



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO
DE LA EMPRESA CORPICSUPAL AL MERCADO CANADIENSE**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Tecnólogo en Importaciones y Exportaciones

Profesor Guía:
Ing. Roberto López

Autor:
Alex Esteban Rodríguez Viracocha

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Ing. Roberto López
Ingeniero Comercial
C.I.: 171138231-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Alex Esteban Rodríguez Viracocha

C.I.: 171556752-3

AGRADECIMIENTO

Al cumplir una etapa mas de vida, quiero agradecer a Dios por brindarme fuerza sabiduría tolerancia, para poder tomar las mejores decisiones en mi vida personal y profesional, en especial a mi madre que es el principal motivo de mi esfuerzo y dedicación, gracias madre por ser el apoyo incondicional, un ejemplo a seguir de lucha, perseverancia, gracias por enseñarme que por mas dura que sea la vida siempre hay una luz de esperanza para poder salir adelante, gracias a mi familia, a mis profesores en especial al Ing. Roberto López que hasta el último creyó en mi y gracias a el este proyecto se pudo realizar, gracias a todos mis compañeros de Aula por brindarme su amistad, en especial a Diego y Pily que estuvieron conmigo desde el inicio de mi carrera hasta el último día gracias a su apoyo incondicional, gracias por ser unos verdaderos Amigos, gracias a todos los que pusieron un granito de arena para que este objetivo se cumpla en verdad gracias.

DEDICATORIA

En especial quiero dedicar este logro profesional a 2 personas que ya no se encuentran junto a mi que desde el cielo me brindan fortaleza son un eje importante en mi vida, para mi padre José Viracocha y mi sobrino Nicolás Caicedo, dedicado para todas las personas que no creían en mi con esto lo demuestro lo compruebo que mi capacidad no tienen límites con esfuerzo y sacrificio todo se puede lograr, dedicado a mi familia que con su apoyo estoy donde estoy en especial a mi tía Jenny que fue la motivadora y una de mis fuerzas principales para no dejarme derrotar por nada y seguir en los estudios dedicado a mi pequeña princesa Camila que con sus ocurrencias en su corta edad era una de mis compañeras al momento de realizar mis trabajos, sin importar la hora siempre estas ahí.

RESUMEN

El proyecto consiste en implementar el proceso de exportación a una empresa que comercializa harina de plátano llamada CORPICSUPAL al mercado canadiense en vista de la problemática de los pequeños productores se creyó en este proyecto con el afán de implementar procesos que ayuden a la empresa en su comercialización y exportación del producto.

El proceso se lo realizara desde una oficina implementada en la ciudad de Guayaquil que se encargara directamente de la compra de la harina y estará de intermediara entre el mercado canadiense y los productores la cual se encargara de que el producto vaya cumpliendo con todas las exigencias del mercado canadiense y a la vez buscar expandirse e incursionar en nuevos mercados es un proyecto que genera mucha expectativa ya que es un producto innovador que esta poco a poco teniendo acogida por sus beneficios nutritivos y esta de una manera moderada ya abarrotando el mercado nacional con la expectativa que se consolide en el mercado internacional.

Se ha logrado encontrar una posibilidad de que este producto sea exportado beneficiando a los pequeños productores para que puedan seguir generando mayores ingresos y nuevas inversiones para consolidarse en el mercado nacional como internacional, es un trabajo de mucho sacrificio por lo que se necesita de un fuerte capital pero genera un buen margen de rentabilidad y ganancia para la empresa, con este proyecto a futuro se estima que se puede llegar hacer cuatro exportaciones al año al mercado canadiense es decir una exportación cada tres meses de acuerdo a lo investigado se podrá enviar 5760 unidades trimestralmente y 23040 anuales tomando en cuenta que la empresa puede generar 30.000 unidades trimestrales por lo tanto las otras 6960 unidades se puede comercializar en el mercado nacional o dependiendo de las negociaciones se podría aumentar la producción para que aumente los ingresos las cuales el por lo que con un costo de exportación de \$9.04 por unidad lo generaría un margen de utilidad del 60% anual con lo en cinco años plazo se podría cubrir todos los gasto incurridos por la empresa.

ABSTRACT

The project is to implement the export process to a company that sells banana flour CORPICSUPAL called the Canadian market in view of the problems of small farmers is believed in this project with the aim to implement processes that help the company in its marketing and export of the product.

The process would take place in an office implemented in the city of Guayaquil that were taken directly by buying flour and will of intermediary between the Canadian market and producers which ensure that the product is in compliance with all requirements of Canadian market while seeking to expand and enter new markets is a project that generates a lot of expectation because it is an innovative product that is slowly taking host for its nutritional benefits and is in a moderate way and crowding the market with the expectation the consolidation in the international market.

He has managed to find a possibility that this product is exported benefiting small farmers so they can continue to generate increased revenue and new investment to consolidate its domestic and international markets, is a work of great sacrifice for what is needed for a strong capital but generates a good profit margin and profit for the company, with this project in the future is estimated that exports can make four per year to the Canadian market is an export every three months according to the 5760 investigation units may be sent anules 23,040 quarterly and considering that the company can produce 30,000 units quarterly so the other 6960 units may be sold in the domestic market or depending on negotiations could increase production to increase revenue which the so at a cost of \$ 9.04 per export unit as generate a profit margin of 60% per year in five years time it could cover all expenses incurred by the company

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.3 FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	3
1.3.1 Hipótesis Específica.....	3
1.4 OBJETIVOS	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos.....	3
1.5 TIPOS DE METODOLOGÍA.....	4
1.5.1 Exploratoria.....	4
1.5.2 Descriptiva	4
1.5.3 Explicativa.....	4
2 CAPITULO II. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA HARINA DE PLÁTANO	6
2.1 EMPRESA.....	6
2.2 CONSTITUCIÓN LEGAL.....	7
2.3 LOCALIZACIÓN	7
2.3.1 Ubicación y Límites.....	8
2.3.2 Geografía.....	8
2.4 MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	10
2.5 PRODUCTO	13
2.6 PROCESO DE ELABORACIÓN.....	14
2.6.1 Selección de la Materia Prima	14
2.6.2 Ensamblaje de la Maquinaria.....	14
2.6.3 Distribución del Personal	15
2.6.4 Lavado, Pelado y Curtido.....	15
2.6.5 Enjuague y Escurrido.....	15
2.6.6 Cortado	15
2.6.7 Deshidratación y Secado	16
2.6.8 Triturado, Molido, Cernido	16
2.6.9 Empacado.....	16
2.6.10 Pesaje y Sellado	16
2.7 PRECIO DE VENTA.....	17
2.8 MERCADO META	17
2.8.1 Mercado.....	17
2.8.2 Ventas.....	18
2.9 MERCADO INTERNO.....	18
2.10 MERCADO EXTERNO.....	18

2.11	EMPAQUE ACTUAL	25
2.12	MANO DE OBRA.....	26
2.13	FODA	27
2.14	ESTRATEGIAS DE MERCADO	28
2.14.1	Publicidad	28
2.14.2	Innovación de Producto	28
2.14.3	Buscar Referidos	28
2.14.4	Capacidad y Cantidad del Producto.....	28
2.14.5	Estrategias de Publicidad	29
2.14.6	Empaques Embalajes para la Exportación	29
3	CAPITULO III. ANÁLISIS DE PROCESOS, COSTOS, Y EXPORTACIÓN DESDE ECUADOR HACIA EL MERCADO DE CANADÁ	33
3.1	ANÁLISIS DE INCOTERM PARA EXPORTAR.....	33
3.2	GASTOS INTERNOS DE EXPORTACIÓN	35
3.3	ANÁLISIS DEL TRANSPORTE.....	35
3.4	DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	36
3.5	TRAMITOLOGÍA DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS.....	36
3.6	Tramites de Exportación.....	37
3.7	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.....	38
3.8	LOGÍSTICA Y CUBICAJE PARA EL TRANSPORTE.....	39
3.9	REQUISITOS PARA EXPORTAR A CANADÁ.....	41
4	CAPÍTULO IV. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO AL MERCADO DE CANADÁ	51
4.1	ESTADO SITUACIÓN INICIAL.....	51
4.1.1	Inversión Fija.....	52
4.1.2	Inversiones Activos Diferidos	52
4.1.3	Capital de Trabajo.....	52
4.1.4	Proyecto de Inversión	53
4.1.5	Amortización	54
4.2	COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO	56
4.2.1	Costos de Producción Proyectados para los Cinco Primeros Años	57
4.2.2	Flujo de Efectivos.....	57
4.2.3	Proyección de Valores Actuales Netos	60
4.3	CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	61
4.4	TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO	62
4.4.1	Estado de Resultados Proyectados a Cinco Años.....	63

5	CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1	CONCLUSIONES	65
5.2	RECOMENDACIONES	65
	Referencias	66
	Anexos	68

INTRODUCCIÓN

El poco conocimiento de los pequeños productores, pequeñas empresas de cómo distribuir, comercializar sus productos tanto dentro del país como fuera del mismo, ya sea por la falta de conocimiento, la falta de información, el poco apoyo del gobierno para realizar capacitaciones a los pequeños empresarios o la falta de interés de los mismos por lograr expandir su mercado y poder comercializar en grandes cantidades sus productos, ya que con estos se puede lograr generar mayores ingresos y aportar al país con mayores fuentes de empleo, ya que se tiene la infraestructura, las maquinarias, la materia prima, y el producto manufacturado y no se sabe aprovechar todas estas ventajas para poder comercializar y distribuir el producto.

Estos factores han llevado a diseñar un plan de negocios para la exportación de harina de plátano al mercado canadiense. Ya que el mercado canadiense tiene una gran acogida por el plátano y sus derivados, y el Ecuador está entre los principales proveedores directos del plátano a Canadá.

Está es una ventaja importante por los acuerdos que existen entre los 2 países y con este plan de negocios ya no solo se exportaría el plátano sino sus productos derivados teniendo una mayor ganancia para los productores y un mayor ingreso para el país.

Esta investigación permitirá analizar el grado de aceptación que tiene el producto harina de plátano en el Canadá, tomando en cuenta su calidad, variedad y precio, además permitirá verificar el nivel de competencia en el país importador e identificar el mejor segmento de mercado para dirigir el producto.

1 CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La problemática de las pequeñas empresas en el Ecuador es no saber cómo lograr exportar sus productos, distribuir en el mercado internacional por la falta de conocimiento en los procesos de exportación, de los mercados, los permisos necesarios, la documentación para poder exportar el producto, la forma y el método más seguro para transportar sus productos, teniendo en cuenta que son productos de calidad, productos manufacturados con materia prima propia y elaborado por las pequeñas empresas con mano de obra calificada por la experiencia por la cantidad de personal y por estar en el mismo negocio por tantos años. Tomando en cuenta que las PYMES tienen la maquinaria necesaria para la elaboración de la harina de plátano la mano de obra los productos necesarios pero el gran problema es no saber cómo comercializar sus productos y mejorar su nivel y calidad de vida.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas, para exportar, la harina de plátano al mercado canadiense?
- ¿Cuáles serían los procesos, procedimientos y formalidades que se debe cumplir para posicionar el producto en el mercado canadiense?
- ¿Cuáles son los costos de exportación, de la harina de plátano al mercado canadiense que se debe considerar?

1.3 FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

1.3.1 Hipótesis Específica

Son mayores las ventajas que las desventajas de la exportación de la harina de plátano al Canadá.

- La exportación de la harina de plátano es totalmente factible en el mercado canadiense.
- La harina de plátano tendrá una aceptación favorable en el consumidor canadiense y revolucionará el mercado.
- Se cumplirán todos los procesos y formalidades para la exportación de la harina de plátano.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

- Crear un plan de exportación de harina de plátano de la empresa CORPISUPAL al mercado canadiense.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un modelo de exportación para la empresa CORPISUPAL de la harina de plátano al mercado canadiense.
- Determinar las ventajas y desventajas de la exportación, de este producto.

- Analizar la aceptación que tendrá este producto en el mercado canadiense.
- Especificar cuáles serían los procesos, procedimientos y formalidades que deben cumplir para la exportación de la harina de plátano

1.5 TIPOS DE METODOLOGÍA

1.5.1 Exploratoria

Aplicando este tipo de investigación nos ayudará a lograr investigar el mercado, ya que se podrá analizar cual la preferencia del cliente que tipos de productos tienen mayor acogida poder imponer nuestra marca en Canadá y ver el grado de competencia y la aceptación de nuestro producto.

1.5.2 Descriptiva

Con esta investigación se logrará aplicar un nivel mayor o total de capacitación a los empleados de CORPISUPAL con respecto a cómo distribuir comercializar el producto a nivel internacional expandiéndose mercados con productos de calidad.

1.5.3 Explicativa

Aplicando a nuestro proyecto se logrará captar el nivel de aceptación para la exportación de la harina de plátano al mercado canadiense de esta manera aportando con producto de calidad.

En esta investigación se aplicará algunas alternativas como técnicas para recopilar información como encuestas, en los pequeños productores para saber qué grado de conocimiento tienen al saber cómo distribuir, comercializar sus productos.

Con esto saber si tenemos que empezar desde una capacitación previa al productor sobre cómo distribuir, comercializar su producto y a la vez generar mayores fuentes de empleo con una alza de producción y mejorar sus ingresos y por ende sus niveles de vida.

Teniendo en cuenta que por la falta de conocimiento esta empresa no sabe como exportar sus productos ya que tiene la infraestructura, maquinaria, la materia prima y la mano de obra calificada para poder tener un producto de calidad.

2 CAPITULO II. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA HARINA DE PLÁTANO

2.1 EMPRESA

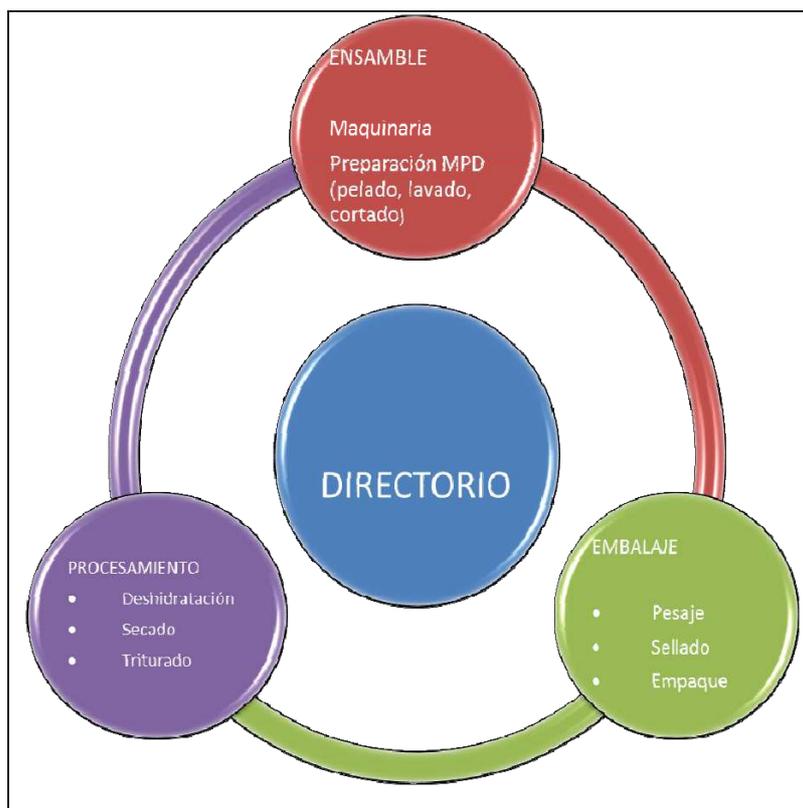
La empresa CORPICSUPAL (CORPORACIÓN DE PRODUCTORES, INDUSTRIALIZADORES AGRÍCOLAS SUMITA PALMITA) es una empresa dedicada a la elaboración de harina de plátano, que inicio su operación a partir del año 2007.

Tiene una hectárea de terreno y está ubicada en El Carmen – Manabí. Se formó con la ayuda de un organismo internacional quienes apoyaron con el capital de trabajo que se distribuyó en maquinaria, tierras, infraestructura. Además cada socio aportó con cantidades equivalentes de materia prima y de la misma forma capital propio, que los constituye como pequeños productores, para la elaboración del producto terminado que es la harina de plátano.

