ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

Tema:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE ANGUILAS CON DESTINO A LOS PAÍSES ASIÁTICOS: CHINA, JAPÓN Y COREA DEL SUR”

Previa a la obtención del Título de :

Economista con mención en Gestión Empresarial, Especialización Finanzas

Presentado por:

Debbie Stefanie Bustamante Quinto

Eliana Beatriz Segovia Tello

Guayaquil – Ecuador

2006

AGRADECIMIENTO

Estoy agradecido a Dios [...] de que nunca seso de acordarme de ti en mis ruegos, y noche y día anhelo verte [...] para llenarme de gozo.

(2 Timoteo 1: 3 y 4)

Gracias a Jehová quien me permite vivir cada día, protege a mis seres queridos y me llena de bendiciones.
Gracias a mis Padres quienes han grabado en mi mente y corazón principios y valores que me sirven de guía además de amarme y apoyarme en todos mis sueños.
Gracias a mi hermana Jaen, a mi familia, en especial a mi abuelita Carlota, a mis amigos, entre los que hago mención a mi gran amiga y compañera de tesis Eli por no desmayar en el camino para alcanzar nuestro objetivo y a mis compañeros quienes con su apoyo incondicional se han esforzado junto a mí en la culminación de esta etapa de mi vida.

Debbie

Quiero agradecer a todas las personas que han hecho posible la culminación de mi carrera. En primer lugar a Dios que siempre ha bendecido mi vida y me ha permitido llegar hasta donde estoy.

A mis queridos Padres, hermanos, a mi amado esposo, a mis pequeños hijitos, a mi compañera de tesis, a mis amigos y demás familiares, gracias por creer en mí, por su amor, paciencia, guía, aliento y apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida.

Eliana

Agradecemos a la Escuela Superior Politécnica, a nuestra directora de tesis Ma. Elena Romero y a nuestros maestros por brindarnos los conocimientos necesarios tanto intelectuales como morales; y hacer de nosotros profesionales capaces, encaminados a buscar nuevas alternativas de desarrollo para nuestro país.

También al Cmdte. Pazmiño, Tnte. Iván Garcés, al Ing. Roberto Chávez y a todos aquellos quienes formaron parte del apoyo para la realización de este proyecto.

Gracias, por permitirnos grabar este esfuerzo junto a vuestros nombres.

Debbie y Eliana

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico este trabajo a Dios, a mi Madre, mi Padre y mi Hermana, por estar siempre a mi lado y ser la luz que guía mi camino con sabiduría, amor y disciplina.

A ustedes
Debbie

Todo el esfuerzo y dedicación reunidos en este trabajo quiero dedicárselo a mis padres Elsa y Jorge, a mis pequeños hijos y a mi amado esposo Iván, quienes han sido, son y serán el motivo y la razón de mi vida y de mi superación personal.

A ustedes
Eliana

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Óscar Mendoza
DECANO DEL ICHE

Eco. María Elena Romero
DIRECTORA DE TESIS

Eco. Giovanny Bastidas
VOCAL PRINCIPAL

Eco. Leonardo Estrada
VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis de graduación, nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

(Reglamento de Exámenes y Títulos Profesionales de la ESPOL)

Debbie Bustamante Quinto

Eliana Segovia Tello

ÍNDICE

CAPÍTULO 3: PROCESO TÉCNICO

CAPÍTULO 4: PLAN DE NEGOCIOS

CAPÍTULO 5: PRESUPUESTO Y CONSIDERACIONES FINANCIERAS

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE ANEXOS

INTRODUCCIÓN

La intención del presente trabajo es la de incrementar la canasta de productos de exportación de nuestro país, por esta razón consideramos que los recursos potenciales del mar ecuatoriano deben ser explotados, de esta manera vemos en la exportación de Anguilas una nueva oportunidad para cubrir la demanda de productos hidrobiológicos efectuada por mercados mundiales.

La anguila es un producto de alto consumo a nivel mundial, apreciado fundamentalmente por su calidad de carne, sabor y contenido nutricional, por lo que ha sido considerada un producto de alta exclusividad en Europa y alimento necesario en Asia, no obstante, es una especie en amenaza debido a la pérdida de su habitad y a la falta de una regulación adecuada de su pesca.

Considerando lo anterior, se desea desarrollar un proyecto que analice la factibilidad de exportar hacia los mercados de China, Japón y Corea del Sur anguilas congeladas, ya que esta región es considerada la de mayor consumo a nivel mundial, y en donde por las características que ofrece nuestro producto tendría gran acogida generándonos una excelente rentabilidad sobre la inversión dado que hoy en día este animal puede alcanzar precios astronómicos debido a su escasez, por lo tanto implementaremos una empacadora de anguilas, que aproveche la pesca artesanal de los pescadores ecuatorianos, así se puede ofrecer a los potenciales clientes una alternativa de compra, al país una posibilidad de empleo, en especial en mano de obra no calificada y una apertura de la oferta exportable de un producto no tradicional lo que implica un ingreso de divisas para el Ecuador.

En consiguiente al proyecto lo hemos diseñado de la siguiente forma:

En el *primer capítulo* se realiza una descripción sobre los aspectos preliminares del proyecto como son detalle de objetivos, análisis de los antecedentes del producto, características, variedades, usos, beneficios y valor nutritivo del producto.

El *segundo capítulo* contiene todo lo referente, tanto al mercado externo como al nacional, detallando oferta, demanda del producto, situación actual y tendencia, además contiene un análisis completo de los mercado potenciales identificados como China, Japón y Corea del Sur en los cuales se detallan aspectos generales, demográficos, requisitos de importación, canales de distribución, acuerdo comerciales y regulatorios.

En el *tercer capítulo* y por la necesidad de que el proyecto cumpla con aspectos físico técnicos se ha desarrollado el Estudio Técnico, que comprende un detalle de los aspectos preliminares pesqueros, procesamiento del filete de anguila, materiales y equipos que se utilizarán, control de saneamiento, localización e ingeniería del proyecto, distribución física de la planta, como la organización y las funciones del personal que formará parte del equipo técnico.

