen: Su objetivo es establecer los criterios para la determinación del origen de una mercancía, de tal manera que se pueda evitar lo que se conoce como *deflexión* o *desviación de comercio*, fenómeno que consiste en el aprovechamiento de las ventajas concedidas en el marco de los acuerdos comerciales por parte de mercancías provenientes de terceros países. La OMC exige a los países miembros que se aseguren de que sus normas de origen sean transparentes, que no tengan efectos de restricción, distorsión o perturbación del comercio internacional y que se administren de manera coherente, uniforme, imparcial y razonable. Estas normas son uno de los componentes más importantes de los Tratados de Libre Comercio, porque garantizan que la aplicación de preferencias negociadas sea exclusivamente con las preferencias originarias de los países involucrados⁸⁹.

Restricciones cuantitativas a las importaciones: Son límites explícitos o cuotas sobre las cantidades de productos específicos, tanto para la importación como para la exportación, durante un período de tiempo determinado y generalmente, son medidas por volumen y en ocasiones por valor. Dichas restricciones cuantitativas son prohibidas por el marco regulatorio de la OMC; no obstante, existen condiciones específicas en las que pueden utilizarse en los diferentes sectores de actividad económica, siempre y cuando su aplicación no sea discriminatoria.

Dentro de las principales se pueden destacar:

- Cuotas: Son los topes a la importación de un producto por un plazo determinado; pueden ser globales, selectivas por países o estacionales.
- Prohibiciones: Las prohibiciones pueden ser totales, admitir excepciones a discreción de la autoridad competente o aplicarse solo en ciertas condiciones.

⁸⁹ Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, 64.

- Autorizaciones discretionales y condicionales de importación: Las primeras se otorgan a discreción de las autoridades competentes y las segundas son condicionadas a que los importadores contraigan obligaciones en distintas esferas de la importación, por ejemplo, que se comprometan a adquirir una cantidad equivalente de productos nacionales. También pueden ser subordinadas a condiciones específicas, como los resultados en materia de exportaciones o la ausencia de oferta nacional⁹⁰.

⁹⁰ Medición de los Impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación, p.64.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. DETERMINACION DEL MERCADO POTENCIAL (SECTOR AGRICOLA DE FLORIDA)

4.1.1. Caracterización del mercado potencial

“Producción orgánica” se refiere a un determinado método de cultivo y procesamiento de alimentos, en el cual los productos deben ser cultivados, envasados y almacenados sin el uso de fertilizantes sintéticos, pesticidas, herbicidas o irradiación. En lugar de métodos tradicionales, los agricultores orgánicos utilizan una mezcla de antiguas y nuevas tecnologías y, junto con la investigación científica buscan el equilibrio del ecosistema natural de la Tierra. Su trabajo lo hacen en conjunto con la naturaleza para construir y reponer los nutrientes en el suelo a través de la rotación de sembríos, el compostaje y el cultivo. Como resultado obtienen suelos saludables que producen plantas sanas que son naturalmente más resistentes a plagas y enfermedades.

Para ser considerado como producto “orgánico certificado”, los mismos deben cumplir las siguientes normas:

No haber aplicado productos químicos dañinos en las tierras a ser cultivadas, por lo menos durante los últimos tres años.

Agricultores y procesadores deben ser visitados anualmente por una agencia certificadora.

Agricultores y procesadores deben llevar un registro detallado de sus prácticas.

Los agricultores están obligados a diseñar un plan escrito de manejo orgánico⁹¹.

El target, o segmento de mercado al que queremos llegar con SID EXTRACTO BOTANICO, consiste en los dueños de tierras y fincas de la amplia zona de producción agrícola orgánica en el estado de Florida, Estados Unidos, los cuales no utilizan en sus procesos elementos químicos, sin embargo, para obtener la certificación orgánica y, en vista de que los cultivos necesitan ser nutridos y librados de plagas para optimizar la producción, utilizan fertilizantes y plaguicidas 100% naturales para conseguir los dos objetivos.

Como se estudia a continuación, esta zona de producción orgánica no solo ha presentado un franco crecimiento durante los últimos años sino que continúa teniéndolo en la actualidad. Más aún, la demanda de los consumidores por productos que ofrezcan tantas bondades como solamente los productos orgánicos pueden hacerlo es tal, que posiblemente, en poco tiempo, la producción 100% orgánica, se transforme en una regla general necesaria para el buen vivir de las personas y para la supervivencia del planeta.

4.1.2. Producción agrícola

La información más reciente acerca de la producción agrícola en Florida data del año 2008, cuando este estado contaba con 47.500 granjas comerciales, que abarcaban un área de 9.25 millones de acres dedicados a la producción de una gran variedad de productos

⁹¹ www.florida-agriculture.com (Florida Department of Agriculture and Consumer Services)

alimenticios, es decir, unas 3'750.000 hectáreas. De estas, aproximadamente 5.300 granjas alcanzaron ventas que excedieron los USD 100 millones.

Para tener una idea de la importancia de la agricultura en el estado de Florida, se presentan los siguientes datos⁹²:

Florida produce el 71% del total de Estados Unidos de naranjas (USD 1.5 billones)

Su producción de toronjas representa el 68% del total nacional (USD 179 millones)

El 52% de la producción de habichuelas se da en Florida (USD 172 millones)

La caña de azúcar se produce en el estado de Florida en un porcentaje del 51% del total nacional (USD 448 millones)

El 44% de los tomates frescos se producen en este estado (USD 622 millones)

En todos estos productos, además de otros como mandarinas, calabazas, sandías, maíz dulce, pepinos frescos, etc. Florida se ubica como el productor más grande; mientras que ocupa el segundo lugar en la producción de frutillas y pimientos y; el tercero en la producción de miel de abeja.

⁹² www.florida-agriculture.com (Florida Department of Agriculture and Consumer Services).

Entre 1992 y 1997, la superficie de tierra certificada como orgánica tuvo un crecimiento del 44%, indicando que desde esa fecha hasta la actualidad, dicha superficie ha crecido a un ritmo constante.

Para el año 2001, “los supermercados minoristas convencionales ya habían empezado a vender productos frescos orgánicos y ahora representan más del 42 por ciento de las ventas de dichos productos. Las principales empresas alimentarias de los Estados Unidos se están expandiendo hacia el segmento del mercado orgánico, y la fusión que se va produciendo dentro de las empresas de alimentos naturales y orgánicos redundará en una mayor publicidad y promoción de los productos orgánicos en general. Lo cual, a su vez, aumentará el interés de los consumidores de los Estados Unidos por los productos orgánicos, incluidos los productos frescos. El mercado de los Estados Unidos tiene más de 12.000 almacenes minoristas que se especializan en alimentos orgánicos y naturales. Además, los almacenes minoristas convencionales (más de 120.000) venden también productos orgánicos frescos”⁹³.

4.1.3. Cuantificación del mercado potencial

Para cuantificar el mercado potencial, algunos datos deberán ser obtenidos en base a supuestos y proyecciones debido a que no se cuenta con todas las referencias necesarias para un mismo año, por lo que se debe realizar los siguientes cálculos:

El Departamento de Agricultura y Servicio al Consumidor de Florida en su página web proporciona datos del área de tierra cultivable en este estado hasta el 2008, pero para efectos de esta investigación se requiere datos actualizados al 2011, entonces, se obtendrá un promedio del crecimiento o decrecimiento de esta área en el período 2004 – 2008 y con este dato se proyectará el área que de tierra cultivable estimada al 2001.

⁹³ www.fao.org Food and Agriculture Organization of the United Nation

TABLA 4.1: CÁLCULO DEL ÁREA DE TIERRA CULTIVABLE EN FLORIDA

AÑO	TOTAL (HECTAREAS)	VARIACION
2004	3,978,146	-
2005	3,872,926	-2.64%
2006	3,828,410	-1.15%
2007	3,763,658	-1.69%
2008	3,743,424	-0.54%
PROMEDIO		-1.51%
2009	3,687,054	-1.51%
2010	3,631,533	-1.51%
2011	3,576,848	-1.51%

FUENTE: Departamento de Agricultura y Servicio al Consumidor de Florida
Elaborado por: El autor

Como indica la tabla, en 2011 se estima contar con más de 3 millones y medio de hectáreas de tierra cultivable en el estado de Florida.

En segundo lugar, la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) nos indica que en 1997 la superficie de tierra certificada como orgánica fue de 550.000 hectáreas y que entre 1992 y 1997, se registró un crecimiento de dichas superficies de 44%. Basando el cálculo en el supuesto de que este crecimiento es constante anualmente, dicho crecimiento anual hubiese sido de un 9%.

Entonces, si se considera que esta tendencia ha continuado como lo indica la FAO, se obtiene que para el año 2011 la superficie orgánica del estado de Florida es de 1'837.950 hectáreas.

TABLA 4.2: CÁLCULO DE LA SUPERFICIE AGRÍCOLA ORGÁNICA DE FLORIDA

AÑO	SUPERFICIE ORGÁNICA (HECTAREAS)	VARIACION PORCENTUAL
2004	1,005,422	9%
2005	1,095,909	9%
2006	1,194,541	9%
2007	1,302,050	9%
2008	1,419,235	9%
2009	1,546,966	9%
2010	1,686,193	9%
2011	1,837,950	9%

FUENTE: www.fao.org

Elaborado por: El autor

Por último, utilizando la información del Departamento de Agricultura y Servicio al Consumidor de Florida que dice que las granjas y fincas de producción agrícola cuentan con una superficie aproximada de 78 hectáreas, para saber el número aproximado de fincas de producción agrícola que existen en 2011, se dividen las hectáreas de producción orgánica para el promedio de hectáreas por finca:

$$\begin{array}{rcl}
 1,837,950 \text{ hectáreas} & = & 23563 \text{ fincas} \\
 \hline
 78 \text{ hectáreas/finca}
 \end{array}$$

Es decir, hasta el 2011 existen 23.563 fincas de producción orgánica (del total de 47.500 que se dedican a la agricultura, casi un 40%), que ocupan una superficie de 1'837.950 hectáreas, quienes constituyen los potenciales clientes para el producto.

4.2. ANALISIS DE LA OFERTA

4.2.1. Oferta mundial

La información brindada por el Centro Internacional de Comercio arroja los datos de los principales países en el mundo que exportan productos pertenecientes a la sub partida arancelaria 310590, dentro de la cual se encuentra SID Extracto Botánico, estos son los siguientes:

TABLA 4.3: PRINCIPALES EXPORTADORES DE LA SUB PARTIDA
ARANCELARIA 310590

Exporting country	Total exports (in US\$ thousand)
Total World	333,608.00
Chile	66,782.00
Germany	38,189.00
Spain	32,455.00
China	23,887.00
Israel	15,817.00
Jordan	12,752.00
Malaysia	12,515.00
Italy	12,106.00
United Arab Emirates	11,598.00
Netherlands	9,071.00
Austria	8,455.00
South Africa	7,881.00
Finland	7,266.00
Costa Rica	6,491.00
Canada	5,621.00
Belgium	5,069.00
Switzerland	4,660.00
Australia	4,424.00
Mexico	4,149.00

Fuente: Market Access Map www.macmap.org

Las exportaciones mundiales de este tipo de fertilizantes ascienden a los USD 333 millones aproximadamente, siendo el principal exportador Chile, representando alrededor del 20% del total de las exportaciones.

4.2.2. Oferta del Ecuador hacia el mundo

El Ecuador exportó en 2010, 188.41 toneladas de productos pertenecientes a la sub partida 31059090, por un monto que superó el medio millón de dólares. El principal cliente importador es Perú con casi un 35% de participación en las importaciones, seguido por Chile con un 20%, Colombia y República Dominicana con poco menos del 15% cada uno y Malasia con un 9%, siendo estos los principales socios comerciales de Ecuador, para esta sub partida.

TABLA 4.4: LISTA DE LOS MERCADOS IMPORTADORES PARA UN PRODUCTO EXPORTADO POR ECUADOR EN 2010

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3105909000	LOS DEMÁS	PERU	64.38	207.93	34.71
		CHILE	51.14	120.07	20.04
		COLOMBIA	16.22	84.47	14.10
		REPUBLICA DOMINICANA	33.95	83.70	13.97
		MALASIA	13.49	55.13	9.21
		OTROS PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINAD	7.42	42.75	7.14
		ZONA FRANCA DE ECUADOR	1.76	4.94	0.83
		ARGENTINA	0.08	0.20	0.04
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 8	188.41	599.17	100.00
TOTAL GENERAL:			188.41	599.17	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

4.2.3. Oferta de SID

4.2.3.1. Proceso productivo

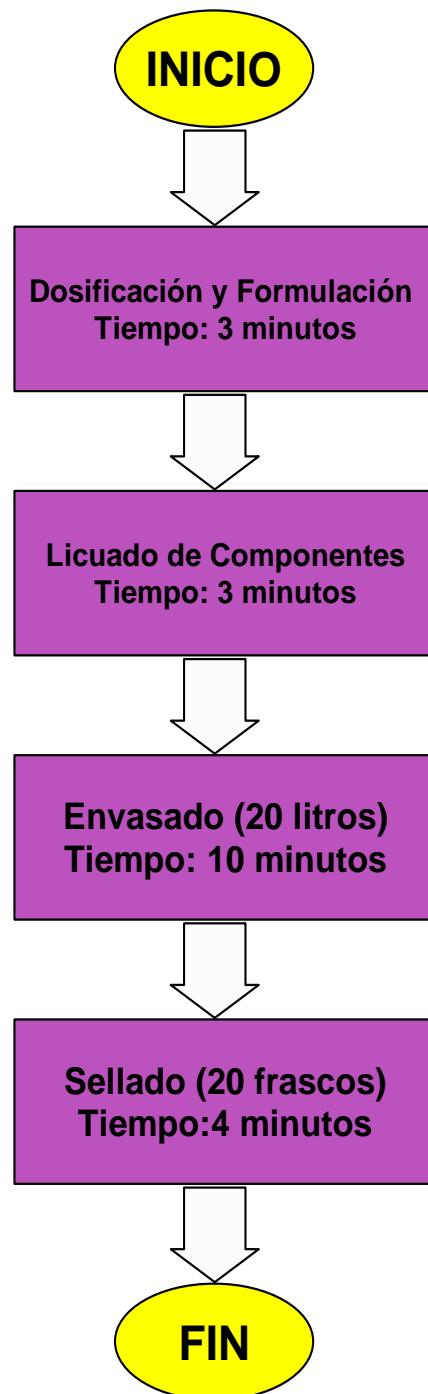
El proceso a seguir para la fabricación total de SID Extracto Botánico 100% Natural empieza con la compra de sus componentes, como la levadura de pan y el banano de desecho y su posterior recepción en el laboratorio.

Luego, la persona encargada debe preparar y clasificar el producto para que queden listos todos los componentes para iniciar el proceso de la extracción del plaguicida, por ejemplo, pelar los chochos, cortar los rabos del ají, etc. y además, simultáneamente descartar aquellos que no fueren aptos para ser incluidos en la elaboración del producto, por ejemplo, si estuvieren dañados o podridos. Finalmente, se coloca la etiqueta a los envases en los cuales se embotellará el producto final.