A pesar que ya tiene varios años de funcionamiento todavía no hay un organigrama completamente estructurado, su funcionamiento es rudimentario. Están organizados en dos grupos de trabajo y dividen sus funciones de acuerdo a la producción solicitada.

Tiene una estructura horizontal ya que trabaja con sus propios socios y cada uno tiene su función establecida, aplicando la experiencia, todos se dedican por igual a la elaboración del producto y luego a la entrega del mismo a compradores que son las tiendas de los alrededores.

GRÁFICO No. 1 ORGANIGRAMA CORPICSUPAL



Elaborado por: El Autor

2.2 CONSTITUCIÓN LEGAL

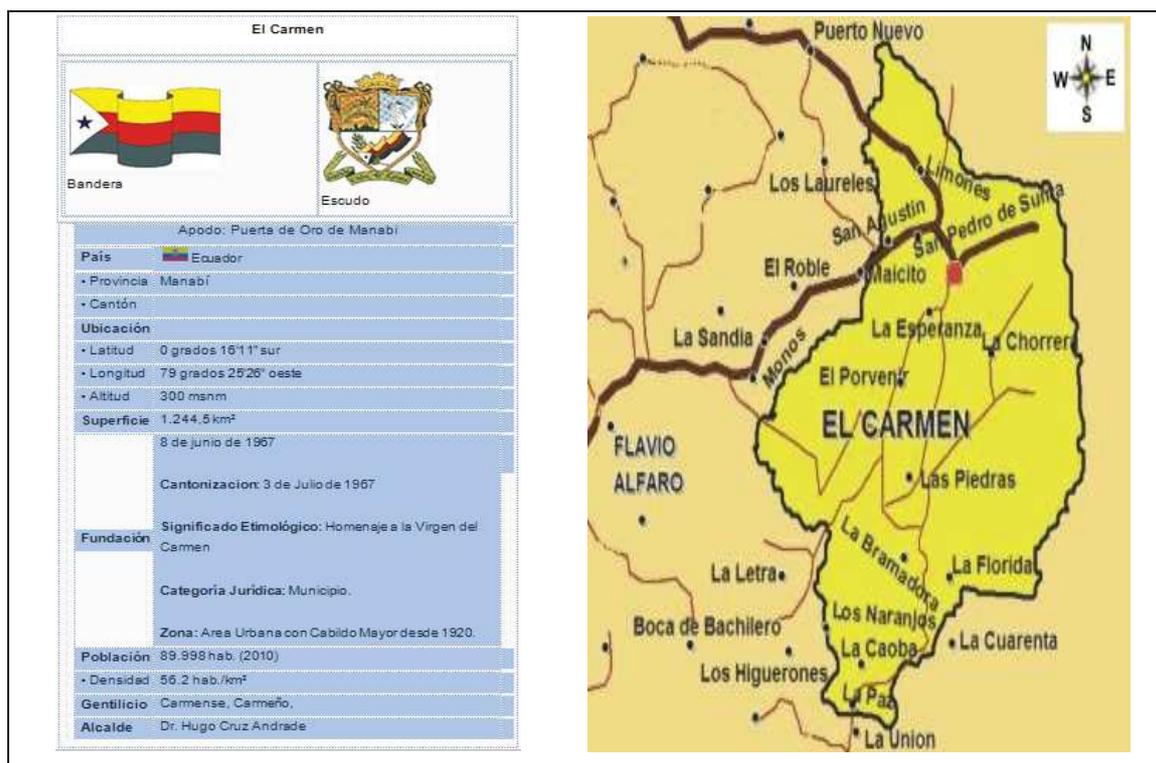
CORPICSUPAL está legalmente constituido como compañía limitada conformada por veinte socios que aportaron con un mismo capital.

Para todo trámite pertinente tienen un representante legal el cual está autorizado mediante un poder notariado para representar aceptar y firmar a la empresa, pero con previa autorización de los socios en una junta realizada extraordinariamente donde se debe indicar por parte del representante todo lo que se va a realizar.

2.3 LOCALIZACIÓN

CORPICSUPAL está ubicada en el Carmen –Manabí- Ecuador

GRÁFICO N° 2 ZONA GEOGRÁFICA EL CARMEN- MANABÍ



Fuente: Imágenes Google

2.3.1 Ubicación y Límites

El Cantón El Carmen se encuentra ubicado al noroeste de la provincia de Manabí, limita al Norte y provincia de Pichincha, al Sur con la provincia del Guayas, y al Oeste con los cantones Chone y Flavio Alfaro. División políticamente está dividida en dos parroquias urbanas. (<http://yonyum.blogs>)

2.3.2 Geografía

El Carmen se encuentra en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, al Nor.- Occidente de la Provincia de Manabí ha ese nivel empieza a definirse la Región costanera, tiene una superficie de 1. 256 Km² y a 300 y 400 mts sobre el nivel del mar, en su territorio existen varias Cadenas Montañosas de las cuales las más importantes es la Crespa que es una derivación de la Cordillera de Jama- Coaque identificada también como “tripa de Pollo”, la misma que sirve de limite con el Cantón Flavio Alfaro.

UBICACIÓN: NORESTE - DE LA PROVINCIA DE MANABI – ECUADOR

- SUPERFICIE: 2.200 KM2
- ALTITUD:
- MÁXIMA: 3000 m. s.n.m.
- MÍNIMA: 2000 m. s. n. m.
- DIVISIÓN POLÍTICA:
- CABECERA CANTONAL: Ciudad El Carmen
- PARROQUIA URBANA: 4 de Diciembre
- PARROQUIA RURAL: Wilfrido Loor San Pedro de Suma
- CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS:
- VERANO: El clima es seco en el mes de mayo a diciembre
- INVIERNO: El clima se extiende desde el mes de enero a mayo, con clima húmedo.
- PRECIPITACIONES Promedia anual que alcanza de 2000 a 3000 Mm.
(http://www.elcarmen.gob.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=89&Itemid=164)

2.4 MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Para el desarrollo del proceso productivo de la harina de plátano constan con:
Máquina Cortadora de chifles: La misma que se encarga de cortar en rodajas al plátano después de haberlo pelado, lavado, curtido.

GRÁFICO N° 3 MÁQUINA CORTADORA DE CHIFLES



Elaborado por: El Autor

Deshidratadora: esta se encarga de deshidratar, secar al chifle por para poder triturar y que salga el producto terminado, funciona con la fuerza de un compresor básico propulsado a gas doméstico

GRÁFICO N° 4 MÁQUINA DESHIDRATADORA



Elaborado por: El Autor

Trituradora: Esta máquina se encarga de triturar y moler al chifle por completo para poder sacar la harina de plátano.

GRÁFICO N° 5 MÁQUINA TRITURADORA



Elaborado por: El Autor

Selladora: con esta máquina se sella las fundas una vez colocada la harina en sus diferentes presentaciones.

GRÁFICO N° 6 MÁQUINA SELLADORA



Elaborado por: El Autor

Jabas de escurrido y transporte: en estas jabas o canastas se escurre y luego se transporta la materia prima como producto terminado

GRÁFICO N° 7 JABAS DE ESCURRIDO Y TRANSPORTE



Elaborado por: El Autor

2.5 PRODUCTO

La **harina de plátano** es un producto elaborado que brinda muchas posibilidades culinarias, aportando el rico sabor de la fruta e interesantes propiedades nutricionales.

De hecho, hace meses que se están realizando pruebas para incluir la harina de plátano en la elaboración de pasta (macarrones, espagueti...) con la finalidad de proporcionarle componentes saludables como antioxidantes o fibra entre otros. (www.gastronomíaycia.com)

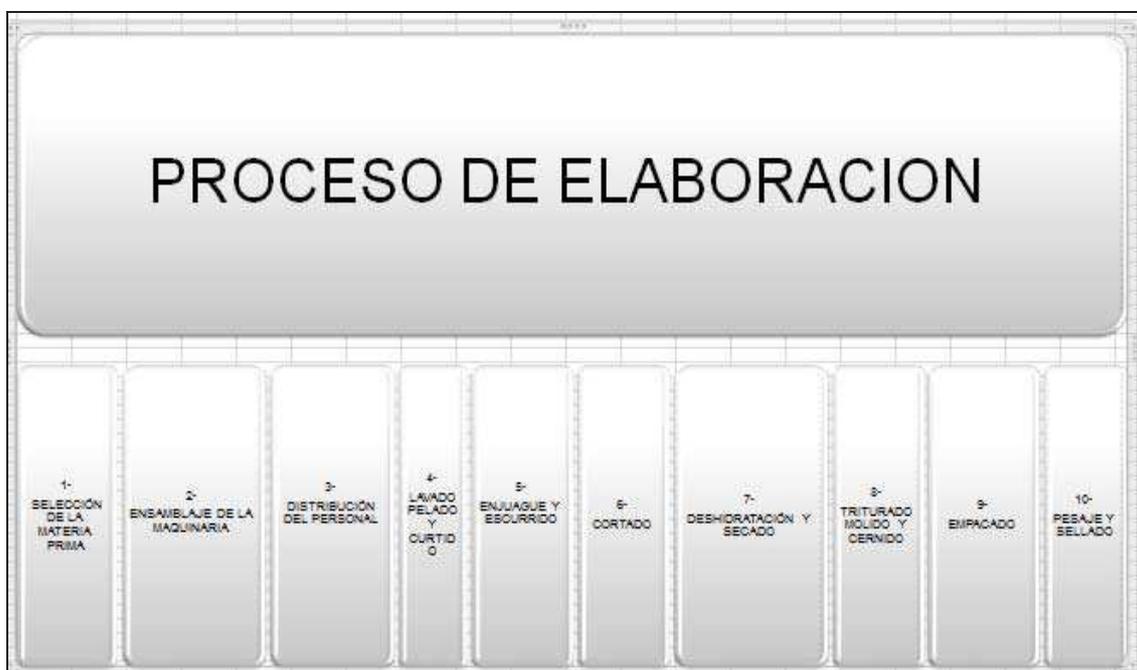
La harina de plátano es un alimento muy nutritivo, se elabora con plátano macho, por lo que es necesario someterlo a un proceso de cocción para hacerlo digerible. El procedimiento es sencillo, los plátanos son sometidos a un baño de vapor para disminuir la savia pegajosa, facilitar el proceso de pelado y mejorar el color de la harina.

A continuación se pelan (aunque también hay harinas en las que incluyen la piel), se cortan en rodajas, se remojan un ácido cítrico, se escurren y, se deshidratan a baja temperatura hasta que contenga un 10% de agua aproximadamente. Una vez deshidratados, se muelen hasta conseguir una fina y aromática harina de plátano.

El plátano macho pertenece a la misma especie del plátano común, es el plátano verde o para cocer que se cultiva como si fuera una hortaliza en zonas de la selva tropical; su especie es *Musa paradisiaca* y pertenece a la familia de las Musáceos, su origen es asiático y se cultiva en todas las regiones tropicales y subtropicales de América. (www.euroresidentes.com)

2.6 PROCESO DE ELABORACIÓN

GRÁFICO N° 8 PROCESO DE ELABORACIÓN



Elaborado por: El Autor

2.6.1 Selección de la Materia Prima

Se escoge los plátanos que estén listos y en perfectas condiciones para poder elaborar la harina de plátano, este proceso se lo realiza de forma manual con la ayuda del personal que ya tienen expertos en el tema, porque se utilizan cuchillos o machetes muy afilados, y se debe saber como cortar las manos de plátano para poder aprovechar su palma para sus siguientes plantaciones.

2.6.2 Ensamblaje de la Maquinaria

Se ensambla toda la maquinaria, se ajustan detalles, que se vaya a utilizar en la elaboración de la harina, esta maquinaria como no es utilizada a diario se tiene que ensamblar cada vez que se vaya a producir algún pedido.

2.6.3 Distribución del Personal

Cada uno de los socios o empleados se distribuyen en las diferentes áreas no tienen puestos fijos ya que todo el personal sabe de todo los procesos, depende la cantidad y el tiempo se distribuyen a su conveniencia.

2.6.4 Lavado, Pelado y Curtido

Aquí una vez lavado el producto con todo y corteza para poder desinfectar el banano de alguna impureza, y la limpieza de los plaguicidas que se utiliza. Se procede a pelarlo, y volver a lavar el banano ya pelado con la diferencia que aquí se lo curte con limón por el lapso de unos 25 minutos para que no segregue la baba del plátano, que puede llegar a manchar la indumentaria del personal y a la vez el producto, dejándole al plátano con manchas negras lo que al momento de culminar todos los procesos se desperdiciaría esa materia que no esta de acuerdo con las exigencias del cliente.

2.6.5 Enjuague y Escurrido

El enjuague se realiza con el objetivo de limpiar todas las impurezas del plátano, luego de esto se procede a escurrir en las canastas por el tiempo de unos 10 minutos una vez totalmente escurrido en las mismas canastas se procede a llevar al siguiente proceso.

2.6.6 Cortado

Una vez totalmente escurrido se procede a cortar el producto en la maquina que hace rodajas entre 2 a 4 mm para facilidad y mejor deshidratación, una vez cortados todas las rodajas se envía a su siguiente proceso.

2.6.7 Deshidratación y Secado

Se deshidrata y se seca el plátano, una vez cortado en rodajas alrededor de unas ocho horas en un horno especial de acero inoxidable a unas temperaturas aproximadamente entre 50 y 60 ° con el propósito de que no le afecte la humedad del clima al producto.

2.6.8 Triturado, Molido, Cernido

Cuando el producto ya este totalmente seco y deshidratado se lo procede a llevar a la máquina trituradora, la misma nos tritura y muele el plátano seco reduciéndole a partículas de polvo de lo cual sale la harina de plátano.

Luego de todo este proceso la harina de plátano se le cierne en cedazos de cerdas muy finas para eliminar cualquier impureza que ha producido al momento de moler.

2.6.9 Empacado

Una vez ya culminado los anteriores procesos se lo lleva al producto al empacado a sus diferentes presentaciones.

2.6.10 Pesaje y Sellado

Ya empacado el producto se procede a pesarlo y luego de eso a sellarlo por completo para su previa comercialización o retiro ya que la producción se hace bajo pedido no se lo guarda o almacena al producto, ya que con esto se debe tener estricto cuidado por su clima ya que es muy variado y afectaría por completo al producto es recomendable guardar en un lugar fresco y seco que no este a altas temperaturas de calor como de humedad.

2.7 PRECIO DE VENTA

En el momento el precio de venta en la actualidad es muy bajo ya que no tienen una presentación acorde al producto su única presentación es una funda sin ningún logotipo, lo cual disminuye el precio y la oportunidad de que más clientes vean el producto.

Se debe implementar una nueva presentación para darle un valor agregado al producto y puedan incrementar sus ventas sus ganancias y sobre todo aumentar su producción.

Sus precios actualmente están en:

CUADRO N° 1 PRECIO DE PRODUCTOS

TAMAÑO	PRECIO
Funda 300 gramos	\$ 0.50
Funda 400 gramos	\$ 1.50
Funda 750 gramos	\$ 2.00
Funda 900 gramos	\$ 2.50

Elaborado por: El Autor

Por lo cual se debe variar el tamaño de las presentaciones para que existan algunas presentaciones y a la vez varían los precios y que esté al alcance de todo el mercado.

2.8 MERCADO META

2.8.1 Mercado

Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. La idea de mercado ha ido unida siempre a la de un lugar geográfico.

Hoy día se entiende por mercado el conjunto de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta. (<http://www.economia48.com>)

2.8.2 Ventas

Es considerado como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, en lugar de producir lo que el mercado desea. (<http://www.promonegocios.net>)

2.9 MERCADO INTERNO

Actualmente el mercado interno es en el Carmen – Manabí y sus alrededores, con la proyección de cubrir la provincia.

Como parte de la estrategia de distribución se implementara rutas de distribución para colocar la harina estableciendo horarios de acuerdo a las necesidades de los clientes y responsables de cada zona.

Una alternativa para dar a conocer el producto será tener puntos de atención para que los clientes conozcan el producto.

2.10 MERCADO EXTERNO

Una vez cubierto el mercado interno se procederá a buscar alianzas en Canadá con distribuidores de productos ecuatorianos para en una segunda fase diversificar a otros lugares de expendio en general.