En el *cuarto capítulo* se realiza una definición estratégica de la empresa identificando ciertos detalles como misión, visión, filosofía, valores organizacionales, análisis foda, consideraciones administrativas, objetivos empresariales, consideraciones legales para la puesta en marcha del negocio, también se realiza un análisis referente a los tramites y requisitos necesarios a seguir para la exportación del producto, finalmente se detallan planes estratégicos de marketing que ayudarán a posicionar y diferenciar el producto en nuestro mercado meta.

En el *quinto capítulo* se realiza el análisis y evaluación de la inversión para poner en marcha el proyecto, incluye detalle de los activos, pasivos, capital de trabajo y de los costos de producción con el fin de obtener indicadores financieros como el valor agregado neto, tasa interna de retorno, rentabilidad del proyecto, punto de equilibrio, ratios financieros y análisis de sensibilidad.

Al finalizar el estudio tendremos elementos de juicio suficiente para elaborar nuestras conclusiones y realizar las respectivas recomendaciones.

CAPITULO 1

ASPECTOS PRELIMINARES

1.1. Antecedentes

La actual falta de políticas gubernamentales para el desarrollo de nuevas oportunidades en el sector pesquero, la situación que atraviesa el país y muchas dificultades originadas a partir del deterioro de los niveles extractivos de las principales especies marinas comerciales, han hecho que se propicie una opción o alternativa interesante de inversión con la búsqueda de nuevos recursos potenciales de alta rentabilidad que existen a lo largo de nuestro mar, de tal forma que se puedan cubrir las nuevas demanda por productos marítimos en los mercados europeos y asiáticos.

A partir de esto, se ha divisado un nuevo producto denominado "Anguila Común" (Ophichtus Pacific) el mismo que puede ser considerado dentro de estos recursos potenciales con los cuales se pueda llegar a explotar una oportunidad, ya que habiendo sido registrada su existencia frente a las costas del litoral e incluso habiéndose registrado exportaciones hacia países asiáticos y USA, rindiendo excelentes réditos a sus exportadores con una baja inversión, tal como se verá más adelante, de tal forma que ésta puede ser una opción para desarrollar un proyecto innovador, con el beneficio de ofrecer empleo a los pescadores artesanales y diversificar nuestra oferta exportable en este sector con lo cual se obtengan divisas para el país y se fomenta el desarrollo.

Como dato general, la anguila es un pez de cuerpo alargado que suele medir alrededor de 70 cm. aunque puede llegar a medir 2 metros, las hembras suelen ser de mayor tamaño que los machos. Una de las características que estos presentan es que tienen la piel recubierta de una secreción mucosa que les hace muy escurridizas dándoles su característica más conocida, además que las protege ya que no tienen escamas. Normalmente viven unos 8 años los machos y 12 las hembras.

Ya en la gastronomía, cabe decir que la anguila posee una carne sabrosa, gelatinosa y además de ser apetecida, es muy valorada por su alto contenido de hierro, ácido fólico y proteínas, lo que le ofrece al consumidor un valor nutricional significante. Su carne ha sido apreciada desde la antigüedad para preparar platos exóticos en especial en países asiáticos y europeos, donde son parte de los menús diarios (cosa que no sucede en el Ecuador, donde no es consumida de forma habitual). Hoy en día este animal puede alcanzar precios astronómicos debido a su escasez provocada por los embalses que tienen en los ríos donde habita, lo cual la ha convertido en una exclusividad y aumentado los niveles de demanda por parte de los países consumidores de este producto.

De forma natural la anguila, específicamente la Europea (la más conocida), está presente en toda Europa Occidental, al norte de África e incluso en la cuenca del Mar Negro. Sin embargo, la especie ha sufrido una reducción de su población, tal como lo dijo Prompex-Perú en su estudio, “Breve perfil biológico, Pesquero y Comercial de la Anguila”[1], debido a la intensa presión pesquera ejercida sobre las anguilas juveniles en las entradas de los ríos, lo cual ha hecho que los países de alto consumo desplacen su demanda hacia opciones como la ofrecida por los países sudamericanos como Perú y Ecuador.

La anguila es un producto de alto consumo a nivel mundial, apreciado fundamentalmente por su carne, no obstante, es una especie en amenaza debido a la pérdida de su habitad y a la falta de una regulación adecuada de su pesca. Estos hechos han dado lugar a que países como China y Taiwán practiquen el cultivo de esta especie dado que es considerada como uno de los productos más rentables por su nivel de precio y creciente demanda.

Considerando lo anterior, la región asiática, que es a donde apunta este proyecto, es la considerada de mayor consumo de anguila en el mundo, en especial el mercado de Japón de donde se registran importaciones de 66 mil toneladas tan solo entre enero y agosto del 2003, según últimos datos publicados por la FAO[2], de donde se puede decir que aquí es donde se reporta el mayor consumo de anguilas frescas (25%) y procesada (75%) y también muestra una tendencia creciente en anguilas congeladas.

Ya en este punto se ha considerado implementar un proyecto que analice la factibilidad de exportar hacia este mercado anguilas congeladas, de tal forma que se pueda aprovechar esta oportunidad obteniendo una excelente rentabilidad sobre la inversión, implementando una empacadora de anguilas, que aproveche la pesca artesanal de los pescadores ecuatorianos, así se puede ofrecer a los potenciales clientes una alternativa de compra, al país una posibilidad de empleo, en especial en mano de obra no calificada y una apertura de la oferta exportable de un producto no tradicional lo que implica un ingreso de divisas para el Ecuador.

1.2. Objetivos del Proyecto

A partir de los antecedentes que se propusieron en el apartado anterior, se tiene que se ha determinado una serie de objetivos tanto generales como específicos, los cuales se tratarán de cumplir a lo largo de este proyecto de tal forma que se logre determinar la factibilidad y la operatividad de esta inversión a corto como a largo plazo.