Todo esto constituye un proceso previo al proceso mismo de la producción diaria de SID; se ha determinado que para todas las labores mencionadas anteriormente se contará con personal que las realice los días domingos, de tal manera que todos los elementos queden listos al final de la jornada laboral y así, de lunes a viernes únicamente el personal se dedica al proceso mediante el cual se obtiene el producto a ser comercializado.

La jornada laboral normal en el Ecuador es de 8 horas diarias durante 5 días a la semana, sin embargo, se ha calculado la capacidad de producción con una jornada de 7 horas, debido a que la última hora se dedicará a la limpieza, calibración y mantenimiento de las 3 licuadoras industriales con capacidad de 20 litros con las que se cuenta para el proceso, y como provisión para tiempos muertos o reprocesos que se puedan presentar. Durante este tiempo, mediante el proceso que se describe a continuación se obtiene la siguiente capacidad de producción:

GRÁFICO 4.1: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE SID EXTRACTO BOTÁNICO 100% NATURAL



Elaborado por: El autor

4.2.3.2. Capacidad de producción

Como se puede observar en el gráfico anterior, el tiempo que toma cada proceso es de 20 minutos, con cada uno de los cuales se obtienen 20 litros de producto, es decir que en 7 horas de trabajo se pueden realizar 21 procesos dando un total de 420 litros por día. En los 20 días de trabajo, se obtiene entonces 8.400 litros por máquina, como se cuenta con 3 licuadoras industriales, se obtiene un total de 25.200 litros al mes (6300 galones), o 25.2 toneladas, ya que esta es la medida con la que generalmente se trabaja cuando se trata de comercialización internacional.

Esta es entonces la oferta de SID Extracto Botánico 100% natural, dada la capacidad de producción con la que se cuenta en un inicio, teniendo en cuenta que estamos utilizando el 87.5% de la capacidad productiva de las instalaciones actuales del laboratorio.

4.3. ANALISIS DE LA DEMANDA

4.3.1. Demanda mundial

En el siguiente cuadro se enumera los principales países que, a nivel mundial, demandan los productos de la sub partida 310590:

TABLA 4.5: PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA SUB PARTIDA
ARANCELARIA 310590

Importing country	Total imports (in US\$ thousand)
Total World	487,215.00
Brazil	49,877.00
Mexico	40,753.00
Canada	37,406.00
United States of America	34,796.00
Costa Rica	21,587.00
Zambia	16,165.00
Australia	14,431.00
United Kingdom	14,024.00
France	12,349.00
Malaysia	11,072.00
China	10,706.00
Malawi	10,605.00
South Africa	10,391.00
Italy	9,976.00
Germany	9,844.00
Ireland	9,006.00
Korea, Republic of	8,601.00
Japan	6,876.00
Belgium	6,496.00

Fuente: Market Access Map www.macmap.org

El cuarto lugar de los países importadores de los productos de la sub partida arancelaria 31059090 lo ocupa Estados Unidos, cuyos casi USD 35 millones importados, representan un 7% de las importaciones mundiales, las mismas que suman más de USD 487 millones.

Del análisis de las tablas 4.2. y 4.3. se puede concluir que Estados Unidos no exporta este tipo de abono pero sí lo importa, lo cual sugiere la hipótesis de que este país, o no produce

fertilizantes orgánicos o, no los produce en suficiente cantidad como para satisfacer su propia demanda. Está por demás entonces, hacer notar el atractivo que este hecho denota para los exportadores de esta partida hacia Estados Unidos.

4.3.2. Tendencia de la demanda

La información anterior es corroborada por la siguiente tabla, en donde se puede notar que la cantidad de producto importado por los Estados Unidos, ha tenido un crecimiento promedio del 4% en los últimos 5 años y que solamente del 2009 al 2010 creció en un 19%. Además, el precio de los productos de esta partida ha aumentado en un 23% desde el 2006. Esto significa que este es un mercado en franco crecimiento que representa una gran oportunidad para los exportadores.

TABLA 4.6: TENDENCIA DE LA DEMANDA DE LA SUB PARTIDA 310590 EN ESTADOS UNIDOS

SH8	Importadores	Indicadores comerciales 								
		Valor importada en 2010 (miles de USD) 	Saldo comercial 2010 (miles de USD) 	Cantidad importada en 2010	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) 	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2010 (%) 	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2006-2010 (%) 	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2010 (%) 	Participación en las importaciones mundiales (%)
	Mundo	1.433.497	628.178	0	No medida		23	4	6	100
	Estados Unidos de América 	79.259	31.964	144.326	Toneladas	549	23	3	19	5,5

Fuente: Trade Map www.trademap.org

Además de lo mencionado anteriormente, cabe indicar que, según los estudios de la Oficina Comercial del Ecuador en Estados Unidos en coordinación con la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, en su publicación “Guía Para Exportar a EE.UU.”, el sector de los productos orgánicos y naturales, es uno de los de

mayor crecimiento y potencial en este país. Es así que las ventas de productos orgánicos han tenido un gran crecimiento desde 1990, cuando se vendían USD1.000 millones, hasta alcanzar los USD20.000 millones en 2007, y solo en el año 2006, este sector presentó un crecimiento de 21% y se calcula que el crecimiento del sector de alimentos orgánicos será del 18% desde el 2007 hasta el 2011⁹⁴. Al ser SID Extracto Botánico un insumo indispensable para la obtención de productos alimenticios orgánicos y 100% naturales, esto es sin duda un punto a favor para la penetración en el mercado estadounidense y las ventas del producto.

4.3.3. Demanda de SID

Una de las razones por las que se escogió el Estado de Florida como destino para el presente trabajo de grado es debido a que quien la escribe cuenta allí con familiares que constituyen fuentes directas de investigación, con cuya ayuda se ha podido encontrar varios locales agrícolas en Florida, destacando uno al que por su tamaño, clientela y calidad de importador; y por el interés que mostró cuando se le ofreció SID Extracto Botánico 100% Natural, se le ha enviado una cantidad considerable de muestras que han permitido que los clientes de la tienda, es decir los consumidores finales, lo prueben y puedan ser testigos de los beneficios tanto económicos como en los cultivos en los que lo aplicaron. Por tal razón, y tras haber también conversado acerca de la capacidad de producción de SID, dicho local ha manifestado su interés en concretar la compra de entre 6000 y 7000 galones del producto, como se puede leer en el correo electrónico que se adjunta, el cual puede considerarse como una promesa de compra venta, avalando así la producción y las expectativas de venta.

⁹⁴ Guía para Exportar a EE.UU., p. 19.

★ IMPORTS import.export@aol.com to me [show details](#) [Reply](#) [▼](#)

Ms. Andrea Viteri,

After testing your product on several plantations and compared to our control plantations over a period of 3 to 6 months the resulting data is very positive; consequently I'm glad to inform you that we are willing to place an order of at least 6000 gal. (it could be between 6000 and 7000 gal, depending on your availability).

In order to proceed we need a written statement assuring that your company will continue to provide small amount samples to give away to our potential clients across Florida.

You will be contacted by our legal department; you will get a Product Supply Agreement (PSA) for your review. If you have any questions do not hesitate to contact us.

Sincerely

Randi Holbrook
Provider Relations
Shell's Food & Garden Supply Inc.
www.shellsfeed.com



4.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

4.4.1. Competencia directa

En la actualidad Ecuador no exporta productos de la sub partida 310590 hacia Estados Unidos, lo cual significa que no existe competencia de productores ecuatorianos. Sin embargo, sí hay competencia de otros países, de los cuales en 2010, el país del norte importó un total aproximado de USD 80 millones. En la siguiente tabla se enlista todos y cada uno de los países que ofrecen su producto a Estados Unidos y que, por lo tanto, constituyen competencia directa para SID Extracto Botánico, todos los cuales ingresan al país de destino con un arancel de 0%, lo cual se traduce en una necesidad de minimizar los costos al máximo para que SID pueda ser competitivo en este aspecto.

TABLA 4.7: LISTA DE LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR E.E.U.U. EN 2010

Exportadores	Indicadores comerciales											Arancelario (estimado) aplicado por Estados Unidos de América
	Valor importada en 2010 (miles de USD)	Saldo comercial en 2010 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Cantidad importada en 2010	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2006-2010 (%. p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2006-2010 (%. p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2006-2010 (%. p.a.)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones totales del país socio entre 2006-2010 (%. p.a.)	
Mundo	79.259	31.984	100	144.326	Toneladas	549	23	3	19		100	24
<u>Israel</u>	26.822	-26.819	33,8	40.985	Toneladas	655	249	335	10	1	65,3	30
<u>Federación de Rusia</u>	16.768	-16.737	21,2	62.668	Toneladas	268	-6	-13	-13	71	0	-48
<u>Alemania</u>	12.068	-11.404	15,2	18.606	Toneladas	649	28	13	190	7	1,5	-10
<u>Canadá</u>	6.740	29.271	8,5	10.173	Toneladas	663	19	5	0	17	0,5	14
<u>Países Bajos (Holanda)</u>	6.202	-6.023	7,8	4.856	Toneladas	1.277	77	104	54	9	0,8	18
<u>Reino Unido</u>	4.944	-4.029	6,2	1.873	Toneladas	2.640	7	1	43	31	0,1	7
<u>China</u>	1.390	1.164	1,8	1.134	Toneladas	1.226	9	6	32	6	1,8	-1
<u>México</u>	1.137	11.076	1,4	840	Toneladas	1.354	6	23	35	20	0,3	11
<u>España</u>	1.110	-353	1,4	221	Toneladas	5.023	32	30	15	2	6	18
<u>Japón</u>	911	1.631	1,1	630	Toneladas	1.446	112	135	301	30	0,1	10

Fuente: Trade Map www.trademap.org

Al realizar una búsqueda de locales que venden productos agrícolas, se encontró un sinnúmero de productos que son distribuidos en las mismas, que van desde productos para jardinería hasta para plantaciones grandes. La variedad es inmensa, sin embargo, los precios son también bastante elevados y en ninguna de las tienda analizadas, se encontró un producto que tenga la doble acción de SID, es decir, o actúan como pesticidas o lo hacen como fertilizantes, pero no como los dos juntos como lo hace este producto. A continuación se adjuntan fotografías de algunos de los productos encontrados, con sus respectivos precios y presentaciones, para luego compararlos con SID.

PLAGUICIDAS/FUNGICIDAS

Agroneem Plus 32 Oz



Price: **\$38.00**

Item #: AP705

Size: qt

Weight: 2

Also available in qt ▾

Add to Cart

Rating: 5

Out of 0 Reviews

[Be the first to rate this product.](#)

[Click image to enlarge](#)



BANG! Concentrate, L

[More products by Bang](#)

Price: **\$21.50**

Item #: BANC733

Size: L

Weight: 3

Also available in L ▾

Add to Cart

Rating: 5

Out of 1 Reviews

[Leave a rating!](#)

[Click image to enlarge](#)



Price: **\$21.00**

Item #: ELS732

Size: qt

Weight: 3

Also available in qt ▾

Add to Cart

Rating: 5

Out of 0 Reviews

[Be the first to rate this product.](#)

[Click image to enlarge](#)

ABONOS

Alaska Fish Fertilizer, gal

More products by [Alaska](#)



Click image to enlarge

Price: **\$19.00**

Item #: AFF450

Size: gal

Weight: 10

Also available in ▾

[Add to Cart](#)

Rating: 

Out of 3 Reviews

[Leave a rating!](#)

Bio-Cat 7 Kg

Price: **\$136.00**



Item #: BC410

Size: 7 kg

Weight: 17

Also available in ▾

[Add to Cart](#)

Rating: 

B'cuzz Foliar Boost, gal

More products by [B'cuzz](#)

Price: **\$90.00**

Item #: BFB450

Size: gal

Weight: 9

[Compare this item to others like it.](#)

Also available in ▾

[Add to Cart](#)



4.4.2. Competencia indirecta

La competencia indirecta para SID Extracto Botánico la constituyen los pesticidas y fertilizantes químicos, es decir, aquellos que no son naturales sino obtenidos a partir de elementos químicos, que como se ha explicado anteriormente, pueden ser perjudiciales tanto para la salud de los consumidores como de las personas que los aplican en las plantaciones, así como para el medio ambiente y el bolsillo de los agricultores al ser su costo muy elevado.

Estados Unidos importa este tipo de fertilizantes (todos los del capítulo 31, excepto los de la sub partida 310590), en una cantidad de USD 7000 millones aproximadamente, lo cual indica que los abonos naturales tienen una participación de mercado de apenas 1.15% con respecto a los abonos y pesticidas químicos. Sin duda esto sucede debido a que los pesticidas naturales han surgido relativamente hace poco tiempo como una respuesta a la necesidad de productos que tengan los mismos efectos en las plantas que los que tienen los pesticidas químicos, pero sin los resultados adversos de los mismos y, por lo tanto, los consumidores se encuentran todavía experimentando estas nuevas opciones, probando su eficacia, sus beneficios, etc. Es más, muchos de ellos, en el caso particular de Ecuador, se muestra renuente a probar abonos naturales por miedo a que no produzcan los efectos deseados y se eche a perder la cosecha. Esta es una mentalidad que se debe intentar cambiar mediante las demostraciones de la efectividad además de los demás beneficios de estos abonos y pesticidas orgánicos, que no tienen nada que envidiarle a aquellos que utilizan sustancias químicas en su elaboración.

El mayor proveedor de este tipo de abono de Estados Unidos es Canadá, quien le vende un 55% del total de las importaciones, seguido por alrededor de 60 países con un porcentaje de participación casi insignificante cada uno por separado, como lo muestra la tabla a continuación:

TABLA 4.8: LISTA DE LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR E.E.U.U. EN 2010 (PRODUCTOS DEL CAPÍTULO 31)

Exportadores	Indicadores comerciales 							
	Valor importada en 2010 (miles de USD) 	Saldo comercial en 2010 (miles de USD) 	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%) 	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2006-2010 (%) p.a. 	Tasa de crecimiento de los valores importadas entre 2009-2010 (%) p.a. 	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales 	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) 	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2006-2010 (% p.a.) 
Mundo	7.070.067	-2.471.066	100	11	61		100	14
<u>Canadá</u>	3.917.550	-3.418.252	55,4	15	35	2	11,2	16
<u>Federación de Rusia</u>	687.018	-686.197	9,7	24	179	1	13,7	12
<u>China</u>	279.102	-209.691	3,9	28	165	3	10,1	31
<u>Trinidad y Tobago</u>	252.184	-251.540	3,6	17	113	24	0,8	18
<u>Egipto</u>	219.490	-216.167	3,1	40	318	11	2,1	
<u>Arabia Saudita</u>	186.961	-186.116	2,6	16	18	14	1,8	12
<u>Omán</u>	167.788	-167.528	2,4		786	34	0,5	
<u>Kuwait</u>	159.416	-156.753	2,3	-6	135	28	0,6	10
<u>Qatar</u>	142.071	-142.032	2	0	1	17	1,3	4
<u>Rumania</u>	104.551	-104.307	1,5	-22	560	21	1	1

Fuente: Trade Map www.trademap.org

CAPITULO V

PLAN OPERATIVO

5.1. ELEMENTOS DE LA MEZCLA DE MARKETING

5.1.1. Producto

El producto a comercializar es SID Extracto Botánico 100% Natural, con todas las características que se detallaron ampliamente en el capítulo II Antecedentes, envasado en galones rectangulares de polietileno de alta densidad y embalado en cajas de cartón corrugado de 48cm de largo, 45 cm de ancho y 24 cm de alto, con capacidad para 10 galones cada caja.