Como una estrategia complementaria se habilitara sitios web, redes sociales donde se conozcan las bondades del producto y se apliquen diferentes promociones para su adquisición.

Población

34.300.083 (Julio 2011 est.)

Distribución por edad

0-14 años: 15,7% (hombres 2.736.737/mujeres 2.602.342) **15-64 años:** 68,5% (hombres 11.776.611/mujeres 11.517.972) **65 años y más:** 15,9% (hombres 2.372.356/mujeres 3.024.571) (2011 est.)

Tasa de crecimiento

0,784% (2011 est.)

Tasa de natalidad

10,28 nacimientos/1.000 habitantes (2011 est.)

Tasa de mortalidad

8,09 muertes/1.000 habitantes (July 2011 est.)

Tasa de migración neta

5,65 migrante(s)/1.000 habitantes (2011 est.)

Distribución por sexo

al nacer: 1,06 hombre(s)/mujer **menores de 15 años:** 1,05 hombre(s)/mujer **15-64 años:** 1,02 hombre(s)/mujer **65 años y más:** 0,79 hombre(s)/mujer **población total:** 0,98 hombre(s)/mujer (2011 est.)

Tasa de mortalidad infantil

Total: 4,85 muertes/1.000 nacimientos **hombres:** 5,19 muertes/1.000 nacimientos **mujeres:** 4,5 muertes/1.000 nacimientos (2011 est.)

Expectativa de vida al nacer

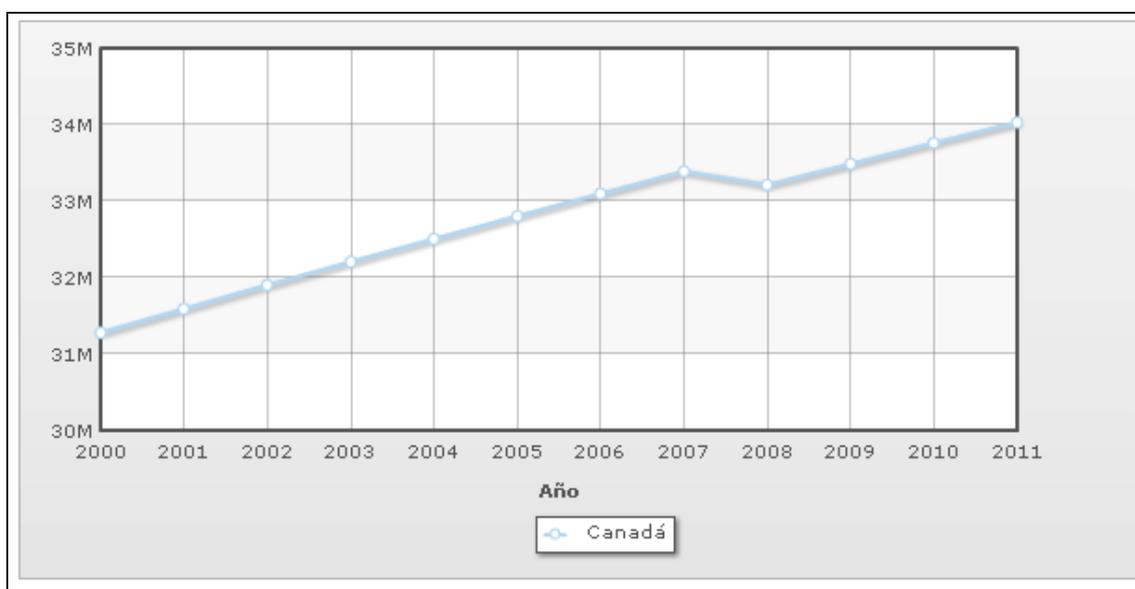
Población total: 81,48 años **hombres:** 78,89 años **mujeres:** 84,21 años (2011 est.)

Tasa de fertilidad

Tasa de alfabetización

Definition: age 15 and over can read and write **población total:** 99% **hombres:** 99% **mujeres:** 99% (2003 est.). (<http://www.indexmundi.com>)

Gráfico No. 9



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Canadá	31.281.090	31.592.800	31.902.270	32.207.110	32.507.870	32.805.040	33.098.930	33.390.140	33.212.700	33.487.210	33.759.740	34.030.590

Fuente: INDEXMUNDI

Definición de Población: Esta variable ofrece una estimación de la Oficina del Censo de EE.UU. basada en estadísticas de los censos de población, estadísticas de los sistemas de registro de nacimiento y muerte, o encuestas por muestreo relativas al pasado reciente y en hipótesis sobre las tendencias futuras. El total de la población general presenta una medida del impacto potencial del país en el mundo y dentro de su región.

PRINCIPALES CADENAS DE SERVICIO CANADIENSE

Tabla No. Principales cadenas de distribución minorista de alimentos en Canadá

Cadena	Oficina principal	Origen	Cantidad de tiendas
Loblaw Companies Ltd.*	Toronto, ON	Canadiense	1859
Sobeys Inc.*	Stellarton, NB	Canadiense	1392
Metro Richelieu**	Montréal, PQ	Canadiense	1150
Great Atlantic and Pacific Co.*	Toronto, ON	Estados Unidos	233
Couche Tard*	Laval, PQ	Canadiense	1574
7-Eleven*	Burnaby, BC	Estados Unidos	476
Northern Sores*	Winnipeg, MB	Canadiense	185
Co-op Atlantic***	Moncton, NB	Canadiense	64
A. de la Chevotiere**	Rouyn-Noranda, PQ	Canadiense	64

Fuente: Canadian Grocer Magazine, "Who's who- Annual Directory, 1999-2000."

- Entre las principales cadenas regionales se encuentran: Co-opAtlantic, Fortino'sSupermarkets (es una división de Loblaw), Coleman'sFood Centres, Comisso'sFoodMarket, Longo Bross FruitMarkets, Knob Hill Farms y L&M FoodMarkets, que en total cuentan con 186 puntos de venta concentrados en Ontario, Québec y la región Atlántica.
- Canadá cuenta también con importantes cadenas de las denominadas "tiendas de conveniencia", entre las que se encuentran las ubicadas en las estaciones de servicio. Entre ellas, las principales son Couche-Tard con 1574 puntos de venta ubicados a lo largo y ancho del país y

Silicorp Limited con 929 tiendas ubicadas en la región Oeste y Ontario. Estas dos cadenas se fusionaron en el año 1999.

- En el año 2001, Couche-Tard se alió estratégicamente con Irving Oil de Canadá y Jonson Oil de Estados Unidos, fortaleciendo aún más su posición dominante en el mercado. Las ubicadas en estaciones de servicio a su vez pertenecen a Imperial Oil, Shell Canada y Petro Canadá .
- La altísima concentración de las ventas detallistas en el mercado canadiense se constituye en una paradoja para los exportadores potenciales porque, de un lado se simplifica el proceso de ingreso al mercado canadiense en la medida en que un reducido número de contactos permite acceder a grandes cadenas con amplio cubrimiento territorial, pero, por el otro, es necesario que el exportador esté en capacidad de atender todos los puntos de venta. Adicionalmente, a no ser que se trate de un producto realmente innovador y único en el mercado canadiense, la cadena cobra un costo de codificación que puede oscilar entre USD 2.000 para las compras regionales y USD 70.000 para las nacionales. Los costos de codificación pueden negociarse siempre y cuando se pueda garantizar una gran demanda por el producto y el proveedor se comprometa a realizar campañas para promocionar el consumo.
- Los exportadores que no estén en capacidad de atender el mercado nacional, deberán contactar distribuidores regionales o locales, tiendas independientes o tiendas especializadas.
- Canadá se ha destacado por el desarrollo de marcas propias. La mayoría de las grandes cadenas de supermercados las han desarrollado y representan actualmente el 25% de las ventas totales de comestibles. Para el desarrollo de estas marcas propias las cadenas trabajan conjuntamente con los proveedores con el fin de obtener productos

novedosos, sabrosos y nutritivos. Dentro de estas marcas vale la pena mencionar President'sChoice, marca creada en Canadá y distribuida a través de la cadena Loblaw. En Colombia esta marca es distribuida por Éxito-Cadenalco.

- Como en muchos otros casos, la situación ideal para el exportador, sería contar con un intermediario o distribuidor establecido en Canadá, que conozca y maneje adecuadamente el sector de ventas de alimentos al detal con todas sus peculiaridades.
- Debido a que tanto el inglés como el francés son idiomas oficiales de Canadá, los productos deben estar etiquetados en ambos idiomas
- En lo que respecta a los mercados detallistas de alimentos, se presenta la siguiente participación por regiones: región oeste (Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba), 33,7%; Ontario, 32,4%; Québec 25,1% y la región Atlántica 8,8%
- Vancouver, importante puerto ubicado en la Columbia Británica, ha recibido una fuerte inmigración asiática, la que ha generado una interesante demanda por frutas y verduras tropicales y exóticas. Las facilidades de su puerto, la han convertido en el centro de distribución de productos por vía terrestre o marítima hacia otras regiones, en especial a la de las praderas, en la que se encuentran las provincias de Alberta, Saskatchewan y Manitoba y ciudades como Calgary, Edmonton, Regina, Saskatosa y Winnipeg. Esta región se caracteriza por la gran dispersión de los centros de consumo.
- Ontario es la provincia más densamente poblada de Canadá y en ella está situada su capital Ottawa y Toronto, la ciudad más grande y principal centro de negocios del país. Desde Toronto, ubicada relativamente cerca de Nueva York y Filadelfia en Estados Unidos, se distribuyen frutas y

verduras para toda la provincia de Ontario y para otras regiones del país. Toronto es una de las ciudades de mayor diversidad étnica del mundo y se estima que el 42% de los 3 millones de inmigrantes de Canadá viven en ella. Sin embargo, investigaciones adelantadas por la CCI - CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, establecen que éste es un mercado con fuerte influencia de los patrones de consumo de Estados Unidos.

- Montreal es la ciudad más importante de la región de Quebec y, a pesar de su ambiente marcadamente europeo, presenta también una fuerte mezcla étnica. Se estima que, respecto a Toronto, este es un mercado más inclinado hacia el consumo de productos tropicales y exóticos y algo menos exigente en la calidad.
- La región atlántica continúa siendo un área rural con centros de consumo muy dispersos y muy baja concentración de población. Gran parte de las frutas y hortalizas importadas llegan a esta zona a través de compras realizadas por mayoristas e importadores de Montreal y Boston (Estados Unidos).
- De acuerdo con estudios realizados por la CCI-CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, los importadores son el contacto clave con el canal de distribución en Canadá. La mayoría de estos importadores cuenta con una infraestructura adecuada para realizar las labores de distribución, que incluye: bodegas refrigeradas, cámaras de maduración, zonas de preparación y re-empaque y flota de camiones refrigerados.
- Los importadores canadienses de frutas y hortalizas frescas atienden, básicamente, a mayoristas y a cadenas de supermercados. En ocasiones, tanto mayoristas como cadenas de supermercados acuden a intermediarios (brokers) que mantienen contactos permanentes con

productores de Estados Unidos. En general, estos intermediarios se encuentran vinculados a grandes cadenas de supermercados, aunque proveen también a tiendas especializadas.

- Los principales mercados mayoristas canadienses son los de Toronto y Montreal y atienden tanto a pequeños comerciantes como a cadenas de supermercados que adquieren productos especializados o a aquellos que les permitan atender déficit coyunturales de algún producto.
- Si bien en todos los países desarrollados se presenta una tendencia a la disminución en el número de cadenas de supermercados, en Canadá este proceso ha sido sumamente acelerado. Mientras en Estados Unidos las cinco principales cadenas detallistas de distribución de comestibles participan con el 45% de las ventas totales, en Canadá responden por el 70%.
- Canadá sólo cuenta con 6 grandes cadenas de distribución detallista a escala nacional y unas 24 de carácter regional. Esta concentración ha afectado principalmente a las pequeñas tiendas independientes.
- Fuente: Canadian Grocer Magazine, “Who’s who- Annual Directory, 1999-2000.”

2.11 EMPAQUE ACTUAL

Actualmente la harina de plátano es empacada en fundas simples de plástico sin imagen que dé a conocer el producto.

Las fundas son selladas de forma manual lo que impide garantizar que el producto llegue a su destino final en perfecto estado ocasionando posibles rupturas, desprendimientos de la zona de seguridad lo que dañara la imagen del producto y perderá credibilidad en los clientes. El embalaje es tan

rudimentario que de acuerdo a los pedidos se colocan en saquillos, fundas de diferentes tamaños que cubran las necesidades de la entrega. Para la venta del producto llega el cliente y de acuerdo a su pedido se produce la entrega el resto de producto que está disponible para la venta se encuentra almacenada en un bodega de condiciones básicas. Una vez transcurrido una semana que el producto no se vende se destina al alimento del ganado porcino.

2.12 MANO DE OBRA

Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. (<http://definición de/mano-de-obra/>)

La mano de obra tiene conocimiento empírico y no técnico que se ha ido adquiriendo tradicionalmente de generación en generación e inclusive el conocimiento en la actualidad ya no es el mismo considerando que no todo lo que se conoce se transmite y se aprende.

Tratando de poner mejores formas se combinan esfuerzos sin embargo no hay resultados exitosos al no tener conocimientos especializados en costos, calidad, operación de la maquinaria, normas de seguridad e higiene, técnicas de ventas, investigación de mercados y una visión global de crecimiento empresarial.

Con esto se desea implementar una previa planificación para capacitaciones técnicas tanto para la materia prima como para la maquinaria, estudios especializados de que derivados se puede obtener de la harina de plátano con el fin de poder distribuir un producto completamente terminado, y que sea de calidad.

Mejoramientos al trato con los empleados de la empresa brindando un apoyo con todo lo que tenga que ver con seguridad industrial, para mejorar los procesos y a la vez implementar nuevos métodos de procesamiento.

2.13 FODA

Es un instrumento de planificación básica, cuya determinación permite a una Institución, detectar su situación organizacional interna y externa ante la posibilidad de planificar estratégicamente su accionar a corto, mediano o largo plazo. A través del resultado del FODA es posible contextualizar de mejor forma la vigencia del Misión y los objetivos estratégicos de la institución. Al mismo tiempo clasifica aquellas fortalezas y debilidades de las áreas de gestión y la administración al interior del establecimiento educacional posibilitando establecer líneas de trabajo específicas en la planificación anual. (www.gestionescolar.cl)

CUADRO N° 2: ANÁLISIS FODA

FODA	
Fortalezas:	Oportunidades:
El producto es nutricional completamente natural para el consumo humano.	Es un productor innovador.
La materia prima y la infraestructura es propia con lo cual nos ayuda para tener un producto al alcance de todo bolsillo.	Es un mercado no muy explotado y saturado.
Sus mismos socios son sus mismos trabajadores.	Se puede obtener más productos derivados de la harina de plátano.
Es un producto que puede ser consumido por grandes y pequeños sin ningún riesgo.	En otros países es un producto muy cotizado por sus valores nutricionales.
Debilidades:	Amenazas:
Tener un conocimiento empírico y no técnico.	Competencia.
La infraestructura no es muy amplia para el proceso de la harina de plátano.	Poca aceptación en el mercado nacional por la falta de costumbre al ingerir este tipo de alimentos.
No tienen Normas de calidad y seguridad industrial.	Que cierre la empresa por falta de dedicación.
No hay la suficiente predisposición y dedicación de parte de los socios para sacar el negocio adelante.	Abuso a los pequeños productores por parte de las empresas grandes.
Poca promoción del producto y darse a conocer como empresa.	Poco conocimiento sobre Comercio Exterior por parte de la empresa

Elaborado por: El Autor

2.14 ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.14.1 Publicidad

Como primera estrategia es que la gente nos conozca por medio de la publicidad, ya sea escrito, televisivo, radio, creación de página web, blogs spots, incursionar por las redes sociales, panfletos, volantes todo lo que nos pueda dar a conocer ya sea en el mercado nacional como internacional.

2.14.2 Innovación de Producto

Lograr tener una variedad de productos que sean derivados de la misma harina de plátano nos hace tener una ventaja competitiva hacia los demás ya que no se vendería solo la harina de plátano sino sus derivados.