---

[1] Estudio publicado en el año 2002 por la Gerencia del Sector Pesca y Agricultura (PROMPEX-Perú) bajo la dirección científica del Instituto del Mar del Perú Ciencia y Tecnología.

[2] Food and Agricultural Organization of ONU → Organización de Alimentos y agricultura de la ONU.

1.2.1. Objetivo General

El objetivo general de este proyecto es determinar la factibilidad de construir una empacadora de anguilas y exportar este producto hacia los países del lejano oriente como Japón, China y Corea del Sur.

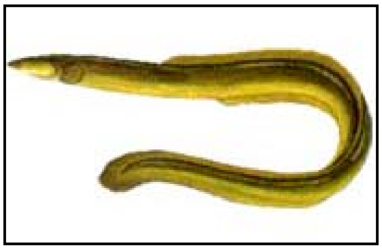
1.2.2. Objetivos Específicos

1. Establecer la situación actual del sector a nivel nacional e internacional.
2. Determinar diversas consideraciones generales sobre el mercado como competidores, proveedores, clientes potenciales y otras variables de interés sobre este sector.
3. Determinar diversos aspectos técnicos como procesos, manejo y consideraciones operativas para la comercialización de este producto.
4. Identificar a los principales clientes, determinar el potencial y la conducta de compra de estos con relación a este producto, de tal forma que se puedan establecer contactos comerciales acorde con las expectativas del proyecto.
5. Desarrollar un plan estratégico de comercialización, logística, mercadeo y promoción a nivel internacional de tal forma que éste contribuya a la introducción, posicionamiento y venta de las anguilas en los países mencionados.
6. Determinar el potencial económico del proyecto y su factibilidad financiera, a partir del análisis de rentabilidad y tiempo de recuperación de las inversiones, así como analizar el punto de equilibrio y la sensibilidad del proyecto de tal forma que se pueda establecer las condiciones financieras y económicas para que este proyecto pueda ser aplicable.

1.3. Consideraciones Generales y Características de la Anguila

La anguila presenta un cuerpo muy alargado y cilíndrico –excepto en su parte posterior, donde se comprime lateralmente–, es flexible y con una mandíbula inferior prominente, junto con unas hendiduras branquiales profundas. Los ojos son pequeños y van aumentando de tamaño a medida que alcanzan la madurez sexual. Tiene unas escamas diminutas muy embutidas en la piel. Los opérculos[1] son muy pequeños, lo que les permite vivir un cierto tiempo fuera del agua.

Figura 1.1: Anguila Común



El color varía con la edad; las anguilas alevines[2] –denominadas “angulas” o “anguilas cristal”– son transparentes; en estado juvenil el dorso es de color pardo-verdoso con el vientre amarillento –denominadas “anguilas amarillas” o “anguilón”– y al iniciarse la madurez sexual presentan el dorso negruzco y el vientre gris plateado, denominándose entonces “anguila plateada”.

Es un pez serpentiforme, de cuerpo muy viscoso, con las aletas dorsal, caudal y anal fusionadas en una única aleta que recorre las tres cuartas partes del cuerpo. No presenta aletas pélvicas y las aletas pectorales son pequeñas y de contorno circular. Su piel gruesa, junto con el

---

[1] Definición (Dicc. Encicl. ESPASA).- Repliegue de la piel que proporciona protección externa al aparato branquial en la mayoría de los peces. Puede estar endurecido por placas óseas y cubierto por escamas.
[2] Definición (Dicc. Encicl. ESPASA).- Pez que acaba de nacer y cuya morfología es diferente a la del adulto.

resto de sus características morfológicas, le ayuda a protegerse de la desecación en ambientes extremos.

La anguila es una especie catádroma –nace en agua salada y vive en agua dulce– que realiza grandes migraciones entre el río y el mar. Su vida es singular, tan solo consideremos como muestra, que todas las anguilas europeas sin excepción nacen en el Mar de los Sargazos, a 4.000 Km. de Europa. De los huevos eclosionan unas lavas aplanadas y transparentes denominadas leptocéfalas, que cruzan el Océano Atlántico arrastradas por la Corriente del Golfo en un viaje que dura casi tres años.

Al llegar a las costas europeas ya se han transformado en alevines o angulas –que siguen siendo incoloras y se acercan a los ríos, lagunas y marismas[1], concentrándose en zonas estuáricas[2]. Durante el verano, después de alimentarse abundantemente comienzan a adquirir coloración y a remontar los ríos, donde vivirán tres o cuatro años, de igual manera permanecen en las aguas salobres de las marismas y desembocaduras de los ríos. Los adultos inmaduros viven en los ríos, semienterrados de día en fondos fangosos para salir a alimentarse al anochecer. Al llegar a la edad de 6-12 años en el caso de los machos y 8-13 años para las hembras, son individuos sexualmente maduros y se transforman en anguilas plateadas, dejando el río a finales del invierno o en primavera y regresan al mar para reproducirse.

Las anguilas son animales crepusculares que tienen un olfato muy sensible. En los ríos es carnívora y particularmente voraz, alimentándose de

---

[1] Definición (Dicc. Encicl. ESPASA).- Terreno bajo y pantanoso que se inunda con la subida de las aguas de mar.

[2] Definición (Dicc. Encicl. ESPASA).- Desembocadura de río caudaloso que desagua en el mar y se caracteriza por tener una forma semejante al corte longitudinal de un embudo, cuyos lados van apartándose en el sentido de la corriente y por la influencia de las mareas en la unión de las aguas fluviales con las marítimas.

pequeños peces, moluscos, crustáceos, poliquetos[1] y larvas de insectos acuáticos, llegando incluso al canibalismo. Al alcanzar la madurez sexual dejan de alimentarse, realizando el viaje de regreso al Mar de los Sargazos a expensas de sus reservas de grasas.

Las anguilas pueden vivir hasta 30 años, siendo el peso medio de 0.4 Kg. y la longitud media de unos 50 a 70 cm. El peso máximo se sitúa en torno a los 6 Kg. y la longitud máxima entorno a 150 cm, aunque se ha tenido caso que han llegado incluso a los 3 metros.