5.1.2. Plaza

Como se mencionó en el capítulo anterior, las negociaciones se han iniciado con la siguiente tienda mayorista de insumos agrícolas:

SHELL'S FEED AND GARDEN SUPPLY INC.
9513 Nebraska Avenue, Tampa FL 33612



De esta manera, el producto será colocado en las tiendas de un mayorista que a su vez se encargará de la distribución del producto al cliente final a lo largo de la costa noreste de la Florida.

5.1.3. Precio

El precio de venta de SID Extracto Botánico será de USD 12.00 por galón, los componentes y razones de este valor serán analizados con detalle en el capítulo financiero. Este es un precio expresado en valor CFR (Cost and Freight), es decir incluye el transporte hasta el puerto de destino pero no el seguro de las carga.

El precio de venta al público será determinado por el minorista, el cual realizar el respectivo estudio acerca de sus costos y el margen de utilidad que va a obtener, sin embargo, este precio nunca deberá ser más alto, ni siquiera igual que la competencia.

5.1.4. Promoción

La eficacia de SID Extracto Natural está probada en varios tipos de frutas y verduras en las cuales se han realizado las pruebas para obtener su fórmula y, mucho más, en las posteriores a la obtención\ de la misma. La aplicación del producto no solamente da como resultado la cosecha de productos 100% orgánicos con todos los beneficios que ya se han mencionado, sino también un tratamiento por demás beneficioso para el suelo en el cual se realizarán posteriores cosechas y además, un tamaño, color y sabor espectaculares y muy poco comunes de los alimentos obtenidos.

Por tal motivo, la mejor promoción para este producto es la distribución gratuita de una cantidad suficiente del mismo para que los potenciales clientes prueben el producto y se den cuenta de sus innumerables beneficios y de los provechoso que será para ellos usarlo. Se entregará un litro del producto a cada posible cliente para que este haga la prueba en una pequeña parcela de su plantación y así pueda notar la diferencia.

También se hará presencia en las diferentes ferias agrícolas que se realizan en el estado de Florida, en donde se expondrán todos los beneficios de SID y se ofrecerá para degustar una gran cantidad frutas y verduras cultivadas con el Extracto Botánico SID para que los agricultores vean que resultados obtendrán cuando usen el producto.

5.2. PROCESOS OPERATIVOS DE EXPORTACION

5.2.1. Requisitos previos a la exportación

Antes de cumplir con los requisitos que son exigidos para la entrada al mercado de Estados Unidos, es necesario también cumplir ciertas normas básicas exigidas por la legislación ecuatoriana.

Los procesos de comercio internacional, sean estos de importación o de exportación, pueden ser realizadas tanto por personas naturales como por personas jurídicas, pero estas deben estar registradas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de venta y guías de remisión, constar como contribuyente “ubicado” y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Posteriormente, deben registrarse en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) como Operadores de Comercio Exterior (OCE's), para lo cual se debe llenar el formulario de registro de datos en la página web de la CAE, enviarlo y obtener la respuesta de envío exitoso. Una vez completado este proceso, se deberá dirigir una carta al departamento de Atención al Usuario de la CAE solicitando el registro por primera vez, en hoja membretada y firmada por el representante legal en caso de ser persona jurídica o por el OCE si se trata de persona natural, adjuntando una copia a color de la cédula de identidad del interesado y/o representante legal; copia actualizada del RUC y copia del nombramiento actualizado del representante legal en caso de personas jurídicas, con el sello del Registro Mercantil⁹⁵.

⁹⁵ Guía General del Exportador 2009, p. 1.

Según la información facilitada por la Cámara de Comercio de Quito, en su publicación “Guía General del Exportador 2009”, existen también ciertos requisitos específicos que se deben cumplir previamente al proceso de exportación. Uno de ellos son las Autorizaciones Previas, emitidas por instituciones gubernamentales específicas para ciertos productos, sin embargo, SID extracto natural, no necesita la obtención de ninguna autorización previa. La lista de los productos que si la ameritan, así como la correspondiente entidad encargada de emitirla se adjunta en los Anexos 3 y 4.

Una vez cumplido este proceso, se debe empezar a cumplir todos los requisitos específicos para entrar al mercado de Estados Unidos.

5.2.2. Requisitos específicos de entrada a Estados Unidos

Cada país tiene una legislación específica que regula la entrada a su territorio de productos específicos, en Estados Unidos las agencias encargadas de la parte de alimentos en general es la Administración de Comida y Drogas (FDA por sus siglas en inglés), y de la protección del medio ambiente se encarga la Agencia de Protección Ambiental (EPA por sus siglas en inglés).

Para el ingreso de SID a territorio americano, se necesita obtener un permiso de la EPA y, obtenido este permiso, estar registrado en la FDA.

El formato del permiso requerido de la EPA está disponible únicamente para usuarios registrados y comprobados, por tal motivo, no se puede incluir un ejemplo de este permiso. Sin embargo, según la información proporcionada por la propia Agencia de Protección Animal en su portal web, su objetivo es alentar al desarrollo y aplicación de bioplaguicidas y abonos orgánicos. Para tal efecto y en vista de las ventajas antes mencionadas que ofrecen los plaguicidas y abonos naturales, la información requerida para la obtención de este permiso es mucho menor a la necesaria para obtener el permiso de un plaguicida

químico y toma mucho menos tiempo el trámite (1 año para bioplaguicidas, 3 años para plaguicidas químicos). A pesar de este hecho, son más rigurosas las revisiones que se debe hacer del producto con el objetivo de determinar que realmente se trate de un producto orgánico y que no tenga efectos adversos en el ambiente ni en la salud humana.

Una vez obtenido este permiso, se debe registrar el producto en la FDA mediante el formulario que se adjunta en el Anexo 5.

5.2.3. Acuerdos previos con el importador

Como en todo proceso de compra venta, en una exportación, el cliente o importador, decide comprar un producto luego de que el vendedor, haya hecho una promoción de su producto. Como se indicó anteriormente, la mejor promoción para SID Extracto Botánico 100% Natural es que el cliente compruebe la efectividad y beneficios del producto, esto solo se puede realizar enviando muestras del mismo para que sea aplicado en las granjas de los minoristas que comprarán SID al distribuidor, que viene a ser el importador.

Una vez comprobados los efectos positivos de SID en los cultivos, el importador y el exportador proceden a realizar ciertos acuerdos para concretar la transacción, básicamente la promesa de compraventa y la forma de pago, acuerdos que se describen a continuación:

5.2.3.1. Promesas de compraventa

5.2.3.1.1. Contrato

Las diferentes normas legales de cada país, hace que existan diversas modalidades de negociación, las cuales pueden hacer surgir controversias entre importador y exportador.

Por tal motivo, la Asamblea General de las Naciones Unidas, mediante la Convención de Viena de 1980 estableció normas claras que establecen las obligaciones y derechos de ambas partes, mediante la celebración de contratos de compra-venta que facilitan el comercio internacional. Entre los términos aprobados se encuentran los siguientes⁹⁶:

Preámbulo: Se anotarán las partes que intervienen en el contrato, su condición, poderes y demás definiciones.

Condiciones del contrato: Donde se especifica:

El objeto del contrato

Descripción de la mercadería

Naturaleza del contrato

Vigencia del contrato

Obligaciones del vendedor:

Entrega de la mercadería: Establecer fecha, transporte, embalaje, certificados, plazo y fecha de inicio; hay que indicar el plazo de entrega de la mercadería, que empieza desde la fecha de la firma del contrato.

Reserva de dominio

Control de conformidad: Muestras, Modalidades

Garantías por defectos: Reclamaciones y Reparaciones

Utilización: Planos, Manuales, etc.

⁹⁶ Como Exportar 2008, p. 28

Obligaciones del Comprador:

Traspaso del riesgo: Modalidad de entrega – Incoterm -.

Fuerza Mayor: Todo suceso incierto y/o insostenible (Se debe especificar la lista de ellos, las pruebas respectivas que se deben presentar, forma de notificación y sus efectos).

Postergación del plazo de entrega o anulación del contrato

Traspaso de la propiedad

Servicio post-venta:

Garantía

Reparación

Mantenimiento

Precio y modalidad de pago:

Precio: detalle de las prestaciones comprendidas

Tipo de moneda de pago o modo de convertirlas

Revisión de pago

Garantía de pago

Arbitraje:

Tribunal competente

El incumplimiento de cualquier cláusula establecida en el contrato, será suficiente para que exista un litigio.

Se debe incluir una cláusula para que el arbitraje sea efectuado a través de la Cámara de Comercio Internacional, así como el lugar del arbitraje y la legislación a aplicarse en el mismo.

Otras Cláusulas:

Secreto profesional

Propiedad industrial

Propiedad intelectual

Idioma del contrato

Derecho del contrato

Elección del domicilio

Firmas autenticadas

Anexos: De ser necesario se deberá indicar los anexos que rigen o forman parte del contrato.

El contrato será la forma de cerrar el trato en el caso de la venta de SID, por ser el más seguro además de ser indispensable para la cobranza mediante carta de crédito, ambas herramientas se utilizarán durante las primeras ventas y posteriormente, cuando se conozca bien y se haya podido establecer una relación de confianza con el cliente, se podría agilitar el proceso eliminando la carta de crédito y formalizando el trato únicamente con una proforma, misma que se detalla a continuación:

5.2.3.1.2. Proforma

A pesar de ser la más segura, el Contrato no es la herramienta más utilizada en los negocios internacionales, debido a su complejidad puesto que este debe ser legalizado, revisado por abogados de ambas partes y presentados en la embajada del país del importador, lo cual demora mucho el trámite. La forma más común de formalizar el compromiso es la Proforma, misma que usualmente se envía vía internet y que debe contener los siguientes datos:

- Nombre exacto y especificaciones del producto
- Cantidad solicitada del producto
- Clase de embalaje y Vía de embarque
- Plazo de pago sugerido : A la vista, 30, 60 días B/L etc. (será la más conveniente para el importador)
- Término a negociar (FAS, FOB, CFR, CIF, etc.)
- Nombre y dirección del Exportador
- Lugar de llegada del producto.
- Fecha aproximada de embarque
- Forma de pago: Cobranza directa, Pago anticipado, Carta de crédito, etc.
- Puerto de embarque y llegada de la mercadería
- Precio de la mercadería

- País de origen de la mercadería
- Plazo de validez de la cotización
- Cualquier otra información que se estime conveniente.

Un modelo de Proforma se encuentra en el Anexo 6.

5.2.3.2. Forma de pago

Existen algunos métodos para que el exportador realice el cobro de la mercadería vendida, sin embargo, la mejor manera de negociar una exportación es la Carta de Crédito Irrevocable y confirmada, convenio mediante el cual un banco –Banco Emisor-, obrando por cuenta y riesgo, y a solicitud de su cliente –Ordenante-, bajo ciertos términos y condiciones estipulados en el crédito, se obliga pagar, negociar o aceptar letras de cambio a favor de un beneficiario –Exportador-, a través de un banco en el exterior –Banco Corresponsal. Mediante este instrumento, el exportador cuenta con la garantía del banco del importador al ser irrevocable y la de su propio banco al ser confirmada, lo cual es ideal al ser la primera vez que se va a exportar SID y no se tiene experiencias previas ni referencias del importador.

5.2.4. Factura comercial

Una vez cerrado el proceso de negociación y determinados los acuerdos previos con el importador, paralelamente al inicio del proceso de exportación se emite la factura comercial. Se emite a nombre del importador o consignatario y necesariamente debe ser una factura autorizada por el Servicio de Rentas Internas. Cabe recalcar que en primer lugar se emite una factura de carácter provisional para el trámite interno de la Dau-e y otra factura comercial definitiva después del embarque, con lo que realmente se haya

embarcado, para ser enviada al importador y poder hacer efectivo el cobro de la exportación⁹⁷.

5.2.5. Envase y embalaje

El envasado y el embalaje del producto son procesos extremadamente importantes en una exportación ya que garantizan la calidad del producto exportado durante su transporte y posterior comercialización en el exterior, y la fácil manipulación del mismo por el cliente final. Adicionalmente, un correcto embalaje influye positivamente en la minimización de los riesgos, lo cual permite obtener una prima más baja, favorable tanto para el exportador como para el importador⁹⁸.

El material utilizado para el envase de SID Extracto Botánico 100% Natural es Polietileno de Alta Densidad, el contenido es 1 galón que cuenta con una agarradera para facilitar el manipuleo del mismo. Estos envases vienen con tapas autosellables, lo cual significa que al enroscar la tapa luego de haber vertido el producto, quedan aseguradas con un sello que se tiene que romper para abrir.

El embalaje elegido son cajas de cartón corrugado de 48cm de largo, 45 cm de ancho y 24 cm de alto, las cuales contienen 10 galones cada una. Para este tipo de producto este embalaje es suficiente, ya que no es un producto frágil ni peligroso y, está ya protegido por el sello de la tapa.

⁹⁷ Como Exportar 2008, p. 95

⁹⁸ Ibid, p. 59

Marcas de los Bultos

Las marcas en los bultos tienen mucha importancia en cuanto permiten identificar los bultos fácilmente en la aduana para el aforo y para su posterior retiro. El exportador debe cumplir con las instrucciones del importador acerca de cómo deben ir marcados los bultos.

En este caso se hará de esta manera:

SHELL'S INC.

Pedido #: 001

1/20 UP

MIAMI – EEUU

Se debe también tomar en cuenta también que es muy importante marcar muy claramente el país de destino de la mercadería, en este caso, Ecuador. De no cumplir con este requisito, la mercancía simplemente no podrá bajo ningún concepto entrar en suelo estadounidense. Esto se hace con el objetivo tanto de que el consumidor tenga la información del país del que está adquiriendo el bien y consecuentemente pueda tomar una decisión correcta, como para poder determinar el arancel aplicable o exenciones si las hubiere.

5.2.6. Etiquetado

Existen normas de etiquetado que son exigidas en el país para la entrada de productos, normas cuyo cumplimiento es indispensable ya que este detalle que podría parecer muy simple, es suficiente para que la mercadería no pueda ingresar al país de destino. Los datos que deben obligatoriamente constar en la etiqueta, o en ciertos casos, en un folleto adjunto cuando la información no entre en la misma, son los siguientes:

1. Nombre o marca del producto bajo el cual se comercializa
2. Nombre y dirección del productor
3. Contenido neto
4. Número de registro
5. Número de Registro del productor
6. Declaración de los ingredientes
7. Precauciones, incluyendo amenaza para los humanos, animales domésticos y medio ambiente
8. Modo de uso
9. Clasificación de los usos
10. Restricciones de uso (si aplica)
11. “Manténgase fuera del Alcance de los niños”
12. Almacenaje

Además se establece que el tipo de letra debe ser legible y de tamaño mínimo 6; aparecer en un fondo claro y contrastado y no estar oscurecida o amontonada. El lenguaje que se debe usar es el inglés.