2.14.3 Buscar Referidos

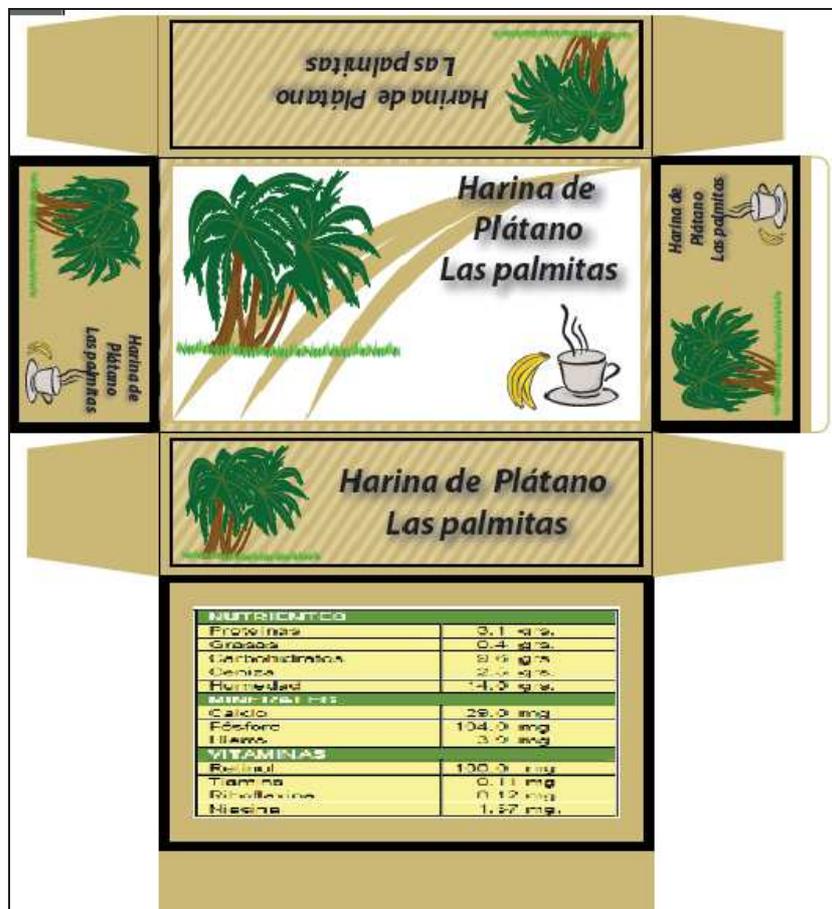
Consiste en buscar referidos, es decir, clientes que nos recomienden con otros consumidores, o que nos ayuden a conseguir nuevos clientes. Para ello, se podría incentivar a nuestros clientes ofreciéndoles descuentos especiales si nos llegan a conseguir otros clientes, o simplemente entregarles cupones para que se los entreguen a sus conocidos, con los cuales éstos puedan canjearlos por descuentos, o puedan probar gratuitamente nuestros servicios. (<http://www.crecenegocios.com/estrategias-de-ventas/>)

2.14.4 Capacidad y Cantidad del Producto

Con esta estrategia se debe tener la capacidad para poder elaborar la mayor cantidad de producto optimizando tiempos a la vez duplicando el esfuerzo y el proceso de elaboración siempre y cuando ya se este establecido el mercado y con clientes totalmente seguros para que no se pueda deteriorar nuestra producción.

2.14.5 Estrategias de Publicidad

GRÁFICO N° 10 CAJA PRESENTACIÓN



Elaborado por: El Autor

Como estrategia de publicidad y una exigencia del mercado canadiense tenemos el empaque que está compuesto de un cartón tetra pack, con una lamina de especial de aluminio y una lamina de vinil acrílica adhesiva transparente que permite dar una mejor presentación al producto, su conservación y cumple con las especificaciones técnicas para poder exportar, en el mismo tiene que ir compuesto el valor nutricional del producto

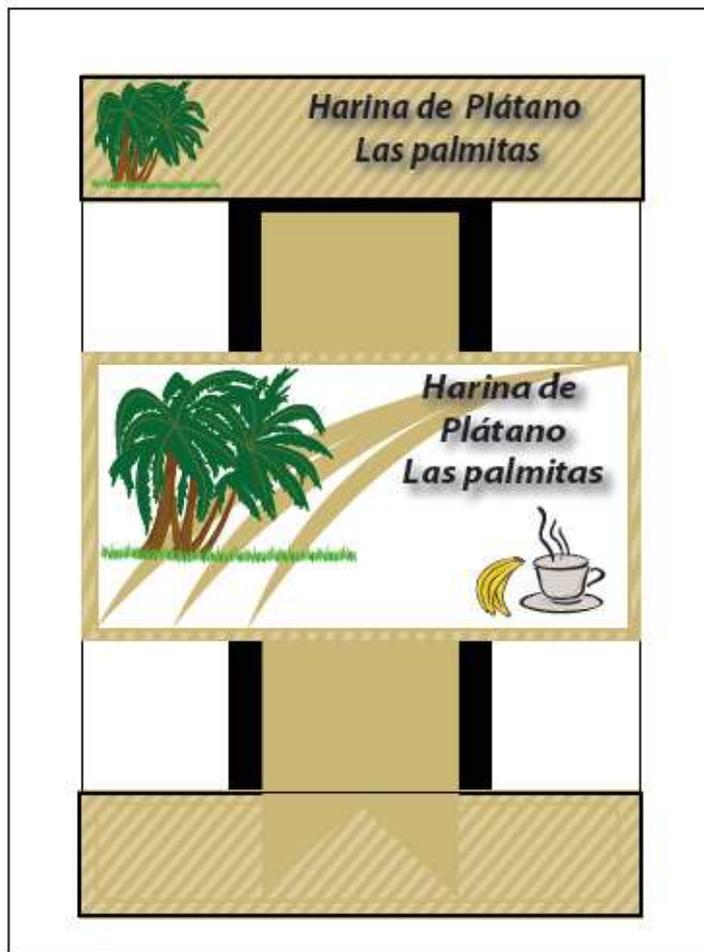
2.14.6 Empaques Embalajes para la Exportación

- **Empaque:** Se entiende por empaque todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para contener,

proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías, desde materias primas hasta artículos acabados, en cualquier fase de la cadena de fabricación, distribución y consumo. Esta definición es aplicable también al término envase, por lo que se pueden utilizar indistintamente las dos palabras.

- El empaque utilizado para la exportación es el empaque terciario es el que agrupa empaques primarios o secundarios para facilitar la manipulación y el transporte.
- **Embalaje:** Es el conjunto de todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. Embalaje en una expresión más breve y simplista de la caja, envoltura, y base con que se protegen las mercancías para su transporte.
- El embalaje utilizado para la exportación es la caja de cartón corrugado ya la misma, Protege el producto y el envase y nos permite tener una mejor garantía de que los productos lleguen en buen estado y cumplan con las exigencias del mercado canadiense.

GRÁFICO N° 11 FUNDA PRESENTACIÓN



Elaborado por: El Autor

La funda es el primer empaque del producto, y a la vez el empaque con el que se va a comercializar en el mercado nacional abaratando costos, cumpliendo con normas de calidad, presentando un producto innovador que este al alcance del consumidor nacional como internacional, y dando la garantía para que el producto sea consumido sin ninguna preocupación y brinde la seguridad y la satisfacción que el cliente lo requiere.

GRÁFICO N° 12 TARJETA PRESENTACIÓN



Elaborado por: El Autor

La tarjeta de presentación la cual nos permite conocernos en el mercado y brindar una mejor presentación a nuestros clientes con el fin de podernos promocionar de una mejor manera y estar a nivel de la competencia.

3 CAPITULO III. ANÁLISIS DE PROCESOS, COSTOS, Y EXPORTACIÓN DESDE ECUADOR HACIA EL MERCADO DE CANADÁ

3.1 ANÁLISIS DE INCOTERM PARA EXPORTAR

Los Incoterms son normas de comercio internacional que reflejan la práctica habitual y vigente en el transporte internacional de las mercaderías.

Se utilizan para delimitar las responsabilidades (transmisión de riesgos y distribución de gastos) de las transacciones comerciales internacionales entre comprador y vendedor.

Son definidos por la CCI (Cámara de Comercio Internacional) y sufren actualizaciones periódicas, en función de los cambios que se producen en el comercio internacional. En la actualidad están vigentes, desde el 1 de enero, los Incoterms 2011.

La principal ventaja de los incoterms es la simplificación de las condiciones que tienen que cumplir las partes contratantes. Esta simplificación, recogida en 13 normas fácilmente identificables por sus siglas, permite conocer en todo momento, al comprador y vendedor, hasta dónde llega o dónde comienza su responsabilidad sobre el producto comprado o vendido. (<http://redautonomos>)

FOB (Free On Board): Franco o libre a bordo.

El término de negociación para esta exportación es el incoterm FOB, el puerto de entrega será en el del exportador en el puerto de Guayaquil, la transferencia de riesgos entre exportador y el importador se da el momento en que la mercancía es puesta a bordo.

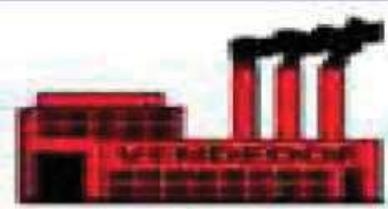
El comprador entrega la mercancía a bordo del barco en el muelle de salida. La mercancía deja de ser del vendedor en el perímetro del buque.

Estibar: colocación de la mercancía en las bodegas del barco.

En condiciones FOB, lo normal es que la mercancía se entregue sin estibar, tarea que correrá a cargo del comprador. (<http://comercioexterior.com.ec>)

La variedad de FOB estibado, implica que la mercancía pasa a ser propiedad del comprador cuando ésta se encuentra ya estibada en las bodegas del buque. (<http://www.proyectosfindecarrera.com>).

GRÁFICO N° 13 INCOTERM FOB

COSTO Y RIESGOS			
El vendedor entrega la mercadería a bode del buque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se transmite cuando la mercadería esta a bordo del buque, y el comprador corre con todos los costes de ese momento en adelante		VENDEDOR	PAIS DE ORIGEN
		MERCANCIA A BORDO DEL BUQUE	
		TRANSPORTE MARITIMO	
		COMPRADOR	

Fuente: <http://www.proyectosfindecarrera.com>)

3.2 GASTOS INTERNOS DE EXPORTACIÓN

Los gastos internos son aquellos pagos que la Empresa realiza para que el producto llegue al lugar convenido de embarque, es ahí donde acaba la responsabilidad de la empresa como vendedor.

CUADRO N° 3 GASTOS INTERNOS DE EXPORTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Certificado de Origen	15	0	180
Carta Porte y Manifiesto de carga	0	0	0
			0
			0
Seguro			0
Certificado fitosanitario	20	0	240
Agente de Aduana	70	0	840
Flete Interno (In Land)	140	0	1.680
TOTAL:	245	0	2.940

Elaborado por: El Autor

3.3 ANÁLISIS DEL TRANSPORTE

Los costos de transporte no son muy altos para la empresa ya que el termino de negociación que se utilizó fue el Fob la harina de plátano será dejada sobre el buque y los gastos de transporte internacional corren por cuenta del comprador, los gastos que genera la empresa son gastos de transporte interno lo cual son de 420 dólares trimestralmente ya que se va hacer 4 exportaciones anuales y se necesitaría una inversión de 1680 dólares al año y dividiéndole para el gasto mensual de la empresa genera un rubro de 140\$ mensual.

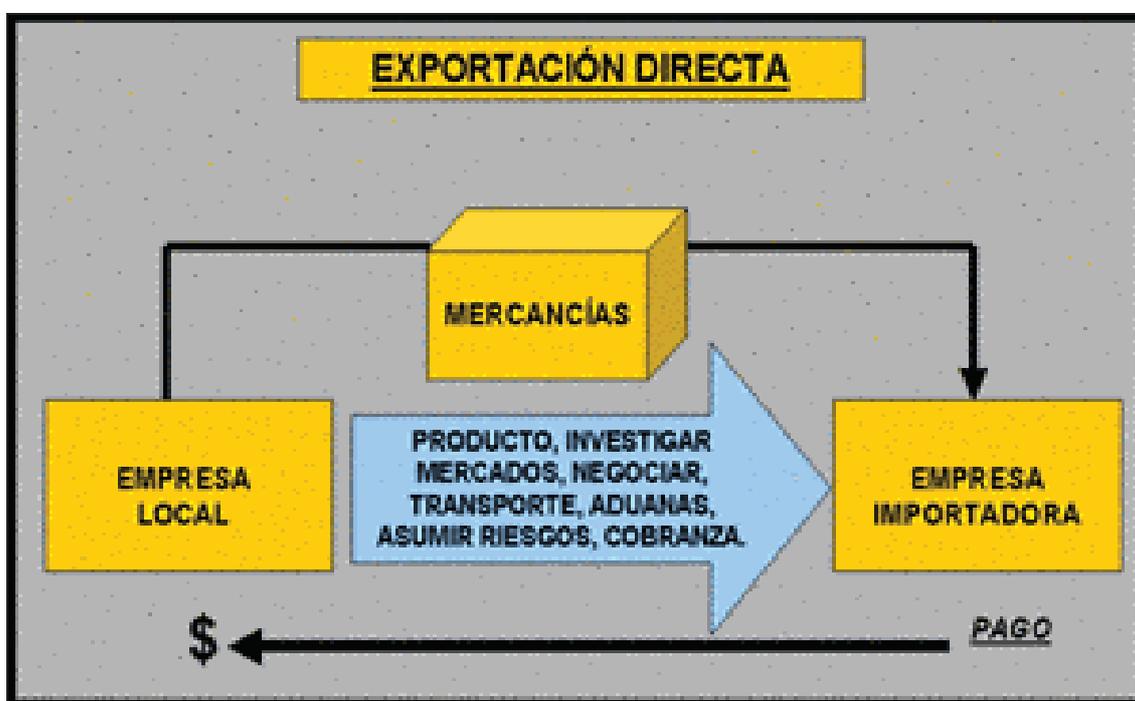
CUADRO N° 4 ANÁLISIS DEL TRANSPORTE

	ANÁLISIS TRANSPORTE				
	1 EXPORTACIÓN	2 EXPORTACIÓN	3 EXPORTACIÓN	4 EXPORTACIÓN	
COSTO FLETE DEL CARMEN - Manabí a Guayaquil	300				
FLETE INTERNO EN EL PUERTO DE GUAYAQUIL	120				
COSTO FLETE INTERNO	420	840	1260	1680	VALOR ANUAL
				140	VALOR MENSUAL

Elaborado por: El Autor

3.4 DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN

GRÁFICO N° 14 DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN



Fuente: SENA

3.5 TRAMITOLOGÍA DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

En el procedimiento de exportación local se tomará en cuenta algunos puntos fundamentales:

Documentación y registros.- Antes de empezar con el procedimiento de exportación se debe tener los documentos necesarios como son:

- Copia notariada del Registro Único de Contribuyente (RUC).- en el que debe constar el contribuyente como exportador, de no ser el caso se deben actualizar los datos.
- Fotocopia notariada a color y cedula y registro de firma.
- Registro en la página del SENA E (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) donde se debe llenar los datos correspondientes ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente.
- Llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Clave que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA E, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación. (<http://www.aduana.gob.ec>)

3.6 TRAMITES DE EXPORTACIÓN

Los pasos que se seguirán luego de los registros son los siguientes:

FASE DE PRE-EMBARQUE: Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

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

Existe la posibilidad que ante una restricción o control solicitado por otras instituciones reguladoras o por control aduanero, ciertas mercancías requieran cumplir una formalidad aduanera adicional antes de ser embarcadas. (<http://www.aduana.gob.ec>)

3.7 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

GRÁFICO N °15 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

ARANCEL NACIONAL INTEGRADO

Ingrese un criterio de Búsqueda para la Consulta

Partida: 1106301000 y/o Descripción:

Sección II : PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 11 : Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
Partida Sist. Armonizado 1106 : Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida nº 07.13, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida nº 07.14 de los productos del Capítulo 8
SubPartida Sist. Armoniz. 110630 : - De los productos del Capítulo 8
SubPartida Regional 11063010 : -- De bananas o plátanos
Código Producto Comunitario (ARIAN) 1106301000-0000 :
Código Producto Nacional (TNAN) 1106301000-0000-0000 :