Como ya se ha comentado, la anguila es una especie catádroma que puede encontrarse en mares y ríos, así mismo se puede decir que es una especie euriterma y eurihalina, es decir, que tolera amplias variaciones de temperatura del agua y de la salinidad del medio que le rodea, lo que indica el porqué habita en lagos, ríos, aguas costeras y en las profundidades oceánicas según las distintas estaciones climáticas.

Tras nacer, las hembras emigran a los ríos y los machos se quedan en las desembocaduras de los mismos. Los alevines, llamados angulas realizan largas migraciones para reproducirse. Algunos ejemplares realizan un recorrido más de 5.000 km para llegar durante 2 o 3 años como ya se dijo. En el recorrido no necesitan alimentarse. Puede serpentear por tierra firme durante varios kilómetros respirando a través de la piel. Cabe recalcar que los lugares para el desove están situados en el Mar de los Sargazos[1], sitio elegido por esta especie para la cría desde hace 140 millones de años.

La mayoría de las anguilas prefieren morar en las aguas bajas, en las capas inferiores del océano o a veces en agujeros. Solamente la familia de Anguillidae vive en agua dulce.

---

[1] Definición (Dicc. OCEANO).- Gusanos anélidos marinos de vida libre considerados los más primitivos de los anélidos.

Se ha notado algunas especies de anguilas en aguas profundas (caso de la familia Synaphobranchidae, éste vive a una profundidad de 4000 m.), o son los nadadores activos (la familia Nemichthyidae - a la profundidad de 500 m.). La mayoría de las anguilas son depredadores.

1.4. Tipos de Anguilas

La anguila es un pez alargado, de forma similar a una serpiente, que pertenece al orden de los Anguilliformes. Hay unas 600 especies diferentes, agrupadas en unas 20 familias, incluyendo el congrio y la morena. La mayor parte de las especies miden menos de 1 m de largo, aunque algunos congrios alcanzan los 3 m y viven a profundidades de hasta 250 m, inclusive a 4000 m. o más.

Hay especies marinas y de agua dulce; sin embargo, hay especies que comparten la mitad de su vida en el mar y la otra mitad en ríos, estas pertenecen al genero *Anguilla*, y son las más importantes como alimento.

De forma natural la anguila, específicamente la europea (la más conocida), está presente en toda Europa occidental, el norte de África e incluso la cuenca del Mar Negro. Sin embargo, la especie ha sufrido reducción de su población debido a la intensa presión pesquera ejercida sobre las anguilas (anguilas juveniles) en la entrada de los ríos.

A continuación se presentan las características generales de las especies más conocidas, con la finalidad de que se pueda diferenciar

[1] Porción del Océano Atlántico situado entre las Antillas, Bermudas y Azores.

posteriormente en el análisis estadístico, a qué clase de especie se está haciendo referencia según el país evaluado.

Tabla 1.1: Clasificación de las especies de anguila

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	HABITAT	DISTRIBUCIÓN
Anguilla anguilla	Anguila europea	Aguas marinas, salinas y salobres	Europa occidental, el norte del África e incluso la cuenca del Mar Negro.
Anguilla rostrata	Anguila americana	Aguas marinas, salinas y salobres	Desde el sur de Groenlandia, a lo largo de la costa atlántica de Canadá y de los Estados Unidos, hasta Panamá.
Anguilla japónica	Anguila japonesa	Aguas marinas, salinas y salobres	Este Asiático: Desde Japón hacia el este del mar de China, que comprende Taiwán, Corea, China y el norte de Filipinas.
Anguilla australis	Anguila australiana	Aguas marinas, salinas y salobres	Localizadas al Suroeste del Pacifico: En la costa este del Australia y Nueva Zelanda.
Anguilla conger	Congrio común	Aguas marinas	En la zona Este del Atlántico: Desde Noruega e Islandia hacia Senegal. También en el Mediterráneo y Mar Negro.
Conger myriaster	Congrio del pacifico	Aguas marinas	Se localiza al Noroeste del Pacifico: Japón, Korea y el este de China.
Muroenesox cinereus	Morenocio dentón	Aguas marinas, salinas y salobres	Se ubica en la zona oeste del Pacífico.

Fuente: Sector Pesca-PROMPEX

Elaboración: Las autoras

1.5. Usos y Beneficios de este Producto

Una de las grande características de las anguilas de agua dulce (unagi) y las anguilas marinas (anguila del mar, anago) es que se utilizan para preparar deliciosos platos en especial de comida exótica en países europeos y asiáticos. Las anguilas se utilizan dentro de la cocina cantonesa, coreana y japonesa. Las anguilas europeas y otras anguilas de agua dulce se comen en Europa, los Estados Unidos y otros lugares alrededor del mundo. Un plato tradicional son las anguilas convertidas en gelatina, el cual es un plato Vasco, además de las deep-fried de anguilas jóvenes. Así estos platillos se comen tradicionalmente con aceite, guindilla, pimiento y ajos, también en revueltos, con salsas, ensaladas, en sopas o arroces.

La anguila es un pez de carne consistente, que se puede encontrar fresco o ahumado, es del tipo de las especies semigrasas con un contenido del 3 al 5% de grasa, más en unas épocas del año puede considerarse un pescado blanco.