5.2.7. Proceso de salida – Ecuador

5.2.7.1. Certificado de origen

Cuando se realiza una exportación, hacia cualquier destino, cuyo valor supere los USD 2.000, todo el trámite se debe hacer mediante un agente afianzado de aduana, quien previamente, mediante el Sistema de Gestión de Certificados de Origen SIGCO, ha ingresado los datos para la obtención del Certificado de Origen, documento necesario exigible para ingresar a Estados Unidos bajo la preferencia arancelaria de Nación Más Favorecida (MFN), que se aplica a este producto.

Cuando se trate de la primera exportación, o si existiese un perfil de riesgo que pudiera motivar observaciones de las aduanas de destino, es necesario realizar una verificación a la empresa productora, con el afán de constatar que la mercancía a exportarse cumple con las reglas de origen según el mercado de exportación. Posteriormente el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO emite un informe comunicando el resultado, el cual, de ser positivo, faculta a la empresa para obtener el certificado de origen.

Este certificado se debe retirar en las oficinas del Consejo de Comercio Exterior COMEX, luego de cancelar USD 10.00, para posteriormente ser llenado y presentado en la Dirección de Operaciones Comerciales (ver Anexo 7, Formato de Certificado de Origen e Instrucciones de llenado). Un funcionario habilitado verifica el contenido y procede a legalizar el Certificado de Origen, a través de la firma y sello que se encuentran registrados en las Aduanas de los países de destino⁹⁹.

⁹⁹ Instructivo General del Exportador, p. 4

5.2.7.2. Orden de embarque y declaración aduanera única

Antes de iniciar una exportación, el exportador, a través del agente de aduanas de ser el caso, debe anticipar al estado la intención de realizar dicha exportación, mediante la transmisión electrónica al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la Orden de Embarque, documento con el cual se registra información tal como los datos del exportador, descripción de la mercancía, cantidad, peso y factura provisional (ver formato en Anexo 8). Junto con la Orden de Embarque se envía también la Declaración Aduanera Única Código 15, que es un documento provisional y, además, se deben adjuntar los siguientes documentos:

RUC del exportador

Factura comercial original

Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)

Certificado de origen

Registro como exportador a través de la página web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Documento de Transporte (Reserva del Transporte)

Cuando estos documentos son aceptados por el SICE, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas a su destino final, para este proyecto, el transporte internacional se realizará vía marítima en 1 contenedor de 20 pies, que es el adecuado para las dimensiones de la caja y la cantidad que se exportará.

En esta instancia, la carga queda a disposición de la Policía Antinarcóticos para su respectiva inspección, la cual no se realiza siempre sino por sorteo.

Una vez que la mercadería es embarcada en el transporte, la empresa naviera emite el Manifiesto de Carga junto con los documentos de transporte: Guía Master. Posteriormente el exportador regulariza la exportación mediante la entrega de Declaración Aduanera Única definitiva, código 40 (Ver Anexo 9). La información contenida en ambos documentos son validados por el SICE y se ser este proceso satisfactorio, se envía la aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito los siguientes documentos:

- DAU impresa
- Orden de Embarque impresa
- Factura comercial definitiva
- Documentos de Transporte (Bill of Landing)
- Originales de autorizaciones previas (cuando aplique)

Un gráfico explicativo del proceso de salida que se acaba de describir se encuentra en el Anexo 10.

Cabe recalcar que la exportación que se realizará bajo el régimen 40, Exportación a Consumo.

5.3. ENTRADA DEL PRODUCTO A ESTADOS UNIDOS

Debido a que el Incoterm elegido para la exportación es CFR, el exportador se debe encargar de todos los trámites y procedimientos para que la carga arribe al puerto de destino, lo cual se cumplió en el numeral anterior de este capítulo. De este punto en adelante, es responsabilidad del importador realizar los trámites de rutina para desaduanizarla y poder comercializarla, sin embargo, a continuación se detalla grosso modo el procedimiento a seguir¹⁰⁰:

1. Cuando una carga arriba a los Estados Unidos, el importador debe llenar documentos de entrada con el director del puerto en el puerto de entrada de los bienes. Los bienes importados no son legalmente ingresados hasta que la carga haya llegado al puerto de entrada, la entrega de la mercadería haya sido autorizada por la agencia de Protección de Aduanas y Fronteras y los impuestos hayan sido pagados. Es responsabilidad del importador hacer los arreglos necesarios para la inspección y posterior liberación de la carga.
2. Los bienes solo pueden ser ingresados por el dueño de la mercancía, el comprador o un broker autorizado. Cuando los bienes son consignados “a la orden”, el conocimiento de embarque, debidamente endosado por el consignador sirve como evidencia para el derecho de entrada. Cuando los bienes llegan vía aérea, se utiliza la guía aérea. En la mayoría de los casos, la entrada es realizada por una persona autorizada por el dueño, generalmente un agente de aduanas, esta persona es considerada como el dueño de la mercancía para los propósitos aduaneros.
3. La entrada de bienes para consumo, es un proceso que consiste de dos partes:

¹⁰⁰ www.customs.gov/xp/cgov/trade/basic_trade/, Importando a los Estados Unidos, pág. 11.

- a. Llenar los documentos necesarios para determinar si la mercancía puede ser liberada de la custodia de la CBP (Protección de Aduanas y Fronteras) y,

- b. Llenar los documentos que contienen la información para la evaluación de impuestos y propósitos estadísticos

Ambos procesos pueden ser completados electrónicamente mediante el programa Interfaz Automatizado del Broker (ABI) del Sistema Comercial Automatizado (ACS).

4. Documentos de entrada: Dentro de los 15 días calendario posteriores a la llegada del embarque al puerto de entrada en Estados Unidos, los siguientes documentos deben ser llenados en una ubicación determinada por el director del puerto:
 - a. Manifiesto de Entrada, o Aplicación y Permiso Especial para Entrega Inmediata, u otro documento para la liberación de la mercancía requerida por el director del puerto.

 - b. Evidencia del Derecho de Entrada.

 - c. Factura comercial o proforma cuando no se pueda emitir la factura.

 - d. Lista de bultos, si fuera necesario.

 - e. Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.

Si los bienes serán liberados de la custodia de la CBP al tiempo de la llegada, un resumen de entrada para consumo debe ser llenada y los impuestos estimados depositados en el puerto de entrada dentro de los 10 días laborables posteriores al arribo de la carga.

5. Luego de este proceso, la carga es susceptible a ser examinada y, de no ocurrir ninguna violación legal o reglamentaria, la mercadería es liberada.

CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico que se desarrollará a continuación tiene como objetivo final el análisis de la rentabilidad que obtendrán los inversionistas. Para tal efecto es necesario, aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, definir de forma muy precisa todos los elementos que desembocarán en los resultados económicos del proyecto, es decir, costos, gastos, ventas, etc. para finalmente evaluar mediante índices el desempeño que ha tenido el proyecto en los años que se analizan.

6.1. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

TABLA 6.1: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

DIARIO							MENSUAL	
HORAS	LICUADORAS	MIN. X PROCESO	LITROS X LICUADORA X PROCESO	TOTAL PROCESOS X LICUADORA	LITROS POR LICUADORA	LITROS POR DIA	LITROS POR MES	GALONES POR MES
7	3	20	20	21	420	1260	25200	6300
							ANUAL	
							LITROS POR AÑO	GALONES POR AÑO
							302400	75600

ELABORADO POR: El autor

El proceso productivo para la obtención de SID, detallado con mayor profundidad en el capítulo IV, inicia con la dosificación y formulación del mismo, para luego proceder al licuado de ingredientes, envasar el líquido resultante y sellar finalmente el envase. Este proceso toma 20 minutos para ser completado. Se ha calculado contar con 7 horas al día para la realización de los procesos ya que la hora restante se dedicará a la limpieza, calibración y mantenimiento de las máquinas. Esto significa que al día se obtienen 21 procesos por máquina, cada proceso genera 20 litros de producto, dando un total de 420 litros por licuadora. Como se cuenta con 3 licuadoras en la fábrica, entonces finalmente se obtendrán 1260 litros de producto al día, 25200 al mes, lo cual traducido a galones que es en la presentación que se exportará significa 6300 galones al mes o 75600 por año.

6.2. INVERSIÓN INICIAL

TABLA 6.2: INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS				% DEPRECIA CION	DEPRECIACION			
CANTIDAD	CONCEPTO	PARCIAL	VALOR TOTAL		AÑO 1	Mensual año 1	AÑO 2	AÑO 3
	Maquinaria y Equipo		2,040.00	100%	2,040.00	170.00	2,203.20	2,379.46
3	Licuadoras	1,500.00						
3	Mesas de Trabajo	450.00						
3	Contenedores plásticos	90.00						
	Muebles y Enseres		850.00	20%	170.00	14.17	170.00	170.00
2	Escritorio	380.00						
2	Silla	180.00						
2	Archivador	260.00						
2	Basurero	30.00						
	Equipo de oficina		910.00	33.33%	303.30	25.28	303.30	303.30
2	Computadora	600.00						
2	Telefax	160.00						
1	Impresora-Scanner	150.00						
	TOTAL		3,800.00					

ELABORADO POR: El autor

- La maquinaria que se necesita para la producción de SID es bastante sencilla, únicamente licuadoras industriales, mesas de trabajo para la clasificación y dosificación de ingredientes y contenedores de acero inoxidable. Cabe recalcar que debido a que las licuadoras estarán trabajando durante 7 horas, a pesar de tener capacidad industrial, se ha considerado que deban ser reemplazadas anualmente, razón por la cual la depreciación correspondiente es del 100%, lo mismo sucede con mesas y recipientes debido a que por la acidez de los ingredientes y el manejo en grandes cantidades su deterioro será alto.
- Los muebles y enseres serán utilizados por el asistente y gerente, al igual que los equipos de computación y oficina.

TABLA 6.3: INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS		
CONCEPTO	PARCIAL	VALOR
Constitucion de la empresa		1,000.00
Garantía de arriendos		600.00
Gastos de Funcionamiento		1,700.00
Patente	600.00	
Registro Magap	800.00	
Permisos de funiconamiento	300.00	
TOTAL		3,300.00

ELABORADO POR: El autor

- La constitución de la empresa tiene un valor tan bajo ya que se la realizará con un capital suscrito de únicamente \$400, con el objeto justamente de reducir este gasto, quedando el aporte de socios restante como Aporte para Futuras Capitalizaciones en el balance.
- Todos los gastos de funcionamiento para este proyecto en particular, se deben renovar anualmente.

TABLA 6.4: CAPITAL PREOPERATIVO

CAPITAL PREOPERATIVO			
CANTIDAD	CONCEPTO	PARCIAL	TOTAL
	Materia Prima		10,900.00
	Toneladas de chochos	1,400.00	
	Toneladas de ají	2,500.00	
	Levadura de pan	1,100.00	
	Banano de desecho	2,200.00	
	Otros componentes	3,700.00	
6,300.00	Envases (galones)		2,242.40
6,300.00	Etiquetas		352.80
630.00	Cajas para exportación		467.11
	Suministros de oficina y papelería		200.00
	Uniformes		65.00
1.00	Gorros Quirúrgicos (bolsa de 100u)	12.00	
4.00	Delantal	40.00	
1.00	Guantes (caja de 100u)	6.50	
1.00	Mascarillas (caja de 100u)	6.50	
	Gastos de Exportación		5,880.00
	Agenciamiento por contenedor	300.00	
	Transporte Quito-Guayaquil	580.00	
	Flete Guayaquil-Miami	1,200.00	
	Comisión Carta de Crédito (prov.)	3,800.00	
	Arriendo		300.00
	Gastos de Promoción (800 galones)		5,000.00
	Provisión Sueldos		1,609.45
	Servicios básicos		300.00
	Imprevistos		200.00
TOTAL			27,516.76

ELABORADO POR: El autor

- Se ha calculado un capital pre operativo que cubre todos los costos y gastos necesarios para empezar las operaciones el primer mes, ya que el pago por parte del proveedor se hará, mediante carta de crédito, aproximadamente 10 días después de recibido el embarque, es decir un mes y 10 días después de iniciar las operaciones.
- En base a las indicaciones del creador de SID, la materia prima está calculada con los porcentajes en que cada uno de los ingredientes intervienen en la formulación del mismo y en las cantidades necesarias para obtener la producción que ya se ha calculado.

TABLA 6.5: INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR
Inversión en activos fijos	3,800.00
Inversión en activos diferidos	3,300.00
Capital Preoperativo	27,516.76
TOTAL	34,616.76
APORTES SOCIOS (2)	20,000.00
PRESTAMO SOCIO	18,000.00
TOTAL	38,000.00

ELABORADO POR: El autor

- El préstamo del socio genera intereses anuales del 12%, y el pago del capital se hará al final del segundo año.
- Se ha decidido hacer una inversión mayor a la necesidad de inversión total para contar con un monto extra en caso de cualquier imprevisto.

6.3. ROL DE PAGOS

TABLA 6.6: ROL DE PAGOS

CONCEPTO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL
Empleado 1 (dom)	120.00	120.00	120.00	60.00	11.22	13.38	1,900.56
Empleado 2	264.00	264.00	264.00	132.00	24.68	29.44	4,181.23
Asistente	264.00	264.00	264.00	132.00	24.68	29.44	4,181.23
Gerente	800.00	800.00	264.00	400.00	74.80	89.20	12,134.40
TOTAL	1,448.00	1,448.00	912.00	724.00	135.39	161.45	22,397.42

ELABORADO POR: El autor

- En el rol de pagos de los empleados están considerados todos los beneficios que por ley se debe otorgar a los mismos e incluso, un bono por vacaciones.

6.4. DESGLOSE DE COSTOS Y PRECIO DE VENTA

TABLA 6.7: DESGLOSE DE COSTOS Y PRECIO DE VENTA (CIF)

	COSTO ANUAL	COSTO POR C/LITRO	COSTO POR C/GALON
COSTOS FIJOS	136,881.79	0.45	1.81
Materia Prima	130,800.00	0.43	1.73
Mano de Obra Directa	6,081.79	0.02	0.08
COSTOS VARIABLES	37,527.65	0.12	0.50
Envases	26,908.76	0.09	0.36
Etiquetas	4,233.60	0.01	0.06
Cajas	5,605.29	0.02	0.07
Uniformes	780.00	0.00	0.01
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTA	112,315.63	0.37	1.49
Sueldos administrativos	16,315.63	0.05	0.22
Arriendo	3,600.00	0.01	0.05
Promoción	60,000.00	0.20	0.79
Suministros de oficina y papelería	2,400.00	0.01	0.03
Servicios Básicos	3,600.00	0.01	0.05
Honorarios Socios	24,000.00	0.08	0.32
Otros gastos Administrativos	2,400.00	0.01	0.03
GASTOS OPERATIVOS	73,440.00	0.24	0.97
Agenciamiento por contenedor	3,600.00	0.01	0.05
Transporte Quito-Guayaquil	6,960.00	0.02	0.09
Flete Guayaquil-Miami	14,400.00	0.05	0.19
Comisión carta de crédito	45,600.00	0.15	0.60
Gasto IVA pagado	2,880.00	0.01	0.04
GASTOS FINANCIEROS	2,556.00	0.01	0.03
Interés préstamo	2,160.00	0.01	0.03
Costo de chequera	360.00	0.00	0.00
Costo emisión estados de cuenta	36.00	0.00	0.00
COSTO	362,721.07	1.20	4.80
Margen de Utilidad		150.00%	150.00%
VALOR CIF		3.00	11.99
VALOR FOB		2.95	11.80
COSTO DE PRODUCCION	174,409.44	0.58	2.31

ELABORADO POR: El autor

- Para la determinación del costo del producto se han considerado todos y cada uno de los costos y gastos en los que hay que incurrir para la producción del mismo.
- El margen de utilidad está calculado de tal manera que genere un precio de venta CIF cerrado. Además en base al precio de productos competidores, se puede fijar este margen de utilidad ya que incluso siendo este bastante alto, el precio final del producto puede ser mucho más bajo que los de la competencia.