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	20 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

[Convenios](#) | [Restricciones](#) | [Medidas](#) | [Excepciones](#) | [Historial de Tasas](#)

[Retornar](#)

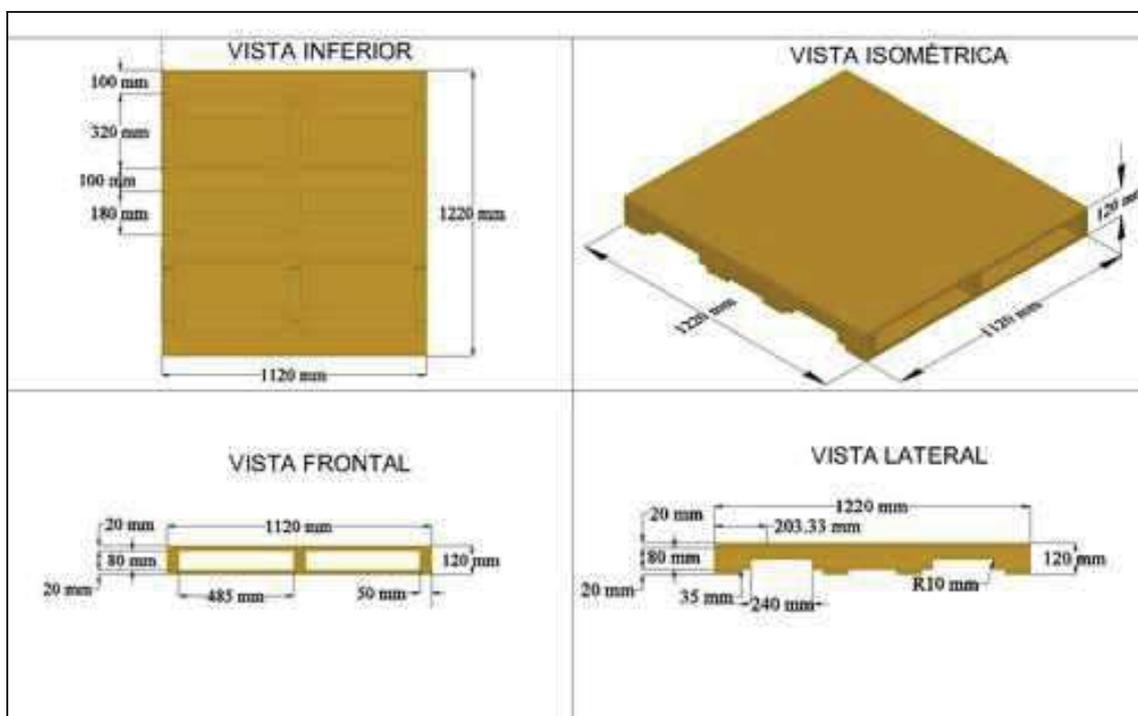
Fuente: SENA E

3.8 LOGÍSTICA Y CUBICAJE PARA EL TRANSPORTE

Las dimensiones de las cajas de los productos son de 11cm de ancho x 24cm de alto x 11cm de profundidad, por lo cual para una mejor manipulación se les empaca en una caja mas grande de 46cm de ancho x 24cm de alto x 35cm de profundidad, en cada caja de estas se coloca 12 unidades.

Tomando en cuenta la dimensión de un Pallet de Madera es 1,20x 1,20

GRÁFICO N° 16 LOGÍSTICA Y CUBICAJE PARA EL TRANSPORTE



Fuente: Imágenes Google

Un pallet, es una estructura de agrupación de carga, fabricada generalmente con madera. La funcionalidad del pallet, es el transportar carga.

Por lo mismo, los pallet, tiene forma rectangular o cuadrada. Esto es, para que sea más fácil su manipulación.

Por lo general, sus medidas, son un tanto universales. Un pallet, puede llegar a medir, mil doscientos milímetros de largo y mil milímetros de ancho. Su

altura no siempre es regular, pero podemos señalar, que generalmente, llega a tener ciento setenta milímetros. (<http://www.misrespuestas.com>).

Contenedor

Se llama contenedor a un embalaje de grandes dimensiones utilizado para transportar objetos voluminosos o pesados: motores, maquinaria, pequeños vehículos, etc. en un recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal.

(<http://comerciointernacional7.wordpress.com>).que-es-un-contenedor-y-que-tipos-de-contenedores-existen/)

CUADRO N° 5 LOGÍSTICA Y CUBICAJE PARA EL TRANSPORTE

	MEDIDAS CONTENEDOR	MEDIDAS PALLETS	TOTAL
LARGO	6	1,2	5
ANCHO	2,4	1,2	2
ALTO	2,3	1,11	2
		TOTAL PALLETS	20

PALLETS	1	20
CAJAS GRANDES	24	480
UNIDADES	12	5760

Elaborado por: El Autor

El cuadro nos indique que con 20 pallets de 24 cajas grandes de 4 pisos c/u entraran en un contenedor de 20 lo que indica que se enviaría en cada embarque 480 cajas grandes de 12 unidades

3.9 REQUISITOS PARA EXPORTAR A CANADÁ

Canadá: Condiciones de Acceso

Barreras al Comercio

La ley de Aduanas de Canadá regula los procedimientos para importaciones de Canadá, el cual corresponde a un modelo de liberalización de comercio Internacional, por lo cual, la mayoría de los productos importados no requieren licencias. En efecto, según el último examen de las políticas comerciales de Canadá efectuado por la OMC, los ajustes introducidos en sus políticas y prácticas comerciales han confirmado que su régimen comercial es uno de los más transparentes del mundo, a pesar de los obstáculos impuestos a la importación en unos pocos, aunque importantes, sectores.

Estos sectores son básicamente las industrias del trigo, la cebada, las carnes de bovino y los quesos. Para importar estos productos dentro de Canadá, se requiere de una Licencia General de Importación, el cual es otorgado por la División de Control de las Importaciones del Ministerio de Comercio Exterior (<http://www.dfait-maeci.gc.ca>).

Las reglas de origen, que permite beneficiarse de descuentos en los aranceles, (especialmente para productos textiles), son extremadamente drásticos. Además, cabe resaltar que Canadá es uno de los mayores usuarios de las medidas antidumpings.

Regulaciones de la Aduana

La Agencia de Servicios Fronterizos (Canadá Border Services Agency) publica los requisitos para la importación de productos en Canadá. De manera general, los documentos requeridos son:

- Dos copias del documento de control de carga
- Dos copias de la factura
- Dos copias del formulario B3 (Formulario de la aduana de Canadá).
- Permisos de importación, certificados sanitarios u otros formularios requeridos por las diversas instituciones canadienses de acuerdo a la naturaleza del producto.
- Certificado de Origen (cuando corresponda el caso)

Para mayor detalle de cada uno de estos documentos se recomienda revisar la siguiente dirección: (<http://www.cbsa-asfc.gc.ca>)

Para envíos por correo, el único documento requerido es la factura. Las empresas deben indicar la cantidad pagada por el comprador. Si los productos son muestras o demos, las empresas deben indicar el valor de mercado de éstas. Dos copias de la factura deben ser añadidas en el empaque del producto.

Algunas mercancías, como productos alimenticios o medicinas podrían estar sujetas a requerimientos de otros departamentos o agencias del Gobierno Canadiense y podría requerirse permisos, certificados o pruebas.

Impuestos al Valor Agregado

Aranceles

Canadá aplica el sistema armonizado de código arancelario. En promedio, los impuestos de aduanas son calculados Ad Valorem, es decir, según el valor CIF de las mercaderías.

Los productos que están gravados con mayores aranceles son la gasolina, las bebidas alcohólicas, tabaco y joyería. Además, cabe resaltar que cada provincia tiene la potestad de fijar impuestos adicionales.

La gran mayoría de los países recibe el trato arancelario de nación más favorecida o most-favored-nation (MFN)...

Los países en desarrollo, al igual que algunos países del Commonwealth, reciben un trato más favorable con aranceles más modestos. Por otro lado, por el tratado de libre comercio de NAFTA se han eliminado prácticamente todas las barreras comerciales entre EE.UU., México y Canadá (100% en bienes industriales y 95% en productos agrícolas) desde el 1 de enero del 2003.

Para acceder al arancel canadiense se sugiere consultar la siguiente dirección: (<http://www.cbsa-asfc.gc.ca>)

Impuesto de Valor Añadido

Además de los aranceles correspondientes, las importaciones están sujetas al impuesto de valor añadido federal, denominado GST (7%), y a los correspondientes impuestos indirectos provinciales si el bien importado es trasladado directamente de la aduana al usuario final. Por ejemplo, la provincia de Alberta, aplica una tasa general en venta detallista y ciertos servicios, cuyo impuesto varía entre 6% y 10%.

Requerimientos de Etiquetado

De acuerdo a la “Competition Bureau Canadá”, se requiere que la siguiente información aparezca en el empaque/etiqueta de todo producto importado:

- Declaración del producto: describe el nombre común o genérico del producto, o su función. Esta declaración debe ser en inglés y en francés.

- La declaración neta de la cantidad: debe estar expresada en unidades métricas de volumen si el producto es líquido, gas o viscoso. En caso el producto sea sólido debe ser expresado en unidades métricas de peso.
- Nombre del productor y la dirección de la empresa: lugar donde el producto ha sido procesado. Esta información debe estar en inglés o en francés.
- La oficina de aduanas de Canadá requiere que además se especifique el país de origen del producto.
- La provincia de Quebec requiere que todos los productos vendidos en esta provincia sean etiquetadas en francés, además del certificado de garantía, manuales, instrucciones y signos públicos. La Oficina Quebequense de la Lengua Francesa (Office québécois de la langue française) provee asistencia a estos requerimientos: (<http://www.olf.gouv>)

Para el caso de productos textiles y confecciones se recomienda visitar la página web de la Competition Bureau (<http://www.competitionbureau.gc>)

Para el caso de los productos alimenticios se recomienda revisar la Guía de Etiquetados y Publicidad en Productos Alimenticios (<http://www.inspection.gc>). Además, cabe resaltar que muchas industrias exigen que el producto informe que es “amigable ambientalmente” ya sea por el contenido del producto o de su empaque.

Estándares

El Sistema Nacional de Estandarización de Canadá (Canada's National Standards System - NSS) es el sistema para el desarrollo, promoción e implementación de estándares en Canadá. La NSS incluye a más de 400 organizaciones acreditadas por el Concejo de Canadá. Estas organizaciones

están envueltas en diversas actividades: desarrollo de estándares, prueba de productos y calidad (medición de la conformidad), certificación de productos o servicios y el registro de manejo ambiental y sistemas de producción. Más de 15, 000 miembros forman parte de los comités que desarrollan estándares nacionales y/o internacionales.

El Consejo de Estandarización de Canadá (Standards Council of Canadá- SCC) coordina las actividades de estandarización en Canadá, incluyendo la designación de los Estándares nacionales de Canadá. Esta organización reporta al Parlamento a través del Ministerio de Industria y vigila la NSS.

La SCC está conformado por representantes de las provincias además de una gran cantidad de miembros públicos y privados. Sus principales funciones son realizar políticas y procedimientos para el desarrollo de estándares nacionales en Canadá, coordinar la participación de Canadá en el sistema internacional de estandarización y acreditar a más de 400 organizaciones envueltas en el desarrollo de estándares de certificación de productos y/o servicios, pruebas y manejo de sistemas de registro en Canadá.

La SCC es independiente del gobierno, a pesar que es financiada parcialmente con los fondos públicos. La SCC no desarrolla estándares propiamente, si no dirige la medición de la conformidad.

Organizaciones Estandarizadoras

Existen cuatro organizaciones acreditadas para el desarrollo de estándares (SDO'S) en Canadá:

- Canadian Standards Association (CSA)
- Underwriters' Laboratories of Canada (ULC)

- Canadian General Standards Board (CGSB)
- Bureau de normalisation du Québec (BNQ).

Cada una de estas organizaciones desarrolla estándares a través de comités que representan varios intereses. Ellos deben enviar estándares a la SCC para que sean reconocidas como una Estándar Nacional de Canadá. Ellos pueden también desarrollar documentos como códigos y guías (guías no obligatorias o documentos informativos).

El CSA y el ULC son organizaciones privadas sin fines de lucro mientras que la BNQ y el CGSB son organizaciones públicas.

Medición de la Conformidad

La medición de la conformidad es usualmente realizada por una organización certificadora o laboratorio que ha sido acreditado para dirigir las pruebas y certificar que el producto cumple todos los requisitos.

Los Consejos de Estandarización acreditan a 6 tipos de organizaciones de Medición de la Conformidad.

- Laboratorios de pruebas y de calibración
- Cuerpos registradoras de manejo de sistemas
- Asociaciones certificadoras de persona
- Partes certificadoras de productos
- Cursos proveedores de auditorías

Las Estandarizaciones aprobadas son publicadas en “Canadá Gazette”. (<http://canadagazette.gc>)

Además, cabe resaltar que los miembros del World Trade Organization (WTO) deben reportar las regulaciones técnicas impuestas a la secretaría encargada, la cual distribuye a los otros miembros del WTO.

Zonas de Libre Comercio

Con la excepción de una zona especial de comercio en el parque industrial de Sydport en Cape Breton, Nova Scotia; Canadá no tiene puertos libres o zonas de libre comercio.

En la ciudad de Vancouver se establecerá una zona de Libre Comercio en asociación con el aeropuerto, destinado principalmente a los productos importados desde Asia. Ello permitirá el ensamblaje y los servicios de empaque, operar fuera del territorio de la aduana canadiense.

Además, cabe resaltar que el tratado NAFTA significa que Canadá se constituye una zona de libre comercio para los productos procedentes de.. Estados Unidos y México, los cuales gozan de todas las ventajas que proporciona una zona de Libre Comercio.

Acuerdos Comerciales

Canadá tiene numerosos acuerdos comerciales con diversos países. A continuación se presenta la lista de países con los que ha firmado Tratados de Libre Comercio:

- Chile
- Costa Rica
- Israel
- Estados Unidos y México (NAFTA)

Actualmente Canadá se encuentra negociando Acuerdos de Libre Comercio con:

- Américas - Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
- Centroamérica (4)
- Asociación Europea de Libre Comercio
- República de Corea
- Singapur
- Comunidad Andina
- CARICOM
- República Dominicana
- Para mayor información de los diversos acuerdos comerciales de Canadá suscrito con otros países se recomienda visitar la siguiente página web:.
(<http://www.dfait-maeci.gc.ca>)

Importaciones Prohibidas

Ciertas mercaderías pueden ser prohibidas o sometidas a control. Ciertos productos son prohibidos, especialmente los productos de segunda mano, vehículos motorizados (con la excepción de los producidos en Estados Unidos).

Las asociaciones que regulan estos productos (de acuerdo a la industria a la que pertenecen) son:

- Centro de Armas de Fuego de Canadá.. (<http://www.cfc-ccaf.gc.ca>)
- Productos relacionadas a la energía. (<http://oee.nrcan.gc.ca>)• Productos agrícolas y agropecuarios - The Canadian Food Inspection Agency (CFIA). (<http://www.inspection.gc.ca>)
- Medicinas, productos y sustancias relacionadas -Health Related Products and Devices(<http://www.hc-sc.gc.ca>)
- Importación de Vehículos - The Road Safety Directorate. <http://www.tc.gc.ca>)
- Explosivos - The Explosives Regulatory Division (ERD)..(<http://www.nrcan-nrcan.gc.ca>)
- Plantas y Especies en Peligros de Extinción - The Canadian Wildlife Service. (<http://www.cws-scf.ec.gc.ca>)

A continuación se presentan algunas direcciones útiles para la verificación de los requerimientos de importación.

- Export and Import Controls Bureau. (<http://www.dfait.gc.ca>).
- Esta asociación monitorea el comercio de ciertos productos y asegura la seguridad personal de los canadienses y ciudadanos de otros países restringiendo el comercio de mercancías peligrosas. El sitio permite identificar los productos controlados, además de brindar información de permisos, regulaciones, formatos, lista de agentes de aduanas y otras informaciones útiles.
- The Export and Import Controls Bureau. (<http://www.dfait-maeci.gc>)

- Esta organización autoriza la importación y exportación de productos restringidos por cuotas o aranceles.
- Ley de Permisos de Exportación e Importación. (<http://laws.justice.gc.ca/>)
- Contiene además la lista de Control de Importación
- La Agencia Canadiense de servicios fronterizos administra las leyes de Canadá y regulaciones de otras agencias federales que manejan las importaciones prohibidas y restringidas. (<http://www.international.gc.ca>)

4 CAPÍTULO IV. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO AL MERCADO DE CANADÁ

4.1 ESTADO SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación financiera, también llamado balance general, es el medio que la contabilidad ha utilizado para mostrar el efecto acumulado de las operaciones que se han efectuado en el pasado.

Nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como los derechos que existen sobre los mismos y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital contable. (<http://www.ii.iteso.mx>)

Este cuadro se encuentra conformado por los gastos de constitución y estudios previos a la implantación del proyecto

CUADRO N° 6 ESTADO SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	6.760,17	Préstamo por pagar	31.751,00
		TOTAL PASIVO	31.751,00
Activo Fijo			
Vehículo	28.000,00	PATRIMONIO	
		Capital Social	13.607,57
Equipos de Computación	4.753,20		
Muebles y Enseres	3.019,20		
Equipos de Oficina	1.326,00		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	600,00		
Gastos de organización	0,00		
Gastos de patentes	900,00		
TOTAL ACTIVOS	45.358,57	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	45.358,57

Elaborado por: EL Autor

4.1.1 Inversión Fija

La inversión fija del proyecto suma 37.098,40 dólares entre maquinaria, muebles y equipos de oficina

CUADRO N° 7 INVERSIÓN FIJA

RUBRO	TOTAL USD.
Maquinaria de Producción	28.000,00
Equipos de Computación	4.753,20
Equipos de Oficina	1.326,00
Muebles de Oficina	3.019,20
TOTAL ACTIVOS FIJOS	37.098,40

Elaborado por: El Autor

4.1.2 Inversiones Activos Diferidos

Los gastos que se dieron para la creación y el inicio de la empresa serán diferidos para el tiempo que funcione la misma.

CUADRO N° 8 INVERSIONES ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	600,00
Gasto de Constitución	0,00
Gasto de patentes	900,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.500,00

Elaborado por: El Autor

4.1.3 Capital de Trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (<http://www.gerencie.com>)

CUADRO N° 9 CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Materia Prima	0,00
Materiales Directos	0,00
Mano de Obra Directa	2.670,00
TOTAL	2.670,00
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	0,00
Insumos	0,00
Mantenimiento	252,27
Gastos Administrativos	2.823,00
Gasto de Ventas	1014,90
Seguro	0,00
TOTAL	4.090,17
TOTAL CAPITAL SOCIAL	6.760,17

Elaborado por: El Autor

4.1.4 Proyecto de Inversión

Es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un plan o programa. (<http://definicion.de/proyecto-de-inversion/>)

CUADRO N° 10 PROYECTO DE INVERSIÓN

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	37.098,40	81,79%	24,54%	11.129,52	57,25%	25.968,88
Activos Diferidos	1.500,00	3,31%	0,99%	450,00	2,31%	1.050,00
Capital de Trabajo	6.760,17	14,90%	4,47%	2.028,05	10,43%	4.732,12
Inversión Total	45.358,57	100,00%	30,00%	13.607,57	70,00%	31.751,00

Elaborado por: El Autor

4.1.5 Amortización

La tabla de amortización es un despliegue completo de los pagos que deben hacerse hasta la extinción de la deuda. Una vez que conocemos todos los datos del problema de amortización (saldo de la deuda, valor del pago regular, tasa de interés y número de periodos), construimos la tabla con el saldo inicial de la deuda, desglosamos el pago regular en intereses y pago del principal, deducimos este último del saldo de la deuda en el período anterior, repitiéndose esta mecánica hasta el último período de pago. Si los cálculos son correctos, veremos que al principio el pago corresponde en mayor medida a intereses, mientras que al final el grueso del pago regular es aplicable a la disminución del principal. En el último período, el principal de la deuda deber ser cero. (<http://www.eumed.net>)

La amortización es el tiempo en el que se deberá cancelar el crédito

CUADRO N° 11 AMORTIZACIÓN

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				31.751,00
1	915,32	1.730,88	2.646,20	30.835,67
2	965,22	1.680,98	2.646,20	29.870,45
3	1.017,84	1.628,36	2.646,20	28.852,61
4	1.073,33	1.572,87	2.646,20	27.779,28
5	1.131,84	1.514,36	2.646,20	26.647,44
6	1.193,54	1.452,66	2.646,20	25.453,90
7	1.258,60	1.387,60	2.646,20	24.195,30
8	1.327,22	1.318,99	2.646,20	22.868,08
9	1.399,57	1.246,63	2.646,20	21.468,51
10	1.475,86	1.170,34	2.646,20	19.992,65
11	1.556,32	1.089,88	2.646,20	18.436,33
12	1.641,16	1.005,04	2.646,20	16.795,17
13	1.730,63	915,57	2.646,20	15.064,54
14	1.824,97	821,23	2.646,20	13.239,57
15	1.924,46	721,74	2.646,20	11.315,11
16	2.029,37	616,83	2.646,20	9.285,74
17	2.140,00	506,20	2.646,20	7.145,74
18	2.256,66	389,54	2.646,20	4.889,08
19	2.379,68	266,52	2.646,20	2.509,40
20	2.509,40	136,80	2.646,20	0,00

Elaborado por: El Autor

4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO

CUADRO N° 12 COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima		0,00
Materiales Directos		0,00
Mano de Obra Directa		44.994,24
Mano de Obra Indirecta	0,00	
Insumos		22.766,40
Reparación y Mantenimiento	3.027,23	
Seguros	2092,13	
Depreciación	7.618,76	
Amortización	300,00	
Subtotales	13.038,12	67.760,64
Total de Costo de Producción		80.798,76
Gastos Administrativos		33.876,00
Gastos Financieros del 1er al 2do año		3.411,86
Gastos de Ventas		12178,80
Subtotales		49.466,66
Costo Total		130.265,42
Unidades producidas al año para Exportación		23.040
Numero de Unidades Exportadas al mes		1.920
Costo Unitario Tramite		5,65
PRECIO DE VENTA = COSTO DE PRODUCCIÓN + UTILIDAD		
UTILIDAD = COSTO UNITARIO x <u>60 % DE</u>		3,39
<u>GANANCIA</u> =		
PRECIO DE VENTA = COSTO UNITARIO +		
GANANCIA =		\$ 9,05

Elaborado por: El Autor

En este cuadro se observa los costos fijos y variables estimados que se utilizaran en el primer año de funcionamiento de la empresa

4.2.1 Costos de Producción Proyectados para los Cinco Primeros Años

En el cuadro se observa los costos aproximados en los cinco primeros años de funcionamiento de la empresa luego de su creación

CUADRO N° 13 COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO A LOS 5 AÑOS

AÑO: 2.012 - 2017					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Materia Prima	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales Directos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de Obra Directa	44.994,24	49.043,72	53.457,66	58.268,85	63.513,04
Insumos	22.766,40	24.815,38	27.048,76	29.483,15	32.136,63
VARIABLES	67.760,64	73.859,10	80.506,42	87.751,99	95.649,67
Mano de Obra Indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reparación y Mantenimiento	3.027,23	3.299,68	3.596,65	3.920,35	4.273,18
Seguros	2092,13	2.280,42	2.485,66	2.709,37	2.953,21
Depreciación	7.618,76	7.618,76	7.618,76	6.034,52	6.034,52
Amortización	300	300	300	300	300
FIJOS	13.038,12	13.498,86	14.001,07	12.964,24	13.560,91
Total Costo de Producción	80.798,76	87.357,96	94.507,49	100.716,23	109.210,59
Gasto Administrativo	33.876,00	36.924,84	40.248,08	43.870,40	47.818,74
Gasto de Ventas	12178,80	13.274,89	14.469,63	15.771,90	17.191,37
Gasto Financiero	3.411,86	3.718,92	4.053,63	4.418,45	4.816,11
Total gastos	49.466,66	53.918,66	58.771,33	64.060,75	69.826,22
Costo total	130.265,42	141.276,62	153.278,82	164.776,99	179.036,81
Unidades producidas	23.040,00	25.113,00	27.373,00	29.836,00	32.521,00
Costo Unitario	5,65	5,63	5,60	5,52	5,51

Elaborado por: El Autor

4.2.2 Flujo de Efectivos

Se conoce como flujo de efectivo (o cash flow, en inglés) al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad

se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes. (<http://definicion.de>).

4.2.3 Proyección de Valores Actuales Netos

El Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

Qn.- Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I.- Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n.- Es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k. Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.. (<http://www.elblogsalmon.com>)

CUADRO N° 15 VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO (PROYECTO)		
USD.		
AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO
	EFFECTIVO	
0	-45.358,57	-45.358,57
1	55.864,74	46.128,03
2	76.318,09	52.033,36
3	101.883,97	57.357,12
4	133.130,32	61.885,04
5	179.353,10	68.840,61
VAN		240.885,59

Elaborado por: El Autor

4.3 CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno, TIR o IRR en inglés (Internal Rate of Return), es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. (<http://www.misrespuestas.com>)

CUADRO N° 16 TASA INTERNA DE DESARROLLO

T.I.R. PROYECTO	
AÑOS	FLUJO
	EFFECTIVO
0	-45.358,57
1	55.864,74
2	76.318,09
3	101.883,97
4	133.130,32
5	179.353,10
TIR =	153%

Elaborado por: El Autor

4.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

En la formulación del Presupuesto de una Inversión se debe considerar el Tiempo que se va a requerir para recuperar la misma

El periodo de recuperación es una razón medida en meses o años resultando de la división de los Costos y beneficios esperados. La principal limitación de este método es que no toma en cuenta los flujos de efectivo después del propio periodo de recuperación.

Es aquel método para evaluar y determinar en un proyecto de inversión el Tiempo en el cual se recuperará la misma. Normalmente se considera que se puede recuperar en cuatro años.

Valor que señala el periodo requerido para recuperar una Inversión inicial.

El periodo de recuperación no incluye el Valor del Dinero en el Tiempo.
(<http://www.eco-finanzas.com>)

CUADRO N° 17 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

AÑOS	FLUJO
	EFFECTIVO
0	-45.358,57
1	55.864,74
2	76.318,09
3	101.883,97
4	133.130,32
5	179.353,10

PR = Inversión Inicial – (año1 + año 2+saldo).		
-10.506,17	1	AÑO
-0,14	-2	MES
RECUPERACIÓN	1 AÑO 2 MESES	

Elaborado por: El Autor

4.4.1 Estado de Resultados Proyectados a Cinco Años

El Estado de Resultados también denominado Estado de Pérdidas y Ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio, mientras que el balance general solo muestra la utilidad más no la forma como se obtuvo, razón por la cual el estado de resultados se considera como un estado complementario del balance general. (<http://www.emagister.com>)

Se observa como a través de los cinco primeros años se va teniendo una utilidad de ganancia

CUADRO N° 18 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS A CINCO AÑOS

I	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	208.424,67	251.849,95	304.322,89	367.728,56	444.344,80
- Costo de Producción	80.798,76	87.357,96	94.507,49	100.716,23	109.210,59
= UTILIDAD BRUTA	127.625,91	164.491,99	209.815,40	267.012,33	335.134,22
- Gastos de Administración	33.876,00	36.924,84	40.248,08	43.870,40	47.818,74
-Gastos de Ventas	12.178,80	13.274,89	14.469,63	15.771,90	17.191,37
= UTILIDAD OPERACIONAL	81.571,11	114.292,26	155.097,69	207.370,02	270.124,11
- Gastos Financieros	3.411,86	3.718,92	4.053,63	4.418,45	4.816,11
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	78.159,25	110.573,33	151.044,06	202.951,57	265.307,99
- 15% de Participación Trabajadores	11.723,89	16.586,00	22.656,61	30.442,74	39.796,20
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	66.435,36	93.987,33	128.387,45	172.508,84	225.511,79
- 25% Impuesto a la Renta	16.608,84	23.496,83	32.096,86	43.127,21	56.377,95
= UTILIDAD NETA	49.826,52	70.490,50	96.290,59	129.381,63	169.133,85

Elaborado por: El Autor

5 CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

De acuerdo a los diferentes análisis utilizados es necesario estructurar la empresa con un enfoque comercial.

Todavía es limitada la información que se pueda tener de la investigación en cuestión empresas de deseen consumir nuestros productos.

La empresa necesita un asesoramiento técnico y no llevar por empirismo los diferentes procesos.

Es necesario brindarles apoyo y capacitación para mantenerse a la vanguardia del mercado

5.2 RECOMENDACIONES

Cubrir las políticas que se establecen sobre seguridad y normas de calidad para que su producto tenga una garantía y sea apto para el consumo humano.

En necesario realizar estudios técnicos que permitan mantener actualizada la información del producto.

El enfoque de la cultura de desperdicios tiene que cumplir un programa de los que ya existen como los programas de medio ambiente.

La empresa tiene formar alianzas de empresas gubernamentales que apoyen la gestión.

Se recomienda que la administración de la empresa este con una persona nueva que sea totalmente objetiva.

REFERENCIAS

Documentos de Internet:

- <http://definición de/mano-de-obra>
- <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/4-fob-franco-bordo>
- <http://definicion.de/flujo-de-efectivo>
- <http://definicion.de/proyecto-de-inversion>
- <http://redautonomos.es/industria/incoterms-2011>
- <http://www.aduana.gob.ec>
- <http://www.crecenegocios.com/estrategias-de-ventas>
- <http://www.ecofinanzas.com/diccionario>
- <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>
- <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia>
- http://www.elcarmen.gob.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=89&Itemid=164
- <http://www.eumed.net/libros/2005/cag/1s.htm>
- <http://www.euroresidentes.com/alimentos/definiciones/platano-macho.htm>
- <http://www.gastronomíaycia.com//2009/10/13/harina-de-platano>
- <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- <http://www.gestionescolar.cl>
- <http://www.ii.iteso.mx>
- http://www.international.gc.ca/controls-controles/about-a_propos/index.aspx?view=d
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-interna-de-retorno.html>
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-un-pallet.html>

- <http://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- <http://www.proyectosfindecarrera.com/definicion/incoterms-fob.htm>
- <http://yonyum.blogspot.com>

Artículos:

- Anuario de entradas y salidas internacionales al Ecuador 2004 – 2010 – INEC;
- Arribos registrados provisionales 2011 – Dirección Nacional de Migración.
- Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/>, para los indicadores de Relaciones Comerciales Bilaterales e Inversiones.
- Centro de Comercio Internacional/TradeMap para gráficos Canadá con el mundo
- UNCTAD (Conferencia de las naciones unidas para el Comercio y Desarrollo), para grafico de Inversiones de Canadá con el Mundo

ANEXOS

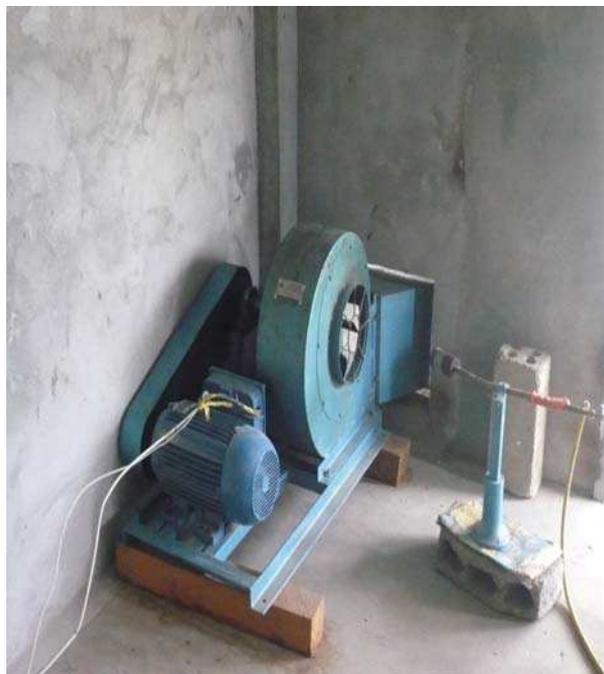
ANEXO 1

INVESTIGACIÓN DE CAMPO



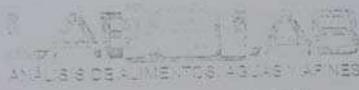
ANEXO 2

MAQUINARIA



ANEXO 3

DOCUMENTOS



ANÁLISIS DE ALIMENTOS, AGUAS Y AFINES

INFORME DE RESULTADOS

Orden de trabajo N° 101344
Hoja 2 de 2

NOMBRE DEL CLIENTE:	Corporación Agropecuaria de Productores Industrializadores Agrícolas "CORPICSUPAL"
DIRECCIÓN:	El Carmen – Provincia de Manabí
FECHA DE RECEPCIÓN:	7 de mayo del 2010
MUESTRA:	Harina de plátano "Las Palmitas"
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA:	Polvo homogéneo color habano
ENVASE:	Funda de polietileno de baja densidad
CONTENIDO DECLARADO:	500 g
CONTENIDO ENCONTRADO:	521.31 g
FECHA ELABORACIÓN:	27 de abril del 2010
FECHA VENCIMIENTO:	27 de abril del 2011
LOTE:	001-04-010
FECHA DE REALIZACIÓN DE ENSAYO:	7 – 17 de mayo del 2010
REFERENCIA:	101344
MUESTREO:	Por cliente
CONDICIONES AMBIENTALES:	24 °C 40%HR

ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO:

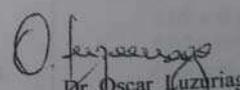
PARÁMETRO	MÉTODO	RESULTADO
-----------	--------	-----------

LOTE:	001-04-010
FECHA DE REALIZACIÓN DE ENSAYO:	7 – 17 de mayo del 2010
REFERENCIA:	101344
MUESTREO:	Por cliente
CONDICIONES AMBIENTALES:	24 °C 40%HR

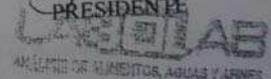
ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO:

PARÁMETRO	MÉTODO	RESULTADO
Recuento de Aerobios mesófilos (UFC/g)*	NTE INEN 1 529-5	20
Recuento de Coliformes totales (NMP/g)*	NTE INEN 1 529-7	< 3
Recuento de Escherichia coli (NMP/g)*	NTE INEN 1 529-8	< 3
Recuento de Mohos (UPC/g)*	NTE INEN 1 529-10	< 10
Recuento de Levaduras (UPC/g)*	NTE INEN 1 529-10	< 10

* "Los ensayos marcados con (*) no están incluidos en el alcance de la acreditación del OAE". Estos parámetros fueron subcontratados.



Dr. Oscar Luzuriaga
PRESIDENTE



ANÁLISIS DE ALIMENTOS, AGUAS Y AFINES

Laboratorio de LABOLAB

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca
Dirección Provincial Agropecuaria de Manabí
Teléfono: 027053211 - Fax: 027053211

Oficio No. 0000625 DT/DPA/MA

10 MAR 2009

Señor
ANTONIO ABIGAIL MENDOZA MOREIRA
PRESIDENTE DE LA CORPORACIÓN AGROPECUARIA DE PRODUCTORES INDUSTRIALIZADORES AGRÍCOLAS "CORPICSUPAL" El Carmen

De mi consideración:

En atención a su comunicación de 22 de septiembre del 2008, comunico a usted que analizada la documentación presentada al Técnico Responsable de la zona de esta Dirección de la CORPORACIÓN AGROPECUARIA "CORPICSUPAL" domiciliada en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, se procede a REGISTRAR la Directiva elegida por el lapso de dos años, en Asamblea General de Socios del 20 de diciembre del 2008, quedando conformada de la siguiente manera:

PRESIDENTE	SR. ANTONIO ABIGAIL MENDOZA MOREIRA
VICEPRESIDENTE	SR. CESAR RODOLFO NAVARRETE ZAMBRANO
SECRETARIO	SRA. GIGIA MENDOZA CEDEÑO
TESORERO	SR. RUDY MOREIRA MOREIRA

VOCALES PRINCIPALES:

MENDOZA CEDEÑO JAVIER FABRICIO
LOOR LOOR EFREN
ALAV LOOR BARTOLO NARCISO

Atentamente,


Dr. RUBEN PARRAGA ZAMBRANO
Director Técnico de Área
Dirección Provincial Agropecuaria de Manabí



LABORATORIO DE ANÁLISIS DE ALIMENTOS
Y PRODUCTOS PROCESADOS



ENSAYOS
Nº OAE LE IC 06-002

FICHA DE ESTABILIDAD

INF. LASA 18-06-10-2296
ORDEN DE TRABAJO No. 006702

DATOS DEL CLIENTE

SOLICITADO POR: LABOLAB
DIRECCIÓN: AV. PÉREZ GUERRERO 0e21-11 Y VERSALLES PISO 2 OF. 12B
TELÉFONO / FAX: 2563225

IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

NOMBRE DE LA MUESTRA: HARINA DE PLATANO "LAS PALMITAS"	FABRICANTE: CORPORACIÓN AGROPECUARIA DE PRODUCTORES INDUSTRIALIZADORES AGRÍCOLAS "CORPICSUPAL"
MARCA COMERCIAL: LAS PALMITAS	ENVASE INMEDIATO: FUNDA DE POLIETILENO
TIPO DE ALIMENTO: CEREALES Y DERIVADOS	

INFORMACION NUTRICIONAL

Orden de trabajo N° 101344
Hoja 1 de 1

NOMBRE DEL CLIENTE: Corporación Agropecuaria de Productores Industrializadores Agrícolas "CORPICSUPAL"
DIRECCIÓN: El Carmen - Provincia de Manabí
FECHA DE RECEPCIÓN: 7 de mayo del 2010
MUESTRA: Harina de plátano "Las Palmitas"
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA: Polvo homogéneo color habano
ENVASE: Funda de polietileno de baja densidad
FECHA ELABORACION: 27 de abril del 2010
FECHA VENCIMIENTO: 27 de abril del 2011
LOTE: 001-04-010
REFERENCIA: 101344
MUESTREO: Por cliente

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Porción 18g

Número de porciones aproximadamente 28

Cantidad por porción		% Valor diario *
Energía 293.3 kJ (Calorías 70 Cal)	Energía de grasa 0 kJ (Calorías de grasa 0 Cal)	
Grasa Total 0g		0 %
Grasa Saturada 0g		0 %
Colesterol 0mg		0 %
Sodio 0mg		0 %
Carbohidratos totales 16g		5 %
Fibra Dietética 0g		0 %
Azúcares 0 g		0 %
Proteína 1g		2 %

* Valores Diario Requerido en base a una dieta de 8380 kJ (2000 calorías)

[Firma]
Dr. Oscar Luzuriaga
PRESIDENTE

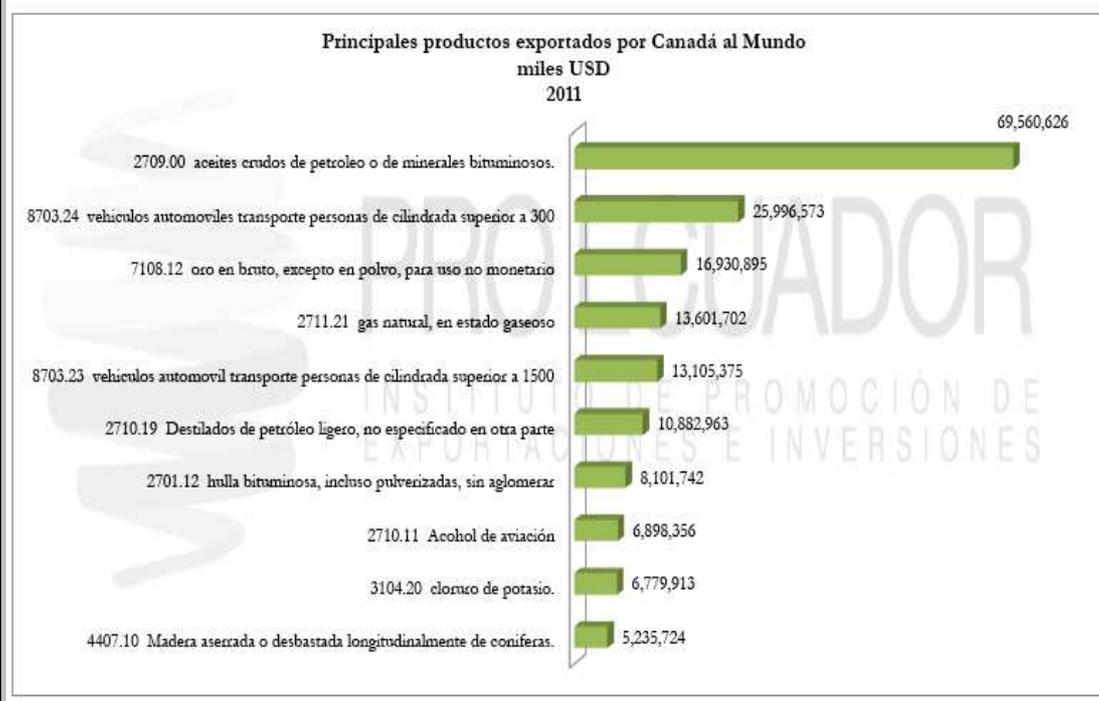
El presente informe es válido sólo para la muestra analizada.
Este informe no debe reproducirse más que en su totalidad previa autorización escrita de LABOLAB.

LABORATORIO
ANÁLISIS DE ALIMENTOS, AGUAS Y AFINES
LABOLAB

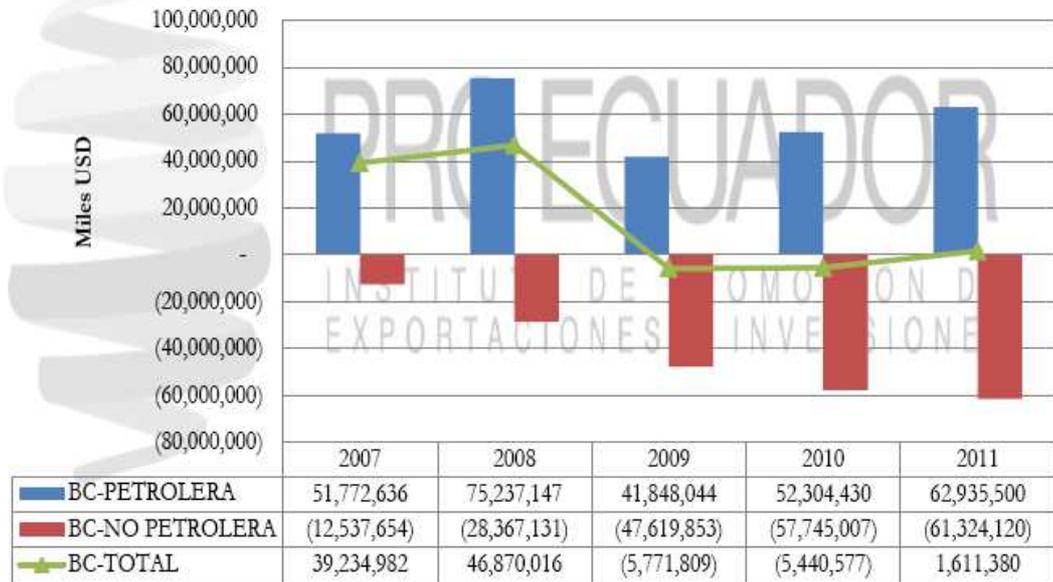
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Unidad de Inteligencia Comercial/PRO ECUADOR
CANADA
FICHA TECNICA PAIS
Junio 2012

1. Indicadores Básicos de Canadá		
	CAPITAL	OTTAWA
DEMOGRAFÍA	Población (est.2010)	34,300,083 (julio 2012 est.)
	Tasa de Crecimiento poblacional(est 2011)	0.78%
PRODUCCION	PIB (2011 est, trillones= 10^{12})	USD 1.75 trillones
	PIB per cápita (dólares, 2011 est)	51,147.47
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est.2011)	2.2%
	Composicion del Pib por Sector	
	Agricultura	1.9%
	Industria	27.1%
	Servicios	71.0%
PRECIOS	Inflación anual (2011 est)	2.8%
MONEDA	Moneda	Dólares Canadienses
	Tipo de Cambio	0.98 Dólares Canadienses por un dólar Americano
EMPLEO	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2011 est	7.40%
Fuente: WorldFactbook, https://www.cia.gov		
Banco Central del Ecuador		

2. Principales productos exportados e importados por Canadá-mundo.



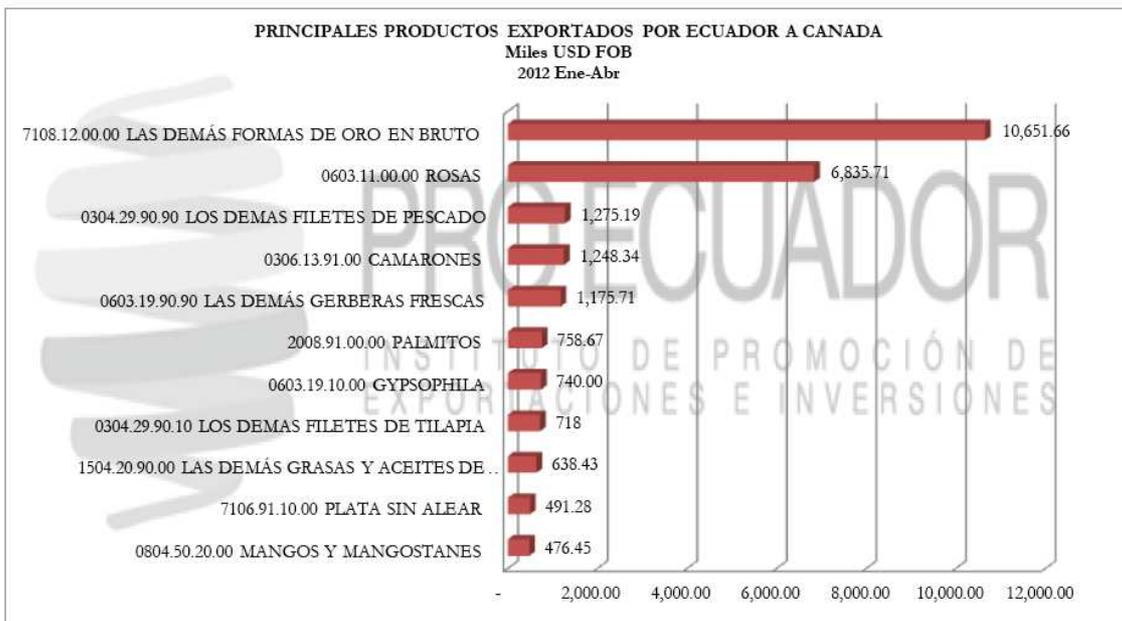
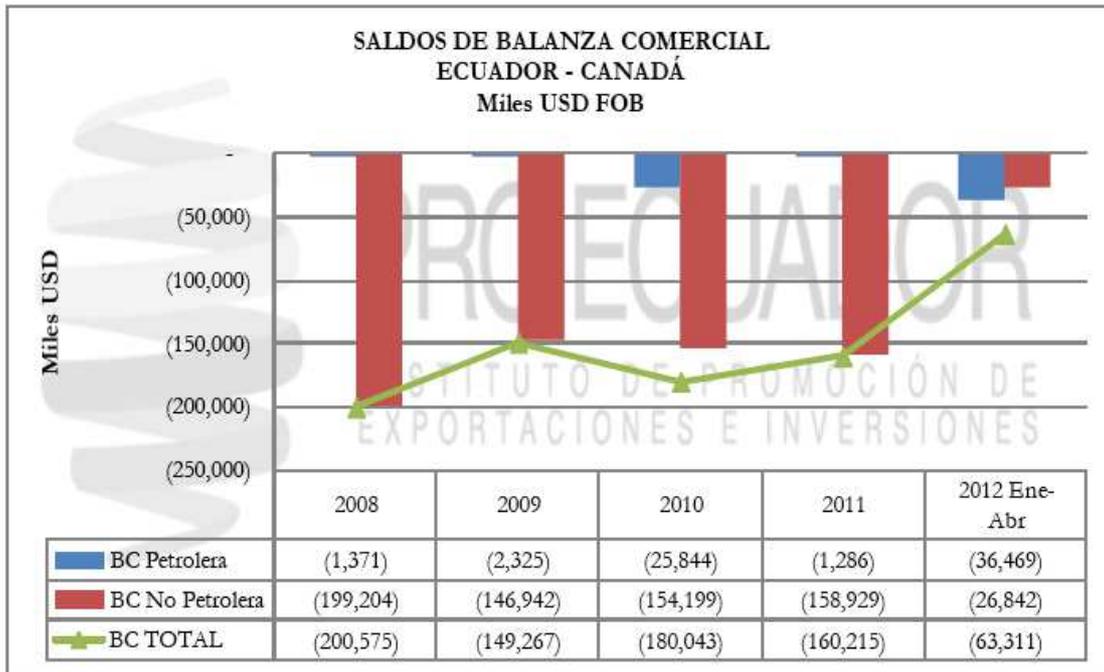
**SALDOS DE BALANZA COMERCIAL PETROLERA, NO PETROLERA Y TOTAL
CANADA-MUNDO
Miles USD FOB**