Este animal es un producto muy vulnerable que se degrada con rapidez por lo que se debe de prestar especial atención al momento de identificar el estado en que se encuentra, así tenemos los siguientes criterios a considerar sobre el grado de descomposición, lo cual es muy importante observar al momento de hacer la selección de los mismos para la exportación o en el caso del consumidor para que pueda ser llevado a la mesa:

Tabla 1.2: Criterios de identificación

ASPECTOS A OBSERVAR	ANGUILA FRESCA	ANGUILA ALTERADA
ASPECTO EXTERNO	Limpio, brillante, piel húmeda y tersa	Seco, apagado, sin brillo
OLOR	Agradable, a mar o a río según sea	Amoniacal, hasta repugnante
OJOS	Limpios, húmedos, brillantes, pupilas convexa	Sucios, apagados, o con mucosidad, cóncavos o hundidos
AGALLAS	Rojos brillantes, con láminas bien separadas	Color rojo apagado, de oscuro a marrón, láminas pegadas, con alguna mucosidad
CARNE	Firme, bien adheridas a las espinas	Blando, fácilmente separable de las espinas, deformable al tacto
VÍSCERAS	Sin olor especial, no adheridas entre si	Mal olientes, obscuros con mucosidad

Fuente: Documento "El pescado en la Dieta", cap: Valor Nutritivo del Pescado 1

Elaborado por: Las autoras

1.5.1. Valor Nutritivo del Producto

La anguila así como todos los pescados, en general presentan un contenido calórico bajo, son buenas fuentes de proteínas de alto valor biológico, aportan vitaminas tanto hidrosolubles como liposolubles así como algunos minerales.

[1] Autores de documento "El Pescado en la Dieta": Antonio Vallarino M., Paloma Moreno P. e Ismael Ortuño S.

Su composición y por tanto su valor nutritivo está influenciado por diversas variables entre las que se encuentran: la especie, la edad, el medio en el que viven, el tipo de alimentación, la época de captura, etc. Entre sus componentes se distinguen las proteínas, los lípidos, las vitaminas, las sales minerales, el agua y de otras sustancias nitrogenadas no proteicas, algunas de ellas responsables de su olor característico.

- **Agua**

Es uno de los componentes del pescado que presenta mayor variación. Su proporción se encuentra entre un 61% (depende de la especie y de la época del año) y se suele aceptar que existe una relación inversa entre el contenido del agua y el de los lípidos totales, tal y como se observa en los siguientes porcentajes referidos a porción comestible:

Tabla 1.3: Comparación del nivel de agua y grasa entre varias especies marinas

	AGUA	GRASA
Anguila	61	26
Atún	62	16
Salmón	66	14
Caballa	68	12
Carpa	72	7
Sardina	74	5
Trucha	78	2
Rodaballo	80	1,7
Lenguado	80	1,4
Merluza	81	0,9
Bacalao	82	10,3

Fuente: Documento “El pescado en la Dieta”

Elaborado por: Las autoras

- **Proteínas**

El contenido proteico de los productos del mar presentan una media entre el 18% y 20% para lo que se puede acotar que el congelado tiene la misma riqueza proteica que el fresco.

En base a esto hay que considerar que las proteínas de todos los pescados (inclusive la anguila) son de alta calidad (contienen aminoácidos esenciales, en proporciones adecuadas; por ejemplo, con la ingesta de 200 g se cubren y superan las necesidades de treonina, valina, leucina, isoleucina, lisina y un 80% de las triptofano), siendo comparables en este sentido a las de la carne y el huevo.

- **Minerales**

Los minerales más representativos[1] según la siguiente tabla en donde se comparan con otras especies de pescados, son:

Tabla 1.4: Contenido mineral entre varias especies marinas

	SODIO	POTASIO	CALCIO	HIERRO	YODO	FÓSFORO
Arenque	100-120	300-350	50-60	Aprox. 1	0,05	200-300
Anguila	50-100	200-300	20-30	0,4-1	0,005-0,01	150-200
Atún	30-50	250-350	30-50	Aprox. 1	0,05	200-220
Bacalao	70-100	300-400	10-15	0,5-0,7	0,1-0,2	150-250
Carpa	30-50	200-400	20-50	1	0,003	200-300
Merluza	100-120	250-350	30-50	1	0,01-0,03	140-170
Salmón	30-60	300-400	50-100	2-3	0,01-0,02	200-300
Trucha	20-50	400-600	10-20	1	0,0035	200-300
Sardina	120-140	300-400	50-100	2-3	0,01-0,02	200-300
Langosta	200-300	200-400	50-80	2-3	0,1-0,5	200-400
Mejillón	250-400	200-300	20-40	5-6	0,1-0,2	200-300

Fuente: Documento “El pescado en la Dieta

Elaborado por : Las autoras

[1] Las cantidades se refieren a mg ×100 g de porción comestible.

También se encuentran otros minerales: como el yodo, fósforo, fluor, magnesio y selenio y en menores proporciones se encuentran el cobre, cobalto, cinc, etc.

- **Vitaminas**

Podemos resumir diciendo que el valor nutritivo es alto y comparable al de la carne.

En cuanto a su digestibilidad, estos permanecen poco tiempo en el estómago y se asimilan rápidamente, por lo que nos sentimos “más ligeros” cuando los ingerimos, esta buena digestibilidad se debe al bajo contenido en tejido conjuntivo.

Por último vale la pena mencionar que con respecto a los productos derivados su composición varía en comparación al alimento fresco. Ello queda puesto de manifiesto a continuación, mostrándose algunos de los componentes: proteínas (P), hidratos de carbono (HC), lípidos (L), colesterol (C), sodio (NA), así como la energía (E) (todos ellos referidos a 100 g de porción comestible) y la porción comestible (PC), los cuales se pueden compara con las otras especies del mar:

Tabla 1.5: Componentes nutricionales entre varias especias marinas

ESPECIE PISCÍCOLA	AGUA*	PROTEÍNA*	GRASA*	MINERALES*	FRACCIÓN COMESTIBLE(%)
PECES DE AGUA DULCE					
Anguila	61	13	26	1,0	70
Perca	80	18	10,8	1,3	38
Carpa	72	19	7	1,3	55
Salmón	66	20	14	1,0	64
Trucha	78	19	2	1,2	50
PECES MARINOS					
Bacalao	82	17	0,3	1,0	56
Merluza	81	17	0,9	1,1	58
Lenguado	80	18	1,4	1,1	71
Rodaballo	80	17	1,7	0,7	46
Arenque	63	17	18	1,3	67
Sardina	74	19	5	1,2	59
Caballa	68	19	12	1,3	62
Atún	62	22	16	1,1	61

*Porcentaje, referido a porción comestible.