6.5. PLAN DE VENTAS

TABLA 6.8: PLAN DE VENTAS

% ANUAL DE INCREMENTO DE VENTAS	1%
% DE INFLACION ANUAL	8%

	Producción anual galones	Valor CIF	VENTAS CIF
AÑO 1	75,600.00	11.99	906,802.68
AÑO 2	76,356.00	12.95	989,140.36
AÑO 3	77,119.56	13.99	1,078,954.31
	Valor FOB	VENTAS FOB	
AÑO 1	75,600.00	11.80	892,402.68
AÑO 2	76,356.00	12.75	973,432.84
AÑO 3	77,119.56	13.77	1,061,820.55

ELABORADO POR: El autor

- A pesar de que el sector agrícola orgánico en Estados Unidos crece en razón de un 9% anual, se ha decidido considerar un incremento de ventas muy conservador de un 1% debido a la crisis económica que aún afecta a este país y a la evidente recesión mundial que se espera en corto tiempo.
- Por estos mismos motivos, se considera una inflación de aproximadamente el doble del promedio del último año. Se trata de considerar un escenario pesimista que de no darse, supere las expectativas de los inversionistas, lo cual es mejor que decepcionar a los mismos con resultados inferiores a los esperados.

6.6. BALANCE DE SITUACION INICIAL

TABLA 6.9: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente	30,900.00	Pasivo Corto Plazo	0
Caja y Bancos	16,937.70	Obligaciones con accionistas	0
Cuentas por cobrar	0	Proveedores	0
Provisión incobrables	0	Documentos a corto plazo	0
Inventario		Arrendamiento financiero cp	0
Materia Prima	10,900.00	Otros préstamos	0
Envases	2,242.40	Sobregiros bancarios	0
Etiquetas	352.80	Pasivo Largo Plazo	18,000.00
Cajas para exportacion	467.11	Préstamos a largo plazo	18,000.00
Activo Fijo	3800	Préstamos hipotecarios	0
Inmuebles	0	Otros pasivos a largo plazo	0
Muebles y enseres	850.00		
Equipo de oficina	910.00	PATRIMONIO	
Maquinaria y Equipo	2,040.00	Capital Social Suscrito Pagado	400.00
Activo Diferido	3,300.00	Reservas	0
Gastos de Constitución	1,000.00	Apote futuras capitalizaciones	19600
Garantía de Arriendos	600.00	Utilidades no distribuidas	0
Gastos legales	1,700.00	Utilidades del ejercicio	0
TOTAL ACTIVOS	38,000.00	TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO	38,000.00

ELABORADO POR: El autor

6.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general señala los bienes y derechos propiedad de la empresa así como la manera de cómo estos activos se han financiado por medio de pasivos y de capital contable. El balance general muestra las propiedades y las obligaciones de la empresa¹⁰¹.

TABLA 6.10: BALANCE GENERAL

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO	581,668.31	962,183.43	1,401,658.89
ACTIVO CORRIENTE	579,781.61	960,770.04	1,400,718.80
BANCOS	565,819.30	945,690.75	1,384,433.17
INVENTARIO	13,962.30	15,079.29	16,285.63
INVENTARIO MATERIA PRIMA	10,900.00	11,772.00	12,713.76
INVENTARIO MATERIALES	3,062.30	3,307.29	3,571.87
ACTIVO FIJO	1,286.70	813.39	340.09
MUEBLES Y ENSERES	850.00	850.00	850.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	2,040.00	2,203.20	2,379.46
EQUIPO Y SOFTWARE DE COMPUTO	910.00	910.00	910.00
(-) DEPRECIAACION ACUMULADA	-2,513.30	-3,149.81	-3,799.37
ACTIVO DIFERIDO	600.00	600.00	600.00
CUENTAS POR LIQUIDAR	600.00	600.00	600.00
PASIVO	218,139.76	220,317.20	242,744.02
PASIVO CORRIENTE	200,139.76	220,317.20	242,744.02
IVA RETENIDO POR PAGAR	2,880.00	3,110.40	3,359.23
I.R. RETENIDO POR PAGAR	1,920.00	2,073.60	2,239.49
15% TRABAJADORES	80,830.25	89,020.63	98,129.09
25% IMPUESTO A LA RENTA	114,509.51	126,112.56	139,016.21
PASIVO LARGO PLAZO	18,000.00	0.00	0.00
CUENTAS POR PAGAR ACCIONISTAS	18,000.00	0.00	0.00
PATRIMONIO	363,528.54	741,866.23	1,158,914.87
CAPITAL SUSCRITO PAGADO	400.00	400.00	400.00
APORTE FUTURAS CAPITALIZACIONES	19,600.00	19,600.00	19,600.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	343,528.54	378,337.69	417,048.64
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	0.00	343,528.54	721,866.23
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	581,668.31	962,183.43	1,401,658.89

ELABORADO POR: El autor

¹⁰¹ S. Block, 1998, **Fundamentos de Administración Financiera**, p. 49.

6.8. FLUJO DE CAJA

Estado que indica el impacto de las operaciones, de las inversiones y de las actividades financieras en el flujo de efectivo durante un período contable¹⁰².

TABLA 6.11: FLUJO DE CAJA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS DE EFECTIVO	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
VENTAS	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
-DEVOLUCIONES	0.00	0.00	0.00
-DESCUENTOS	0.00	0.00	0.00
SALIDAS DE EFECTIVO	355,761.07	589,108.92	640,211.89
Materia Prima	130,800.00	141,264.00	152,565.12
Sueldos Empleados	6,081.79	6,568.34	7,093.80
Envases	26,908.76	29,061.46	31,386.38
Etiquetas	4,233.60	4,572.29	4,938.07
Cajas	5,605.29	6,053.71	6,538.01
Agenciamiento por contenedor	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Transporte Quito-Guayaquil	6,960.00	7,516.80	8,118.14
Flete Guayaquil-Miami	14,400.00	15,552.00	16,796.16
Servicios Basicos	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Suministros de oficina y papelería	2,400.00	2,592.00	2,799.36
Otros gastos Administrativos	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Uniformes	780.00	842.40	909.79
Maquinaria y Equipo	0.00	2,203.20	2,379.46
Promoción	60,000.00	64,800.00	69,984.00
Sueldos Administrativos	16,315.63	17,620.88	19,030.55
Arriendo	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Honorarios Socios	22,080.00	23,846.40	25,754.11
Iva Retenido por pagar	0.00	2,880.00	3,110.40
IR Retenido por pagar	0.00	1,920.00	2,073.60
Costo de chequera	360.00	388.80	419.90
Costo emisión estados de cuenta	36.00	38.88	41.99
Comisión Carta de crédito	45,600.00	49,248.00	53,187.84
Impuestos Municipales	0.00	2,736.00	2,954.88
Utilidades	0.00	80,830.25	89,020.63
Impuesto a la renta	0.00	114,509.51	126,112.56
SALDO OPERACIONAL	551,041.61	400,031.45	438,742.42
SALDO INICIAL DE CAJA	16,937.70	565,819.30	945,690.75
PRESTAMOS	0.00	0.00	0.00
CANCELACION PREST.	0.00	18,000.00	0.00
RECUP. INVERSION	0.00	0.00	0.00
INVERSIONES	0.00	0.00	0.00
INTERESES GANADOS	0.00	0.00	0.00
INTERESES PAGADOS	2,160.00	2,160.00	0.00
SALDO FINAL DE CAJA	565,819.30	945,690.75	1,384,433.17

ELABORADO POR: El autor

¹⁰² E. Brigham, 2004, **Fundamentos de Administración Financiera**, p. 47

6.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período determinado.¹⁰³ Resume los ingresos y gastos de la compañía en un período contable, normalmente un trimestre o un año¹⁰⁴.

TABLA 6.12: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
<i>INGRESOS OPERATIVOS</i>	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
Ventas	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
<i>INGRESOS NO OPERATIVOS</i>	0.00	0.00	0.00
GASTOS	367,934.38	395,669.48	424,760.37
Costo de los bienes vendidos	174,409.44	187,245.21	202,224.83
GASTOS ADMINISTRATIVOS	112,315.63	121,108.88	130,605.59
Sueldos administrativos	16,315.63	17,620.88	19,030.55
Arriendo	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Promoción	60,000.00	64,800.00	69,984.00
Suministros de oficina y papelería	2,400.00	2,592.00	2,799.36
Servicios Básicos	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Honorarios Socios	24,000.00	25,920.00	27,993.60
Otros Gastos Administrativos (Imprevistos)	2,400.00	2,400.00	2,400.00
GASTOS OPERATIVOS	73,440.00	79,315.20	85,660.42
Agenciamiento por contenedor	3,600.00	3,888.00	4,199.04
Transporte Quito-Guayaquil	6,960.00	7,516.80	8,118.14
Flete Guayaquil-Miami	14,400.00	15,552.00	16,796.16
Comisión carta de crédito	45,600.00	49,248.00	53,187.84
Gasto Iva Pagado	2,880.00	3,110.40	3,359.23
GASTOS FINANCIEROS	7,769.30	8,000.18	6,269.53
Interés préstamo	2,160.00	2,160.00	0.00
Costo de chequera	360.00	388.80	419.90
Costo emisión estados de cuenta	36.00	38.88	41.99
Depreciación Maquinaria y Equipo	2,040.00	2,203.20	2,379.46
Depreciación Muebles y Enseres	170.00	170.00	170.00
Depreciación Equipo de Oficina	303.30	303.30	303.30
Amortizaciones	1,000.00	0.00	0.00
Impuestos Municipales	1,700.00	2,736.00	2,954.88
GASTOS NO OPERATIVOS	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL E IMP.	538,868.31	593,470.89	654,193.94
15% PARTICIPACIÓN LABORAL	80,830.25	89,020.63	98,129.09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	458,038.06	504,450.25	556,064.85
25% DE IMPUESTO A LA RENTA	114,509.51	126,112.56	139,016.21
UTILIDAD NETA	343,528.54	378,337.69	417,048.64

ELABORADO POR: El autor

¹⁰³ L. Gitman, 2000, **Administración Financiera**, p. 85

¹⁰⁴ E. Brigham. Op cit, p. 40

6.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas que una firma debe alcanzar para cubrir sus costos operativos. En otras palabras, es el punto donde los ingresos operativos (utilidad antes de intereses e impuestos) son iguales a cero¹⁰⁵.

TABLA 6.13: PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas Totales \$	906,802.68	989,140.36	1,078,954.31
Costo Variable Total \$	37,527.65	40,529.86	43,772.25
CVT/VT (%)	4.14%	4.10%	4.06%
Margin de contribución 1-(CVT/VT)	95.86%	95.90%	95.94%
Costo Fijo Total \$	136,881.79	147,832.34	159,658.92
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL SIN INGRESOS NO OPERACIONALES	732,393.24	800,778.17	875,523.14
PE(GLOBAL) \$ = CFT/(1-(CVT/VT))	\$142,791.14	\$154,148.55	\$166,410.03

ELABORADO POR: El autor

- Este cuadro indica que para tener una utilidad contable, las ventas deben ascender por los menos a \$142,791.14 en el primer año. Las ventas el primer año se pronostican en más de 6 veces este valor.

¹⁰⁵ T. GALLAGHER, 2001, **Administración Financiera: Teoría y Práctica**, p. 348.

6.11. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto considera de manera explícita el valor del dinero en el tiempo, por lo que se estima como una técnica compleja de preparación de presupuestos de capital¹⁰⁶. El VAN de un proyecto de presupuestación de capital es el cambio estimado en el valor de la firma que se presentaría si se acepta un nuevo proyecto¹⁰⁷.

TABLA 6.14: CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -I_0 + \left(\frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n} \right)$$

i	0.08
I_0	-38000.00

AÑO	FNC	$(1+i)^n$	$\left(\frac{FNC_n}{(1+i)^n} \right)$
1	565,819.30	1.08	523,906.76
2	945,690.75	1.17	810,777.39
3	1,384,433.17	1.26	1,099,007.69
TOTAL			2,433,691.84

VAN	2,395,691.84
-----	--------------

ELABORADO POR: El autor

- El valor actual es positivo por tanto es un proyecto viable que se recomienda aceptar y emprender, puesto que genera una rentabilidad mayor que el costo promedio ponderado de las fuentes de financiación. Esto significa que a los accionistas les queda un excedente en términos de valor actual, por consiguiente aumenta su riqueza y por lo mismo conviene asignar los recursos necesarios para la ejecución de este proyecto.

¹⁰⁶ L. Gitman, Op cit, p. 312.

¹⁰⁷ Timothy, 2001, p. 259

6.12. TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento que equipara el valor presente de las entradas de efectivo con la inversión inicial de un proyecto¹⁰⁸.

TABLA 6.15: CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = T1 + (T2 - T1) * ((VAN1 / (VAN1 - VAN2)))$$

T1	0.08
T2	0.35

AÑO	FNC	$(1+i)^n$	$((FNC_n / (1+i)^n)$
1	565,819.30	1.35	419,125.41
2	945,690.75	1.82	518,897.53
3	1,384,433.17	2.46	562,691.94
TOTAL			1,500,714.88

Io	-38,000.00
VAN	1,462,714.88

VAN1	VAN2	VAN1 - VAN2	VAN1 / (VAN1 - VAN2)	T2-T1	TIR
2,395,691.84	1,462,714.88	932,976.96	2.57	0.27	0.7733

CALCULO CON I=	0.7733
AÑO	FNC
1	565,819.30
2	945,690.75
3	1,384,433.17
TOTAL	
	868,079.29

Io	-38000.00
VAN	830079.29

¹⁰⁸ L. Gitman, Op cit, p. 314.

CALCULO CON I=	15.5290		
AÑO	FNC	$(1+i)^n$	$((FNC_n / (1+i)^n)$
1	565,819.30	16.53	34,231.91
2	945,690.75	273.21	3,461.43
3	1,384,433.17	4,515.85	306.57
TOTAL			37,999.92

Io	-38000.00
VAN	-0.08

ELABORADO POR: El autor

- Con un TIR = 15.5290 el VAN se aproxima a 0. Esta tasa es mayor a la tasa referencial por lo tanto el proyecto debe ser aceptado ya que el retorno que nos dará el mismo supera a la inflación + el riesgo.