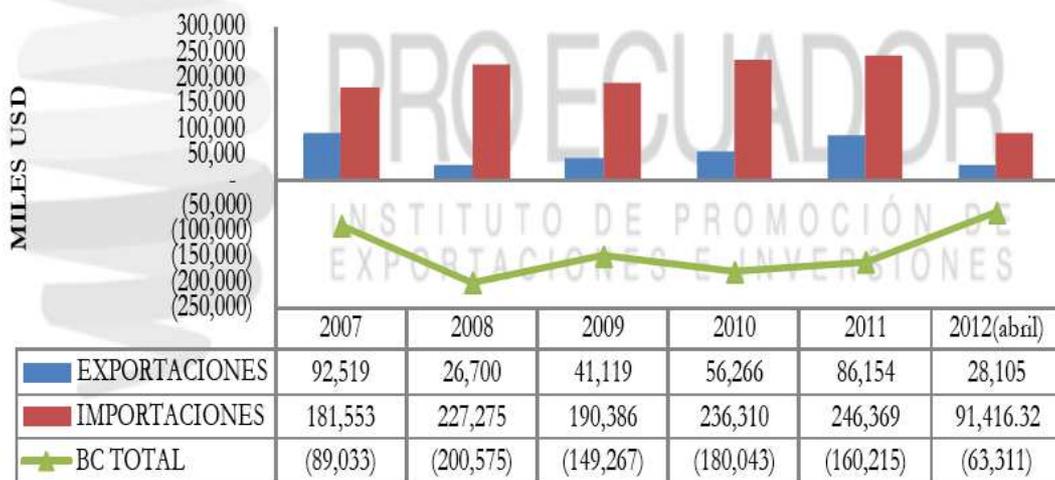
**Principales productos importados por Canadá desde el Mundo
miles USD
2011**



Relaciones comerciales bilaterales ECUADOR - CANADÁ



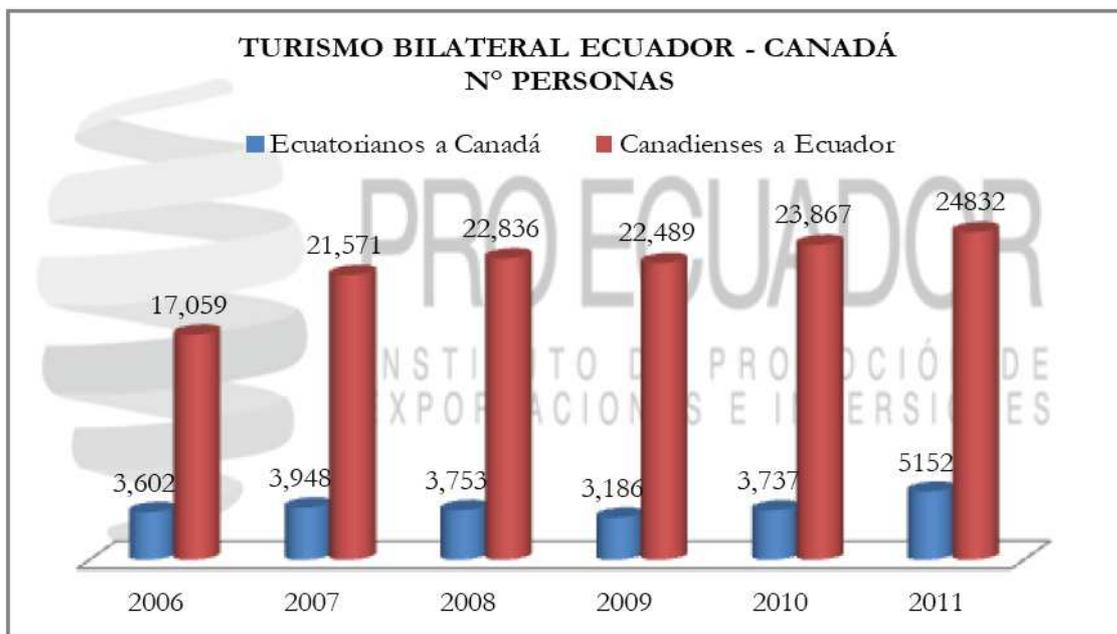
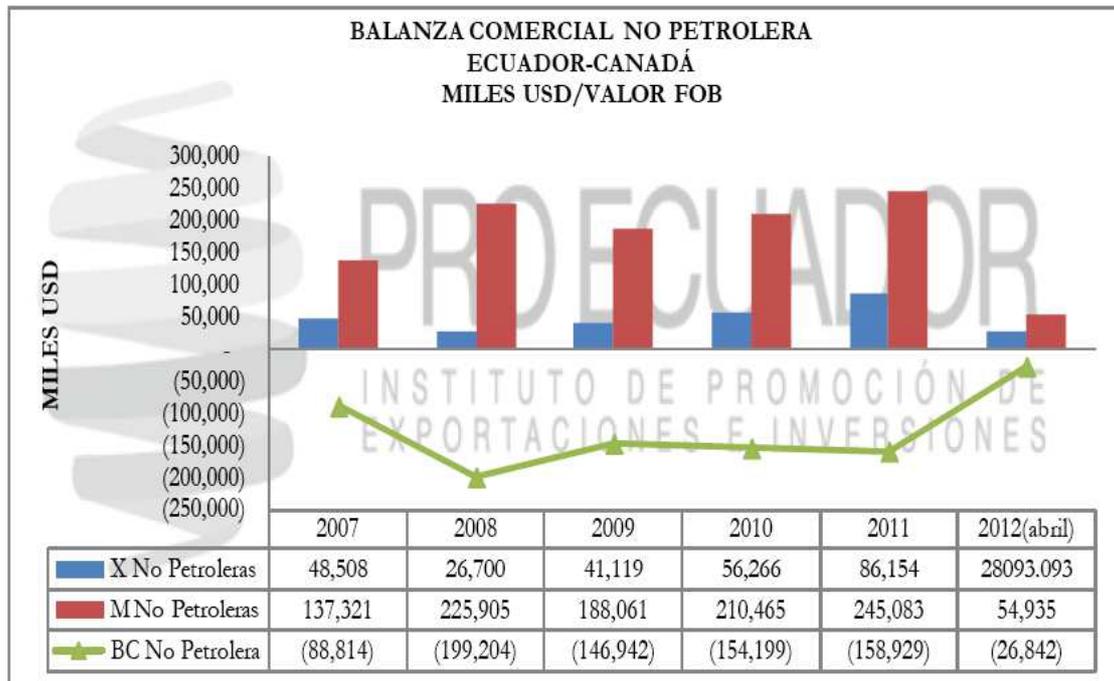
**BALANZA COMERCIAL TOTAL
ECUADOR-CANADÁ
MILES USD/VALOR FOB**

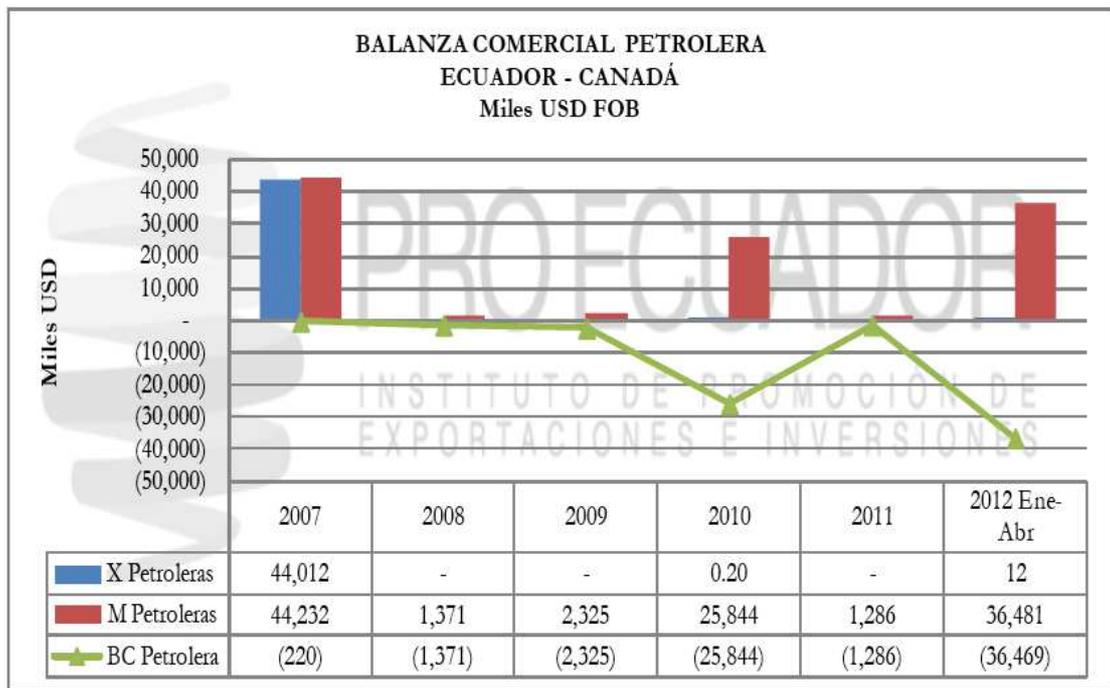


**PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE CANADÁ
Enero--Abril 2012
Miles USD FOB**



Balanza Comercial Petrolera y No Petrolera





Inversión Extranjera Directa Canadá-Mundo



Inversión Extranjera Canadá en Ecuador



FLUJO DE IED DE CANADÁ EN ECUADOR POR SECTORES					
Miles USD					
2007 - 2011					
Sectores	2007	2008	2009	2010	2011
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	53	0.30	-	20	274
Comercio	678	4	-	19	59
Construcción	-	0.40	1	1	1
Explotación de minas y canteras	38,249	28,661	34,081	54,662	189,793
Industria manufacturera	-	-	4	38	13
Servicios comunales, sociales y personales	8,428	14,907	18,384	23,432	26,855
Servicios prestados a las empresas	1,111	2	41	1,097	55
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1	11	-	2	3
Total	48,521	43,586	52,511	79,270	217,053

PRODUCTOS CON POTENCIAL PARA EXPORTAR A CANADÁ		
Subpartida	Descripción	Valoración
030232	ATUNES DE ALETA AMARILLA, FRESCOS O REFRIGERADOS, EXCLUIDO HIGADOS, HU	Estrellas
030234	PATUDOS O ATUNES OJO GRANDE THUNNUS OBESUS, FRESCOS O REFRIGERADOS	Estrellas
030239	LOS DEMÁS ATUNES, FRESCOS O REFRIGERADOS, EXCLUIDO LOS HIGADOS, HUEVAS	Estrellas
030269	LOS DEMÁS PESCADOS FRESCOS O REFRIGERADOS, EXCLUYE FILETES, HIGADOS, H	Estrellas
030344	PATUDOS O ATUNES OJO GRANDE THUNNUS OBESUS, CONGELADOS	Estrellas
030379	LOS DEMÁS PESCADOS CONGELADOS, EXCLUIDOS FILETES, HIGADOS, HUEVAS Y LE	Estrellas
030613	CAMARONES, LANGOSTINOS, QUISQUILLAS	Estrellas
060491	PARTES DE PLANTA, SIN FLORES NI CAPULLOS PARA RAMOS O ADORNOS, FRESCOS	Estrellas
071029	OTRAS LEGUMBRES DESVAINADAS, COCIDAS, CONGELADAS.	Estrellas
071080	LAS DEMÁS LEGUMBRES Y HORTALIZAS	Estrellas
080300	BANANAS O PLATANOS, FRESCOS O SECOS.	Estrellas
080450	GUAYADAS, MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS.	Estrellas
081090	OTROS FRUTOS FRESCOS.	Estrellas
081190	OTRAS FRUTAS CONGELADAS	Estrellas
081340	LOS DEMÁS FRUTOS SECOS	Estrellas
090240	TE NEGRO FERMENTADO Y TE PARCIALMENTE FERMENTADO, PRESENTADOS DE OTRA	Dilemas
091010	JENGIBRE	Dilemas
100890	LOS DEMÁS CEREALES	Estrellas
110630	HARINA, SEMOLA Y POLVO DE LOS PRODUCTOS DEL CAPITULO 08.	Estrellas
121299	LOS DEMÁS PRODUCTOS VEGETALES EMPLEADOS PRINCIPALMENTE EN ALIMENTACION	Estrellas
160520	CAMARONES, LANGOSTINOS, QUISQUILLAS Y GAMBAS PREPARADOS O CONSERVADOS.	Estrellas
180100	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO CRUDO O TOSTADO.	Estrellas
180400	MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO	Estrellas
180500	CACAO EN POLVO SIN AZUCARAR NI EDULCORAR DE OTRO MODO	Estrellas
180620	LAS DEMÁS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO, CON UN PESO	Estrellas
180690	LOS DEMÁS CHOCOLATES Y DEMÁS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN	Estrellas
190219	LAS DEMÁS PASTAS ALIMENTICIAS SIN COCER, RELLENAR NI PREPARAR DE OTRA	Estrellas
200551	ALUBIAS DESVAINADAS, PREPARADAS O CONSERVADAS, EXCEPTO EN VINAGRE, SIN	Estrellas
200799	LAS DEMÁS COMPOTAS, JALEAS, MERMELADAS, PURES Y PASTAS DE FRUTAS	Estrellas
200891	PALMITOS, PREPARADOS O CONSERVADOS O CON ALCOHOL.	Estrellas
200899	LAS DEMÁS FRUTAS PREPARADAS O EN CONSERVA, AL NATURAL O EN ALMIBAR .	Estrellas
200980	JUGO DE LAS DEMÁS FRUTAS O DE LEGUMBRES U HORTALIZAS	Estrellas
210390	LAS DEMÁS PREPARACIONES PARA SALSAS Y SALAS PREPARADAS.	Estrellas
240110	TABACO SIN DESVENAR O DESNERVAR	Dilemas
330129	LOS DEMÁS ACEITES ESENCIALES, EXCEPTO LOS DE AGRIO	Estrellas
610331	CHAQUETAS (SACOS), DE PUNTO, PARA HOMBRES O NI	Estrellas
611020	SUETERES, JERSEIS, PULLOVERS, CARDIGANS, CHALECOS Y ARTICULOS SIMILARE	Estrellas
611691	LOS DEMÁS GUANTES DE PUNTO, DE LANA O DE PELO FINO.	Dilemas
620111	ABRIGOS, IMPERMEABLES, CHAQUETONES, CAPAS Y ARTICULOS SIMILARES DE LAN	Estrellas
620520	CAMISAS DE ALGODON, PARA HOMBRES O NI	Estrellas
620530	CAMISAS DE FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES, PARA HOMBRES O NI	Estrellas
621430	CHALES, PANUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS VELOS Y ARTICULOS SIMI	Estrellas
630120	MANTAS DE LANA O DE PELO FINO (EXCEPTO LAS ELECTRICAS).	Estrellas
630790	LOS DEMÁS, ARTICULOS CONFECCIONADOS	Dilemas
650590	LOS DEMÁS SOMBREROS Y TOCADOS, DE PUNTO, ENCAJE, FIELTRO O DE OTROS PR	Estrellas
650699	LOS DEMÁS SOMBREROS Y TOCADOS, DE LAS DEMÁS MATERIAS.	Estrellas
711790	LA DEMÁS BISUTERIA	Estrellas