Fuente: Documento “El pescado en la Dieta

Elaborado por : Las autoras

CAPITULO 2

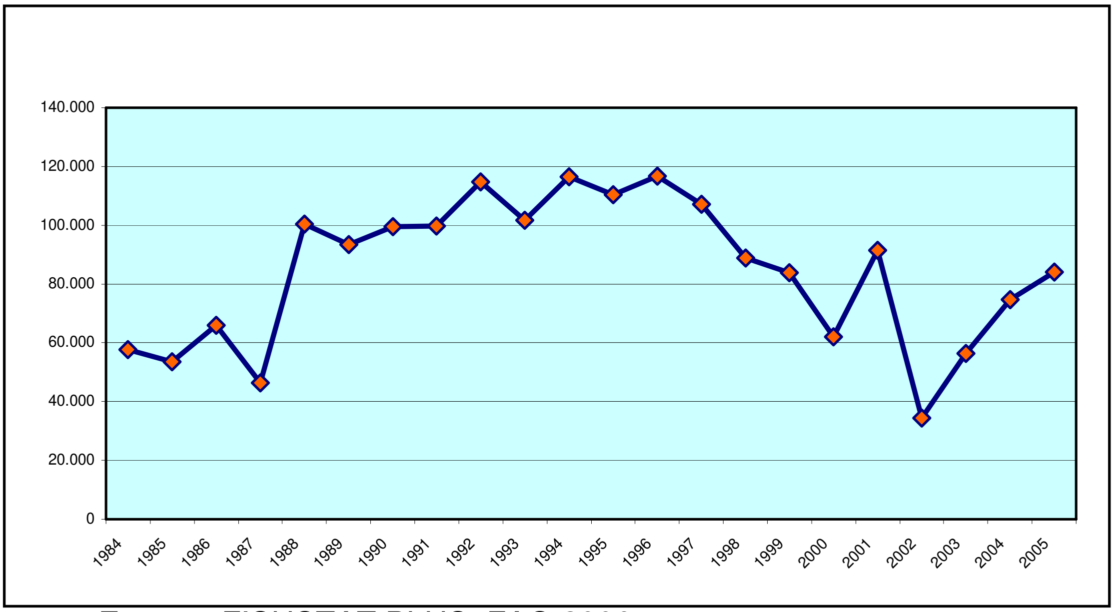
ESTUDIO SOBRE EL SECTOR Y TENDENCIA

2.1. Tendencia a Nivel Global

Tal como se dijo anteriormente, la anguila es uno de los productos de mar más apetecidos por la calidad de su carne y su sabor, por lo que ha sido considerado como un producto de altísimo nivel de exclusividad en Europa y alimento necesario en Asia de donde proviene el mayor nivel de consumo, lo cual apunta a que estos exijan cada vez un mayor volumen de este producto.

Con respecto a un análisis a nivel mundial se ha visto un repunte en la producción mundial de este producto en los últimos años, de tal forma que se puede notar un crecimiento desde el año 2002 hasta el 2005 de más del 109%, según datos de la FAO y proyecciones para este producto. Mas aunque este producto ha tenido un notable desempeño, hay que considerar que los mejores años fueron los de la década pasada en la que destacan: 1994 con una producción en toneladas de 116.386,35 y 1996 con una producción de 116.751,79 Toneladas. Para el 2005 se pudo divisar un nivel de producción estimada de 84.098,79 Toneladas a nivel mundial, cantidad muy superior a lo obtenido en los últimos años, indicando una tendencia a recuperar el nivel ofrecido en la década de los 90, tal como lo muestra el siguiente grafico:

Gráfico 2.1: Producción mundial en Tn. de todas las especies

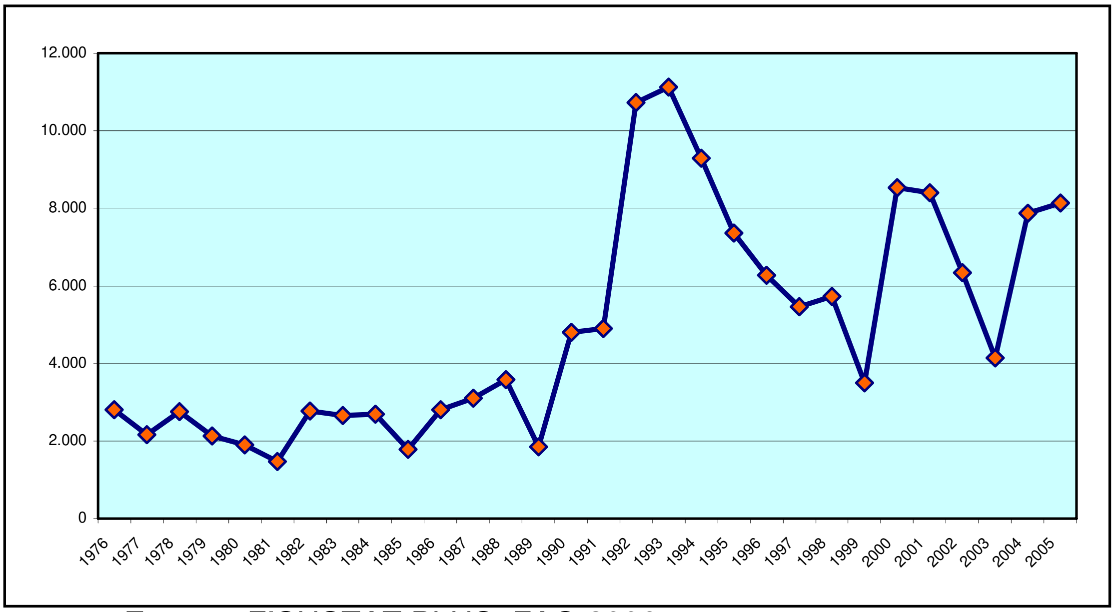


Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Así mismo se ha considerado analizar la producción de diferentes tipos de anguilas empacadas o bien llamadas commodity, las cuales han tenido una tendencia irregular dentro de los primeros años de la década pasada, teniendo un desempeño formidable pero llegando a su tope en 1993 con 11.130 Toneladas y desde ese punto descender hasta llegar a su nivel más bajo en 1999 con 3.496 Toneladas. A partir de ahí se tiene un comportamiento irregular con diversas alzas y bajas en la producción, de donde se destacan 8.139 Toneladas que para el 2005, lo cual mostró una recuperación de este producto tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.2: Total de producción de commodity de anguilas