6.13. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

TABLA 6.16: CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Factor de actualización = $1 / (1+i)^n$

AÑO	FACTOR
1	0.925925926
2	0.85733882
3	0.793832241

AÑO	INVERSION	FNE	Fact. Actualización	FNE actualizado
0	-38000.00	0	0	0
1	-38000.00	565,819.30	0.925925926	523906.763
2	772777.39	945,690.75	0.85733882	810777.3911
3	1871785.08	1,384,433.17	0.793832241	1099007.686

ELABORADO POR: El autor

- El período de recuperación del capital indica que la inversión de los socios se empieza a recuperar desde el segundo año de operación, lo cual es un tiempo que bastante atractivo por lo cual se recomienda emprender el proyecto.

6.14. ÍNDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

TABLA 6.17: INDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

NOMBRE	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INDICES QUE MIDEN LA LIQUIDEZ				
1. Capital de trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	379,641.85	740,452.84	1,157,974.78
2. Solvencia	Activo Corriente/Pasivo Corriente	2.90	4.36	5.77
3. Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventario/Pasivo Corriente	579,781.54	960,769.97	1,400,718.73
INDICES QUE MIDEN LA EFICIENCIA				
4. Rotación de Inventarios	(Inventario Total promedio/Costo de Ventas)x360 días	28.82	28.99	28.99
5. Rotación de Inventarios	Costo de Ventas/Inventario Total promedio	12.49	12.42	12.42
6. Período Medio de Cobranza	(Cuentas por Cobrar/Ventas netas)x360 días	0.00	0.00	0.00
7. Período Medio de Pagos	(Cuentas por Pagar/Ventas netas)x360 días	0.00	0.00	0.00
8. Rotación del Activo Fijo Neto	Ventas Netas/Activo Fijo Neto	704.75	1,216.07	3,172.55
9. Rotación del Activo Total	Ventas Netas/Activos Totales	1.56	1.03	0.77
INDICES QUE MIDEN EL APALANCAMIENTO O ENDEUDAMIENTO				
10. Solidez	Pasivo Total/Activo Total	0.38	0.23	0.17
11. Endeudamiento	Pasivo Total/Patrimonio	0.60	0.30	0.21
12. Rentabilidad Neta/Patrimonio	Utilidad Neta/Patrimonio (promedio)	94.50%	51.00%	35.99%
Indice de capitalización	Patrimonio Final/Patrimonio Inicial	18.18	2.04	1.56

ELABORADO POR: El autor

1. Capital de Trabajo: Indica la cantidad de recursos con que cuenta la empresa para atender sus operaciones después de cubrir el pasivo corriente. Constituye un margen de seguridad para cubrir las obligaciones de corto plazo.
2. Solvencia: Indica, en promedio, el número de dólares que dispondrá la empresa para cancelar cada dólar del pasivo corriente dentro del ciclo de operación. Este índice no garantiza una coordinación entre las entradas a caja y las salidas, es decir, que no asegura el hecho de que a medida que vengan las cuentas corrientes se cobren en igual o mayor cuantía las cuentas por cobrar.

3. Prueba Ácida: Mide la capacidad de pago mediata del pasivo corriente a medida que éste vence, sin tomar en cuenta el efectivo que podría provenir de la liquidación o venta de los inventarios. Es un índice más rígido para medir la liquidez de la empresa.
4. Rotación de Inventarios (días): Se refiere al número de días que, en promedio, el inventario de productos terminados ha permanecido en las bodegas antes de venderse.
5. Rotación de Inventarios (veces): Señala el número de veces que el inventario de productos terminados se ha renovado como resultado de las ventas de la empresa.
6. Período medio de Cobranza: Señala el número de días que la empresa se está demorando, en promedio, para recuperar las ventas a crédito, permite evaluar por tanto la eficiencia de la gestión comercial y de cartera (cobros).
7. Período medio de Pago: Señala el número de días que la empresa se está demorando, en promedio, para cancelar sus compras a crédito.
8. Rotación del Activo Fijo Neto: Señala el número de veces o eficiencia con que la empresa ha utilizado sus activos fijos para generar ventas.
9. Solidez: Este índice permite evaluar la estructura de financiamiento del activo total. Mientras menor sea la participación del pasivo total en el financiamiento del activo total, menor es el riesgo financiero de la empresa, mayor es el margen de garantía y seguridad para los acreedores actuales y potenciales y mayor también la capacidad de endeudamiento adicional para atender expansiones.

10. Endeudamiento: Nos señala la porción del aporte de los socios o accionistas que respaldan las deudas con terceros. Es un índice muy importante por cuanto nos puede indicar el grado de compromiso de los accionistas para respaldar la gestión de la empresa.

11. Rentabilidad Neta/Patrimonio: Mide la remuneración contable que la empresa brinda a sus accionistas por haber arriesgado un capital equivalente al patrimonio. Esta rentabilidad debe ser mayor a la que el equivalente monetario del patrimonio obtendría en una inversión alternativa de similar riesgo.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- Las fatales consecuencias que el uso irresponsable de recursos naturales ha venido efectuando el hombre durante largos años, ha desembocado finalmente en la imperiosa necesidad no solo de terminar con esta explotación sino de tratar de revertir los efectos adversos ocasionados.
- SID Extracto Botánico 100% Natural, es un plaguicida y abono amigable con el medio ambiente, con los suelos en los que se aplica y con la salud humana; su elaboración es extremadamente económica al ser hecho básicamente de desechos de plantas y combate tanto plagas como enfermedades en los diversos cultivos en los que se puede aplicar.
- El hecho de tener ambas bondades, las de un plaguicida y las de un abono, constituye una ventaja competitiva frente a otros productos; al igual que el hecho de ser un producto orgánico perteneciente a un sector en franco crecimiento a nivel mundial; y su extremado bajo costo.

- Se ha realizado un exhaustivo análisis de los factores macroeconómicos del país de destino, Estados Unidos, no solamente para conocer datos generales relevantes para el proyecto, sino también para conocer la situación actual y cultura de negocios de sus habitantes, conocimientos indispensables que un buen negociador internacional debe tener para una gestión exitosa.
- El mercado que se pretende penetrar es uno de dimensiones grandísimas, conformado por casi un millón y medio de hectáreas en la actualidad y con un crecimiento del 9% anual.
- El término de negociación internacional utilizado la exportación en este proyecto es CIF, no solo por ser uno de los más utilizados en la práctica sino también debido a que con este se facilitan los procesos para el importador y esto también puede constituir un atractivo para lograr la venta.
- La producción de grandes volúmenes de producto abarata los costos de tal manera que se puede ingresar al mercado con precios de venta mucho menores al promedio de la industria.
- Como resultado de analizar varias opciones para lograr una optimización máxima de los costos, se ha determinado que el producto será envasado en presentaciones rectangulares de un galón y embalado en cajas de 10 galones cada una, distribuido a un minorista que atiende al sector agrícola de la Florida y promocionado a través de muestras a ser distribuidas entre los granjeros para que prueben las bondades y efectividad del producto.
- El valor actual neto del proyecto indica una cifra poco común en los proyectos de inversión, \$2'395.000 aproximadamente, la Tasa Interna de Retorno de un 77.33% y

el Período de Recuperación de Capital de un año, indicadores que reflejan el enorme atractivo de este proyecto y rentabilidad que les devolverá la inversión a los socios.

- Los índices financieros igualmente reflejan que el proyecto tiene una liquidez envidiable, es muy eficiente y tiene un apalancamiento casi nulo.

7.2. RECOMENDACIONES

- a) El desarrollo de este trabajo de grado refleja la necesidad de concientizar profundamente acerca del daño que el hombre ha causado al medio ambiente y la urgencia de parar con toda mala práctica que ponga en peligro al planeta.
- b) En cuanto a la elaboración del producto, es indispensable estar en constante supervisión de la calidad de la materia prima utilizada y la prolijidad de los procesos que realizan los empleados con el fin de asegurar la calidad del producto final.
- c) SID es un producto que resulta igual de útil al aplicar en amplias extensiones de cultivo como en el jardín de una casa, por lo que su uso doméstico es recomendable.
- d) Debido a la gran efectividad como producto agrícola y al inmenso atractivo como negocio, se recomienda iniciar los trámites para obtener la patente del mismo lo antes posible.

- e) Si bien el mercado estadounidense es un mercado de grandes oportunidades, se debe tener mucho cuidado en cuanto a la calidad del producto y de los procesos de venta, un error podría significar la ruptura de relaciones comerciales con el cliente, o la necesidad de obtener nuevos permisos para ingresar en este mercado.
- f) Así mismo, es necesario conocer la cultura de negocios del cliente norteamericano, pues esta difiere mucho de la manera en que los ecuatorianos nos comportamos al hacer negocios y, como se sabe, una negociación correcta abrirá las puertas de la internacionalización.
- g) A pesar de la flexibilidad que el uso de tecnologías impersonales como el internet han aportado a la manera de hacer negocios, es necesario dejar las reglas claras con el cliente americano, debido a las huellas latentes aún de la crisis económica sufrida hace unos años atrás, que todavía puede afectar a la economía de ese país.
- h) Sería interesante analizar la posibilidad de, en un futuro, participar en ferias agrícolas realizadas en el país de destino.
- i) Igualmente interesante resulta la oportunidad de aumentar las ventas mediante nuevos clientes que se pueden atraer mediante la entrega de muestras para que prueben el producto aquellos productores que se dedican a la agricultura tradicional, para que comparen los resultados y los beneficios y se decidan a cambiar por lo orgánico.
- j) Se debe analizar la posibilidad de obtener una certificación “Sello Verde”, de tal manera que el producto se vuelva aún más atractivo para los compradores.

- k) Siempre se deberá estar vigilante de que los requisitos, documentación y procesos en general tanto en Ecuador como en Estados Unidos no cambien y, si lo hacen, tomar inmediatamente las acciones necesarias para que un cambio de estos no signifique la paralización de las actividades.
- l) El análisis financiero del proyecto arrojó resultados alentadores en demasía, por lo que se recomienda llevar a cabo el mismo.
- m) Con una liquidez como la que arrojó el proyecto, es recomendable buscar nuevos mercados internacionales.
- n) Lo óptimo es emprender el proyecto con la mayor brevedad posible ya que, debido a las políticas comerciales con Estados Unidos del gobierno de turno, no se descarta la posibilidad de que en cierto momento no se renueven las preferencias arancelarias para el Ecuador, pudiendo mitigar este impacto el hecho de ser para ese entonces un producto ya conocido en el mercado.

BIBLIOGRAFIA

BALL, Donald. McCulloch, Wendell. 1997. Negocios Internacionales, Introducción y Aspectos Esenciales. Quinta. Edición. McGraw Hill. España.

BALLOU, Ronald H., 1999. Business Logistics Management. Cuarta edición. Prentice-Hall International. Estados Unidos.

BLOCK, Stanley. 1998. Fundamentos de Administración Financiera. Octava Edición. Cecsa. México.

BRIGHAM, Eugene. 2004. Fundamentos de Administración Financiera. Décima Edición. Thomson. México.

CATEORA, Philip. 1997. Marketing Internacional. Octava Edición. Mc-Graw Hill. España.

DEL RIVERO, José María. 1969. Ejercicios, Problemas y Cuestiones sobre plagas y plaguicidas. Ediciones Mundiprensa. Madrid.

DOMINGUEZ, Francisco. 1998. Plagas y enfermedades de las plantas cultivadas. 9na edición. Ediciones Mundiprensa. Madrid.

ESTRADA, Luis Patricio. 2006. Como hacer importaciones. Primera Edición. Ediciones Abya-Yala. Ecuador.

FERNANDEZ, Milagros. S/F. Aplicación de plaguicidas. España. Servicio de Publicaciones y Divulgación. Andalucía.

GITMAN, Lawrence. 2000. Administración Financiera. Octava Edición. Pearson Education. México.

GALLAGHER, Timothy. 2001. Administración Financiera, Teoría y Práctica. Segunda Edición. Colombia.

HILL, Charles. 2001. Negocios Internacionales: Competencia en un mercado global. Tercera Edición. México. Mc-Graw Hill.

HUERTAS, Gabriel. 1985. Sanidad Vegetal. Editorial USTA. Bogotá.

LAMB, Charles, Hair, Joseph. 2002. Marketing International Thomson Editores. Sexta Edición. Colombia.

MAUBERT, Claudio. 1998. Comercio Internacional, Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros. Primera Edición. Editorial Trillas. México.

PARKIN, Michael. 2001. Microeconomía, Versión para Latinoamérica. Pearson Education. México.

SUDGEN, Andrew. 1997. Diccionario Ilustrado de la Botánica. Tercera Edición. España. Editorial Everest.

Cámara de Comercio de Quito. 2009. Guía General del Exportador. Ecuador.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI. Abril 2008. Perfil USA. Publicaciones CORPEI. Ecuador.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI. 2008. Como exportar, trámites, procedimientos y documentos operativos. Publicaciones CORPEI. Ecuador.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR. Logística Internacional. Ecuador.

Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Competitividad y Pesca (MICIP). Diciembre 2006. Medición de los impactos de la no renovación de la ATPDEA en productos agrícolas de exportación. Nancy Medina Carranco. Ecuador.

Oficina Comercial del Ecuador en EEUU. Guía para Exportar a EE.UU. Cynthia Mayer.

<http://macmap.org> INTERNATIONAL TRADE CENTER - MARKET ACCES MAP.

<http://www.trademap.org> INTERNATIONAL TRADE CENTER - TRADE MAP.

<http://www.fda.gov> US FOOD AND DRUG ADMINISTRATION.

<http://wto.org> WORLD TRADE ORGANIZATION.

<http://www.aphis.usda.gov> UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE – ANIMAL AND PLANT HEALTH INSPECTION SERVICE.

<http://www.aduana.gov.ec> ADUANA DEL ECUADOR.

<http://www.fao.org> FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS.

<http://www.shellsfeed.com/feedgardensupplieswholesaletampa.html> SHELL'S FEED AND GARDEN SUPPLY, INC.

<http://www.customs.gov> US CUSTOMS AND BORDER PROTECTION.

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY>.

<http://www.magap.gob.ec/mag01/index.php> MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA.

<http://www.iccwbo.org/Incoterms/index.html?id=40772> INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Insecticida: Sustancia o preparado químico utilizado para destruir insectos, mediante la inhibición de enzimas vitales.
2. Fungicida: Producto químico para impedir el crecimiento o matar los hongos perjudiciales para la planta. La mayoría de los fungicidas de uso agrícola se fumigan o espolvorean sobre las semillas, hojas o frutas para impedir la propagación de la roya, el tizón, los mohos, o el mildiu.
3. Micronutrientes: Nutrientes minerales que requieren las plantas en cantidades diminutas. La disponibilidad de los micronutrientes es esencial para el adecuado crecimiento y desarrollo de las plantas y para obtener rendimientos elevados. Cuando existe deficiencia de uno o varios elementos menores, éstos se convierten en factores limitantes del crecimiento y de la producción, aunque existan cantidades adecuadas de los otros nutrientes.
4. Aminoácido: Cualquiera de una clase de compuestos orgánicos con un grupo carboxilo, un grupo amino y un <grupo lateral> unido a un átomo de carbono central. Los distintos aminoácidos tienen grupos lateral diferentes que se encuentran en las proteínas y las forman cuando se unen en una cadena o polímero. La biosíntesis de los aminoácidos en las plantas es de suma importancia pues nutre, mejora la fecundación de las semillas, ayuda en la fotosíntesis, contra el desequilibrio que causan las bajas temperaturas.
5. Régimen Aduanero: es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo a la Declaración Aduanera presentada.
6. Régimen 40: Exportación a consumo, Es el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos. Para que las mercancías salgan del país, se requiere la presentación de una Orden de Embarque (Código 15) y posteriormente se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (40), teniendo como plazo para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) 15 días hábiles a partir del ingreso a Zona Primaria. (Art. 43 LOA).