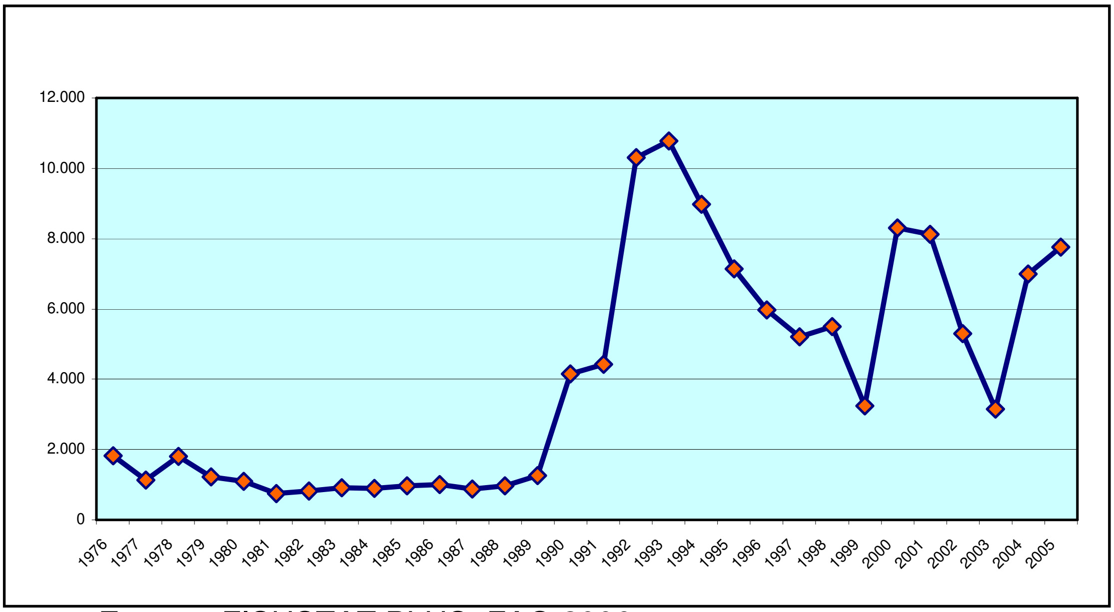
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Dentro de los productos elaborados de anguilas, están las producciones de anguila congelada y de anguila ahumada principalmente, las cuales son dos de las principales presentaciones que tiene este producto para la comercialización a nivel mundial.

Considerando esto se puede ver que la tendencia de este rubro (commodity de anguilas) está altamente relacionada con el comportamiento de la producción de las anguilas congeladas, las cuales han tenido una tendencia en donde se destaca, como el nivel más alto la producción ofrecida en el año 1993 de 10.780 Toneladas. En los últimos años sobresalen las producciones de Canadá y Taiwán que representan mas del 74% de la producción mundial. Este producto lleva un comportamiento irregular del cual se ve que en los años 2000 y 2001 la producción superaba las 8.000 Toneladas (8.308 y 8.118 Tn. respectivamente), para luego bajar hasta 3.149 Tn. en el 2003 y recuperarse en el 2004 y 2005 tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.3: Total anguilas congeladas commodity



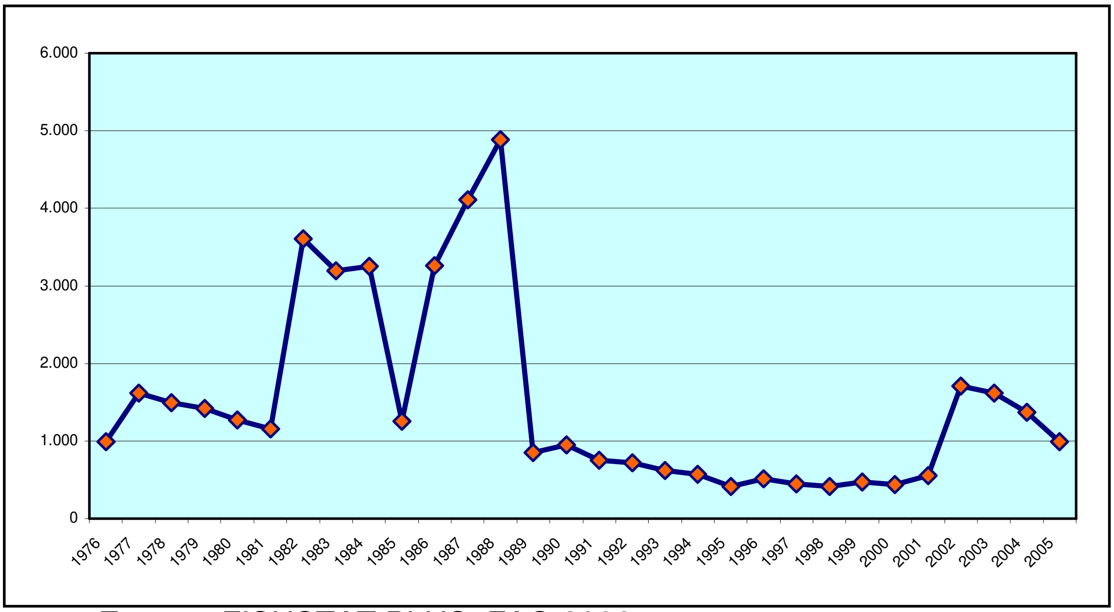
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Ahora con respecto a la producción de anguilas ahumadas, su más alto nivel fue obtenido en el año 1988 con 4.889 Toneladas, para a partir de ahí su producción decrecer considerablemente hasta llegar a 412 Tn. en el año 1995 donde fue su nivel más bajo.