7. Polietileno: El polietileno (PE) es un material termoplástico blanquecino, de transparente a translúcido, y es frecuentemente fabricado en finas láminas transparentes. Las secciones gruesas son translúcidas y tienen una apariencia de cera. Mediante el uso de colorantes pueden obtenerse una gran variedad de productos coloreados.
8. Cartón corrugado: Estructura formada por un nervio central de papel ondulado (papel onda), reforzado externamente por dos capas de papel (papeles liners o tapas) pegadas con adhesivo en las crestas de la onda. Es un material liviano, cuya resistencia se basa en el trabajo conjunto y vertical de estas tres láminas de papel.
9. Certificado de Origen Documento que certifica y mediante el cual se declara ante aduanas que la mercadería es originaria de un país para que pueda gozar de preferencias arancelarias o de libre comercio estipuladas en un tratado de libre comercio.
10. Orden de Embarque: Es el documento por el cual el Exportador directamente o a través del Agente Afianzado de Aduana, proporciona a la CAE la información preliminar de las mercancías a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, "Orden de Embarque", la cual contiene información del declarante y de las mercancías. Esto no incluye los datos del manifiesto de carga, documentos de transporte y consignatarios.
11. Bill of Landing o Conocimiento de Embarque: Es un documento que emite la naviera a la persona que realiza la carga detallando el tipo, cantidad y destino de la mercadería que va a transportar.
12. Manifiesto de Carga: Documento en el cual se detalla la relación de la mercancía que constituye la carga de una unidad de transporte y expresa los datos comerciales de las mercancías.

ANEXOS



ANEXO 1. SOLICITUD DE PATENTE IEPI

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual -IEPI-

Solicitud a la Dirección de Patentes

(12) Datos de la solicitud

Patente de Invención I	
Patente de Invención	
PCT en fase nacional	
Modelo de utilidad	
Diseño Industrial	

Número de trámite	
Fecha y hora de presentación	
Fecha de publicación	

(55) Título de la patente

(51) Clasificación internacional de patentes

(73) Solicitantes

Nombres	Nación alidad	País--Ciudad	Dirección

(74) Inventores / Diseñadores

Nombres	Nación alidad	País - ciudad	Dirección

Invención referente a procedimiento biológico

Lugar de depósito	Fecha

(31) Declaraciones de prioridad

País	Número	Fecha

(75) Representante legal (R) o apoderado (A)

Notificar a:		
Casillero IEPI	Casillero Judicial	Dirección:

(58) Resumen**Gráfico (Imagen en formato jpg)****Documentos que se acompañan a la solicitud**

Comprobante ingreso N°.	Cesión
Comprobante tasa N°.	Poder
N°. hojas memoria	Copia prioridad
N°. reivindicaciones	Otros documentos
N°. dibujos	

Observaciones**FIRMA DEL SOLICITANTE****FIRMA DEL ABOGADO**

INSTRUCTIVO

Por favor llenar la solicitud en letra arial 12, los gráficos en formato jpg, luego del ingreso de cada inventor o solicitante tabular (TAB), ingresar las siglas internacionales de acuerdo con la norma ISO estipulada, adicionar en el CD o disquete la memoria descriptiva y reivindicaciones en formato WORD en letra arial 12, y por favor no alterar el formato. Cualquier adicional que creyere conveniente presentarlo por separado.

En todos los nombres: ingresar primero los apellidos con mayúsculas y luego los nombres con minúsculas.

Acompañar a la solicitud electrónica una copia en papel, la que deberá ser firmada por el solicitante y un abogado, según lo dispuesto en la Ley de Abogados del Ecuador, para trámites administrativos.

El solicitante cuando se trate de persona jurídica será firmado por su representante legal., o de ser el caso por el apoderado, quien lo representará.

NOTA: Para ingresar solicitudes de patentes de modelos de utilidad o de invención, deberán acompañarse las memorias técnicas con el juego de reivindicaciones y dibujos si fueren necesarios y parte de la descripción, contenida en la memoria., para ello ruego revisar el adjunto de la guía del solicitante y si es preciso, solicito que revisen en el sitio del espacenet, alguna patente similar a la que pretendan patentar con el objetivo que tengan claridad en la presentación, este sitio es <http://espacenet.com>

ANEXO 2. PRODUCTO INTERNO BRUTO POR ESTADO / ESTADOS UNIDOS

ESTADOS UNIDOS - 2008			
PIB POR ESTADO			
MILLONES DE DOLARES			
ABREVIACION	ESTADO	PIB NOMINAL	PARTICIPACION %
AL	Alabama	170,014.00	1.20
AK	Alaska	47,912.00	0.34
AZ	Arizona	248,888.00	1.76
AR	Arkansas	98,331.00	0.69
CA	California	1,846,757.00	13.04
CO	Colorado	248,603.00	1.75
CT	Connecticut	216,174.00	1.53
DE	Delaware	61,828.00	0.44
DC	District of Columbia	97,235.00	0.69
FL	Florida	744,120.00	5.25
GA	Georgia	397,756.00	2.81
HI	Hawaii	63,847.00	0.45
ID	Idaho	52,747.00	0.37
IL	Illinois	633,697.00	4.47
IN	Indiana	254,861.00	1.80
IA	Iowa	135,702.00	0.96
KS	Kansas	122,731.00	0.87
KY	Kentucky	156,436.00	1.10
LA	Louisiana	222,218.00	1.57
ME	Maine	49,709.00	0.35
MD	Maryland	273,333.00	1.93
MA	Massachusetts	364,988.00	2.58
MI	Michigan	382,544.00	2.70
MN	Minnesota	262,847.00	1.86
MS	Mississippi	91,782.00	0.65
MO	Missouri	237,797.00	1.68

MT	Montana	35,891.00	0.25
NE	Nebraska	83,273.00	0.59
NV	Nevada	131,233.00	0.93
NH	New Hampshire	60,005.00	0.42
NJ	New Jersey	474,936.00	3.35
NM	New Mexico	79,901.00	0.56
NY	New York	1,144,481.00	8.08
NC	North Carolina	400,192.00	2.83
ND	North Dakota	31,208.00	0.22
OH	Ohio	471,508.00	3.33
OK	Oklahoma	146,448.00	1.03
OR	Oregon	161,573.00	1.14
PA	Pennsylvania	553,301.00	3.91
RI	Rhode Island	47,364.00	0.33
SC	South Carolina	156,384.00	1.10
SD	South Dakota	36,959.00	0.26
TN	Tennessee	252,127.00	1.78
TX	Texas	1,223,511.00	8.64
UT	Utah	109,777.00	0.77
VT	Vermont	25,442.00	0.18
VA	Virginia	397,025.00	2.80
WA	Washington	322,778.00	2.28
WV	West Virginia	61,652.00	0.44
WI	Wisconsin	240,429.00	1.70
WY	Wyoming	35,310.00	0.25
	TOTAL	14,165,565.00	100.00

ANEXO 3. REQUISITOS ESPECIFICOS PARA LA EXPORTACION

AUTORIZACIONES PREVIAS

La exportación de ciertos productos requiere autorización previa de las siguientes entidades:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal.
- Ministerio del Ambiente / Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) para la exportación de productos forestales (diferentes de la madera) y productos forestales semielaborados.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para la exportación temporal de bienes pertenecientes al Patrimonio Nacional, a ser exhibidos en exposiciones o con otros fines similares.
- Ministerio de Defensa Nacional para la exportación de armas, municiones, explosivos y accesorios de uso militar o policial.
- Comisión de Energía Atómica para la exportación de materiales fértils, fisionables y radioactivos.
- Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP) para la exportación de sustancias sujetas a fiscalización a favor de instituciones científicas de los sectores público y privado, que lo soliciten motivadamente con fines exclusivos de investigación, experimentación o adiestramiento de personal encargado de control, represión o rehabilitación, así como para insumos componentes, precursores u otros productos químicos específicos, preparados o derivados, previa calificación del exportador.
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) para la exportación de animales de compañía.

Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE QUITO, GUIA GENERAL DEL EXPORTADOR 2009, PAG. 2.

ANEXO 4. CERTIFICADOS SANITARIOS (EXIGIDOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS)

Adicionalmente, se requiere la obtención de, entre otros, los siguientes certificados sanitarios o registros:

- Certificado fitosanitario del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) (hoy Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – AGROCALIDAD) del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de material vegetal o productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados, para fines de propagación.
- Certificado zoosanitario emitido por el SESA (hoy AGROCALIDAD) para la exportación de ganado, productos y subproductos de origen animal.
- Certificado ictiosanitario del Instituto Nacional de Pesca (INP) para la exportación de productos acuícolas y pesqueros.
- Registro sanitario para la exportación de alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales, dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos y plaguicidas} para uso doméstico e industrial.
- Registro de exportadores de flores y ramas cortadas, plantas, productos vegetales o material vegetal de propagación de especies de plantas ornamentales, en el SESA (hoy AGROCALIDAD).
- Marca que garantiza el tratamiento de los embalajes de madera y, para los países que le establezcan como requisito, certificado fitosanitario del SESA (hoy AGROCALIDAD).
- Certificado fitosanitario del SESA (hoy AGROCALIDAD) para exportación de maíz duro y soya.
- Certificado fitosanitario del SESA (hoy AGROCALIDAD) para exportación de cacao.

Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE QUITO, GUIA GENERAL DEL EXPORTADOR 2009, PAG. 2.

ANEXO 5. FORMULARIO DE REGISTRO EN LA FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA)

PPQ FORM 587 (MD)
JUL 2009

WARNING: Any alteration, forgery, or unauthorized use of this document is subject to civil penalties of up to \$250,000 (7 U.S.C. 7734(b)) or punishable by a fine of not more than \$10,000, or imprisonment of not more than 5 years, or both (18 U.S.C. 1001).

ANEXO 6. MODELO DE PROFORMA

Exportadores del Ecuador Inc.
Av. Los Corales # 161
Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, Junio 15, 2008

Señores
Master Import Corp.
Jefe de Importaciones
New York, EE. UU.

De mis consideraciones.

En respuesta a su nota de cotización, referente a su pedido # 123/2008 les proporcionamos a ustedes la siguiente factura proforma # 2524:

Producto:	10.000 kg. lámina de aluminio 0.012 mm. de espesor, en rollos de 20 kg., sin soporte	
Precio:	US\$ 5.00/kg. CFR New York	Plazo de validez: 30 días
Lugar embarque:	Guayaquil	País de origen: Ecuador
Flete aproximado:	USD\$ 0.12 c/kg. bruto	Vía: Marítima
Embalaje:	Cajas de madera, conteniendo 2 rollos de 50 kg. por caja	
Forma de pago:	Carta de crédito irrevocable y confirmada a la vista	

En espera de sus gratas noticias, nos suscribimos de ustedes,

Atentamente;
Exportadores del Ecuador Inc.

Leda. Carmen Veloz Troya
Gerente de Exportaciones

ANEXO 7. FORMATO CERTIFICADO DE ORIGEN

CERTIFICADO DE ORIGEN		
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRACAO		
		Nº 061036
PAIS EXPORTADOR	PAIS IMPORTADOR	
Nº de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS
	<p>Artículos destinados a la exportación, incluyendo los que sean destinados al uso interior, el uso exterior y el uso industrial, en su calidad de bienes de consumo, de inversión, de trabajo y de equipo de oficina, así como maquinaria, equipos, maquinaria y maquinaria de uso industrial, en su calidad de bienes de consumo, de inversión, de trabajo y de equipo de oficina.</p>	
DECLARACION DE ORIGEN		
<p>DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N° cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose: NORMAS (3)</p>		
Nº de Orden	Artículos destinados a la exportación, incluyendo los que sean destinados al uso interior, el uso exterior y el uso industrial, NORMAS (3)	
	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	
<p>FECHA:</p> <p>Razón social, sello y firma de exportador o productor</p>		
<p>OBSERVACIONES</p> <p>.....</p>		
CERTIFICACION DE ORIGEN		
<p>Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de</p> <p>a los</p>		
<p>Nombre, sello y firma Entidad Certificadora</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>(1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.</p> <p>(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.</p> <p>(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.</p> <p>El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.</p>		

Yo, , representante legal de la empresa en mi calidad de productor , exportador , declaro bajo juramento que las mercaderías que constan en la factura Comercial N° , cumplen con las normas de Origen establecidas por la Comisión del Acuerdo de Cartagena y / o el Comité de Representantes de la ALADI, las que declaro conocer. Dichas mercaderías han sido producidas íntegramente en ubicada en

Los datos e información constante en el presente formulario del Certificado de Origen son verdaderos y de comprobarse lo contrario, me someto a las sanciones previstas en el Art. 340 del Código Penal.

Atentamente

FIRMA

INSTRUCTIVO PARA LLENAR CERTIFICADO DE ORIGEN ALADI

Todas las normas de origen deben ser cumplidas a cabalidad por los productores, y para demostrar ese cumplimiento se utiliza un formulario llamado certificado de origen en el cual se detallan con exactitud las normas que cumple él o los productos que salen del país.

El formulario de certificado de origen debe ser utilizado cuando se van a realizar exportaciones a los países miembros de ALADI y el Pacto Andino, y debe ser llenado de la siguiente manera:

PRIMER CASILLERO

PAÍS EXPORTADOR: el nombre del país de origen.

PAÍS IMPORTADOR: el nombre del país a donde se lleva el producto.

No. de ORDEN: el orden en que se individualizan los productos; en caso de ser insuficiente, se continuará en ejemplares suplementarios de este certificado y numerados correlativamente.

NALADISA la clasificación arancelaria del producto.

DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS: descripción de los productos en términos del arancel, la misma que debe coincidir con lo descrito en la factura comercial, ampliando la denominación si el caso lo requiere; con la descripción del nombre comercial del producto encerrado en paréntesis.

DECLARACION DE ORIGEN:

- No. de factura comercial correspondiente.
- Especificar si el producto está sujeto a un acuerdo regional o de alcance parcial, mediante el registro de las siglas del acuerdo al que pertenezca, acompañado del número de registro.

SEGUNDO CASILLERO

No. DE ORDEN: se traslada el número de registro consignado en la primera columna del primer casillero, para establecer en forma individual la norma de origen que cumple cada uno de los productos.

NORMAS: se identifica la norma de origen que cumple cada producto individualizado por su número de orden. Para las exportaciones a los países de ALADI, debe considerarse en primer término si el producto en cuestión se ajusta a los requisitos establecidos en las normas de origen constantes en cada uno de los acuerdos señalados y, de no ser el caso, se especificará el cumplimiento del requisito de origen de la Resolución No. 78 y/o 252, describiendo en cualquiera de los casos el capítulo, el artículo y literal que le corresponda. Cuando las exportaciones son a un país del Grupo Andino, en este espacio se deberá poner textualmente “Decisión No. 146 Comisión del Acuerdo de Cartagena, Capítulo I, Artículo #” y se invoca al respectivo numeral con el que el producto cumple la norma. En el caso específico de que la norma se ajuste al literal “C”, de este artículo, adicionalmente debe anotarse el No. de la Resolución de requisitos específicos de origen establecidos por la Junta del Acuerdo de Cartagena.

FECHA: La fecha en que el exportador presenta el formulario elaborado ante las instituciones habilitadas para certificar el origen.

Razón social con letras legibles, sello y firma del exportador.

OBSERVACIONES: Si el caso lo requiere, se pueden complementar los datos con información específica adicional en torno a la denominación de los productos, declaración de origen, señalamiento del acuerdo, disposiciones legales, etc.

TERCER CASILLERO

CERTIFICACION DE ORIGEN: lugar y fecha en que la institución habilitada avaliza lo descrito, lo que debe ser respaldado por el nombre y firma del funcionario habilitado, así como el sello de la institución, facultada por el gobierno.

INSTITUCIONES HABILITADAS PARA EXPEDIR CERTIFICADOS DE ORIGEN

La misma decisión 416, contempla los procedimientos que debe seguir los países para verificar, comprobar y certificar el origen de las mercaderías. En cada uno de los países se designan instituciones para que cumplan estas funciones por ejemplo en el Ecuador son las siguientes:

- Federación Ecuatoriana de Exportadores -FEDEXPOR.
- Cámara de Industriales de Pichincha.
- Cámara de Industrias de Guayaquil.
- Cámara de Industrias de Cuenca.
- Cámara de Industrias de Manta.
- Cámara de Industrias de Tungurahua
- Cámara de Comercio de Quito.
- Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Cámara de Comercio de Cuenca.
- Cámara de Comercio del Cantón Macara.

En el caso del MICIP solamente otorga para el caso de exportaciones de automóviles, exportaciones a través del SGP o la subregión, las otras instituciones pueden otorgar estos certificados para todo el universo arancelario que se exporte, siempre y cuando previamente hayan habilitado a funcionarios técnicos para que cumplan esta función.

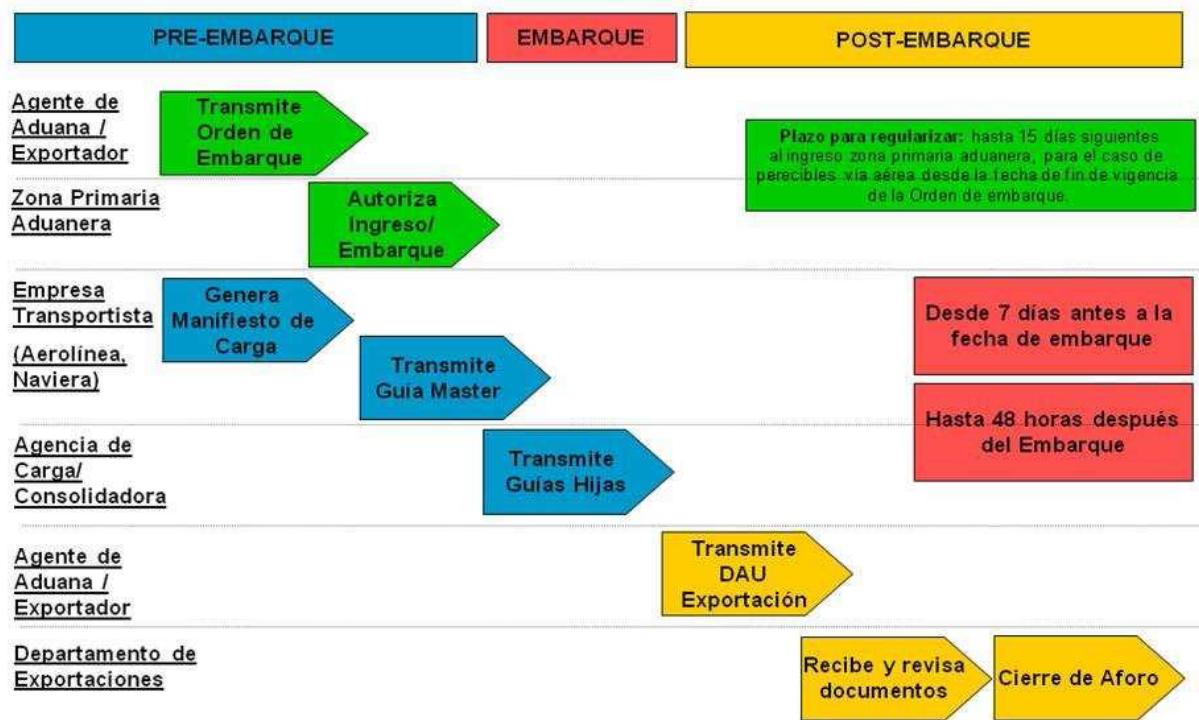
ANEXO 8. ORDEN DE EMBARQUE

CRAE CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA				REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA								A								
A ADUANA / BANCO				B REFRENDO																
01	Nº ORDEN	AÑO	02	ADUANA	CODIGO	03	REGIMEN	CODIGO	04	FECHA / HORA TX.	09	NUMERO								
05	# VTO. BNO.		06	BANCO	CIUDAD	OFICINA	07	FECHA EMISION	08	TIPO DESPACHO		FECHA RECEP								
C CONTRIBUYENTE / AGENTE												HORA								
10	IMPORTADOR / EXPORTADOR			11	TIPO y N°. DOC. ID		12	CIUDAD		19	AFORO									
13	DIRECCION			14	TELEFONO		15	NIVEL COMERCIAL												
16	DECLARANTE / AGENTE			CODIGO	SECTOR			18	CIU	19	T. DECLARADO USD(IMP=CIF, EXP=FOB)									
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO																				
20	REGIMEN PRECEDENTE AÑO		21	SERIES	22	ADUANA REGIMEN	23	FECHA ACEPT.	24	FECHA VENCIM.	25	DEPOSITO	CODIGO	26	Nº DESP PAR					
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION																				
27	CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO			28	DIRECCION			29	BENEFICIARIO DEL GIRO		30	PAIS PROCED./DESTINO								
31	NATURALEZA TRANSACCION		32	FORMA DE PAGO		33	EX.CIE	34	C.ORG.	35	OT.EX.	36	MT.VL.	37	ALMACEN CODIGO					
38	TIPO DE TRATAMIENTO		39	CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40	COD. DE PROD.AC. O. DESP. URG.			41	CODIGO DE ENDOSO								
F TRANSPORTE																				
42	VIA DE TRANSP.	CODIGO	43	FECHA EMBARQ	44	FECHA LLEGADA	45	CARGA COD	46	BANDERA COD	47	LINEA TRANSPORTE COD.								
48	COD. MANIFIESTO	AÑO	TIPO MANIF	#. MANIFIESTO	49	AG. CARGA/TRANSP COD.	50	N.NAVE.AEREA/MAT VEH	51	#.CONOC.AEREA/C.PORTE										
52	NOM NAVE/MATRIC. VEH.		53	ADUANA SALIDA	54	VIA SALIDA	55	ADUANA DESTINO	56	TIPO DESTINO	57	PAIS DESTINO	58	T. TRAT.						
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE																				
59	CONCEPTO	MONEDA	T. CAMB. USD	TOTAL MONEDA TRANSACCION			TOTAL EN DOLARES USD			TOTAL EN MONEDA NACIONAL										
	FOB																			
60	FLETE																			
61	SEGURO																			
62	VALOR ADUANA																			
63	TOTAL SERIES/PARTIDAS		64	PESO NETO(Kilos)		65	PESO BRUTO(Kilos)		66	TOTAL BULTOS		67	TOTAL CONTENED		68	TOTAL U. FISICAS		69	TOTAL U. COM	
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																				
	CLASE	NUMERO	TIPO	EMISION			VIGENCIA			\$ SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.							
70				EMISOR	PAIS	FECHA	DESDE	HASTA												
71																				
72																				
73																				
74																				
75																				
76																				
77																				
78																				
79																				
I DECLARACION DE LA MERCANCIA																				
80	Nº SERIE	TIPO SUFIJO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA			S T	BULTOS CL.	U. FISICAS CANT.	U. COM. TP.	PESO (Kgs.) CANT.	MARCAS Y NUMEROS NETO	T M	BRUTO						
J OBSERVACIONES																				
81	SECUENCIA	82	TIPO OBS.	83	CONTENIDO OBS.															
K FIRMAS Y SELLOS																				
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES				COD. Y FIRMA AFORADOR								

ANEXO 9. DECLARACION ADUANERA UNICA

ANEXO 10. FLUJO DE PROCESO DE UNA EXPORTACION

Procedimiento Exportaciones



ANEXO 11. COTIZACION ENVASES

Gmail - RV: COTIZACION ENVASES 1 GL - andreaviteri86@gmail.com - Windows Internet Explorer

https://mail.google.com/mail/?hl=es&shva=1#inbox/13328460de92786d

Gmail - RV: COTIZACION ENVASES 1 GL ÍNDICE DE ENDEUDAM... ESTUDIO ECONOMICO

Inbox (2) Back to Inbox Archive Report spam Delete Move to Labels More actions

[Newer](#) 15 of 2565 [Older](#)

BESOS...

De: Karla Meza [mailto:kmeza@empaqplast.com]
Enviado el: Viernes, 21 de Octubre de 2011 15:36
Para: catalina.alvarez@sayo-sa.com
Asunto: RE: COTIZACION ENVASES 1 GL

Estimada Sra. Álvarez

Adjunto fotos de los envases de galón q fabricamos cualquiera de ellos le cuesta \$0.3178 c/u +IVA y vienen 50 unidades por funda.

Saludos cordiales;

Atte.

Karla

De: Isabel Albuja [mailto:ialbuja@empaqplast.com]
Enviado el: viernes, 21 de octubre de 2011 9:30
Para: kmeza@empaqplast.com
Asunto: RV: COTIZACION ENVASES 1 GL

Karla

Por favor tu ayuda con esta cotización.

Saludos,
Isabel Albuja
DPTO. COMERCIO EXTERIOR
EMPAQPLAST S.A.
Telf No.: (593) 23967900
Cel. 092528697
ialbuja@empaqplast.com

Catalina Alvarez
calvarez@sayo-sa.com

Ads

[Hotel Quito in Ecuador](#)
The city's preeminent hotel.
Spectacular view of Quito.
www.HotelQuito.com

[Maquinas Sopladoras](#)
Para PET y HDPE
Equipos auxiliares para soplado
siasamerican.com

[Used moldes de injeção](#)
Largest Collection of Used Molds
For Sale. Housewares, Gardenwares +
www.mouldman.com

[Zebra para el Ecuador](#)
Distribución Acessorios Ribbons PVC
Acessoria Instalación Mantenimiento
www.idconsultants.us

[Hoteles de Buenos Aires](#)
Los Hoteles más Recomendados de
Buenos Aires. Reserva tu Promoción
HayHoteles.com/BuenosAiresPromos

[More about...](#)

[Envases](#) [Envases De PVC](#) [Catalina Álvarez](#)

Gmail - RV: COTIZACION ENVASES 1 GL - andreaviteri86@gmail.com - Windows Internet Explorer | Protected Mode: On

100%

9ANEXOS Microsoft Excel... Gmail - RV: C... 4TESIS COMP... Documento2... INSTRUCTIV... Microsoft Po... ES 4:52 AM

ANEXO 12. COTIZACION ETIQUETAS

Gmail - impresum cotizacion - andreaviteri86@gmail.com - Windows Internet Explorer
https://mail.google.com/mail/?hl=es&shva=1#inbox/133289c0deb7bf06

Compose mail

Inbox (2)

- Buzz
- Starred
- Important
- Sent Mail
- Drafts (26)
- Personal
- Travel
- 6 more ▾

Chat

Search, add, or invite

- Andrea Viteri
- Set status here
- Call phone
- Rodrigo Andrade
- Adriana Mesias Z. / C...
- Adriana Quigango
- Catalina Alvarez
- Diego Alvarez
- gatopir
- impresum imprenta
- jperugachi
- Viteri V. Erik
- Xavier Jara Garido

Invite a friend

Give Gmail to:

Send invite 50 left

Back to Inbox Archive Report spam Delete Move to Labels More actions ▾

14 of 2565 [Newer](#) [Older](#)

BUENOS TARDES

COTIZACION

6.300 ETIQUETAS

ADESIVO

FULL COLOR

TAMAÑO 52 X 14 CM

PRECIO TOTAL 1.260 USD

TAMAÑO SUGERIDO 49 X 14 CM

PRECIO TOTAL 864 USD

TAMAÑO 13.6 X 10.1 CM

PRECIO TOTAL 315 USD

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

ATENTAMENTE

ELIZABETH MAYOR

IMPRENTA & COMUNICACION

INDUSTRIAS IMPRESUM

TELF: (02)2237-591

Email: ventas@industriasimpresum.com

DESCUENTOS ESPECIALES PARA TIRAJES SUPERIORES A 1000 UNIDADES

FULL COLOR

FACTURAS, NOTAS DE VENTA EN ROLLO, EN JILLA Y BLOCKS

impressum imprenta

impressum1@hotmail.com

Show details

Ads

Sarasota Sod Company
Great Prices and Free Estimates!
Call to schedule 799-TURF (8873)
www.SarasotaSod.com

Oasis Vacation Homes
Executive pool homes, town homes & condos close to Disney.
www.oasisvacationhomes.com

Italian Terracotta Pots
Handmade. Frostproof. Timeless.
Extensive inventory from Impruneta.
seibert-ricc.com

Gana un Viaje a Miami Hoy
Registrate, Orlando, Miami y Crucero Hotel Newport Miami Beach, Invita
www.newportpromociones.com

Montacargas en Ecuador
Montacargas usados de oportunidad
Con garantía y Servicio Técnico
www.pintulac.com.ec/montacargas

Evolis para el Ecuador
Distribución Acessorios Ribbons PVC
Acessoria Instalación Mantenimiento

Internet | Protected Mode: On 100% 4:48 AM

Microsoft Excel - ... Gmail - impresu... 4TESIS COMPLET... INSTRUCTIVO SE... Microsoft Power... ES

ANEXO 13. COTIZACION CAJAS



COTIZACION

Señores: SID AGRÍCOLA

Atención: Srta. Andrea Viteri

Telefax :

Fecha: 9 de septiembre del 2011

Ciudad: Quito

Por la presente nos complace cotizar a Usted,

CANTIDAD	DESCRIPCION	Medias interiores en m.m.			Test	Color	Precio. Unit.	Precio. Total
		Largo	Ancho	Alto				
1500	caja regular	360	270	230	175	kraft	0,662	US\$993
3000	languero 12u.	350	140		150	kraft	0,051	US\$153
4500	transversal 12u.	260	140		150	kraft	0,039	US\$176

Validez de la Cotización: 10 días

Fecha de Entrega: 15 días

Forma de Pago: 50% a la firma del contrato y 50% a la entrega del producto

(Estos precios NO incluyen el 12% de I.V.A.)