Ahora con respecto a este mismo producto se ha notado una leve recuperación para el año 2002 en donde se observó una producción de 1.712 toneladas, mas esto no ha significado que la tendencia haya cambiado considerablemente, ya que para el 2003, 2004 y 2005 se observó que la producción decreció hasta 990 toneladas (el nivel más bajo de los últimos 3 años), tal como se puede observar en el siguiente grafico:

Gráfico 2.4: Total de anguilas ahumadas producidas

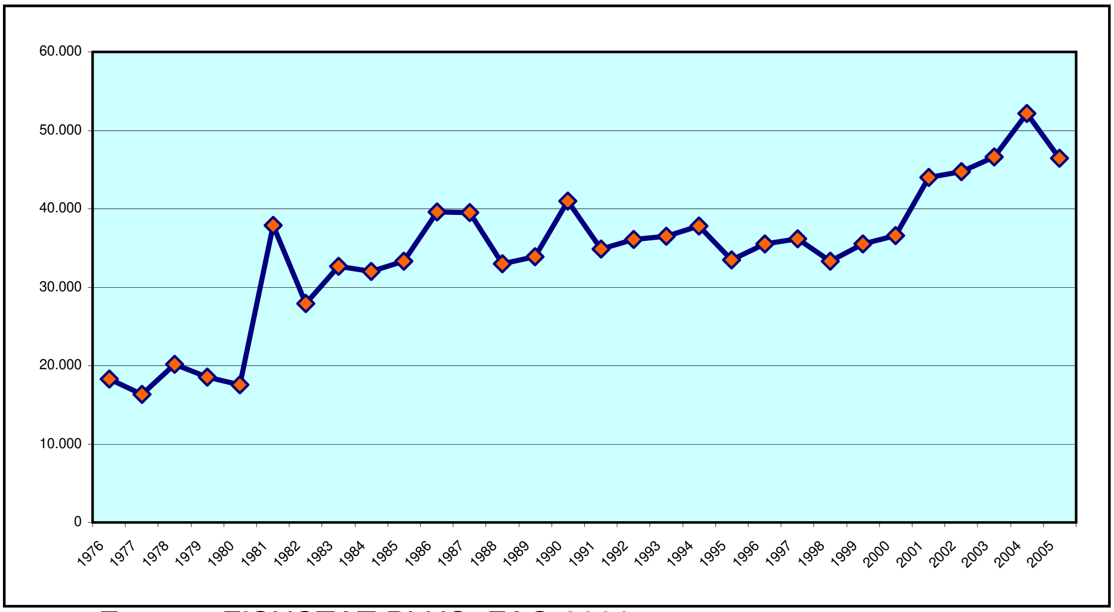


Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Ahora con respecto a las exportaciones, se tiene que éstas han mostrado un excelente comportamiento en los últimos años, de donde se desprende que ha habido un crecimiento de más del 56% al comparar los años 1998 (con 33.278 Toneladas) y el 2004 (con 52.190 Toneladas). Pero la situación fue diferente en 2005 donde las exportaciones descendieron a 46.479 Toneladas, lo que indica que si bien se mantuvieron en un alza constante, los diversos problemas que afectan a Europa por el descenso en la producción afectaron al sector y su comportamiento, tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.5: Total de anguilas exportadas

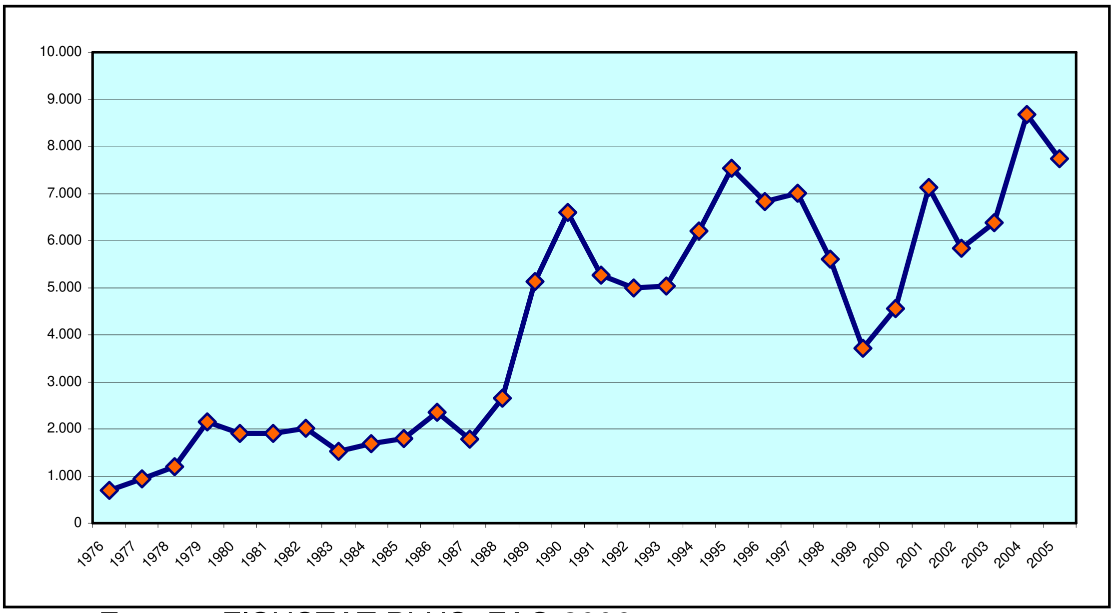


Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Ahora si consideramos las exportaciones de anguilas congeladas en nuestro análisis, tenemos que el nivel más alto fue mostrado en el año 2004 con alrededor de 8.674 Toneladas, a partir de esto una tendencia al alza que venía desde el año 2002 con 5.831 Toneladas. En el 2005 se produjo una disminución de la exportación de anguilas congeladas con 7.747 Toneladas, 10.69% menos que el año anterior, tal como se ve en la gráfica, la cual marca la tendencia de este producto desde el año 1976 al 2005.

Gráfica 2.6: Total anguilas congeladas exportadas



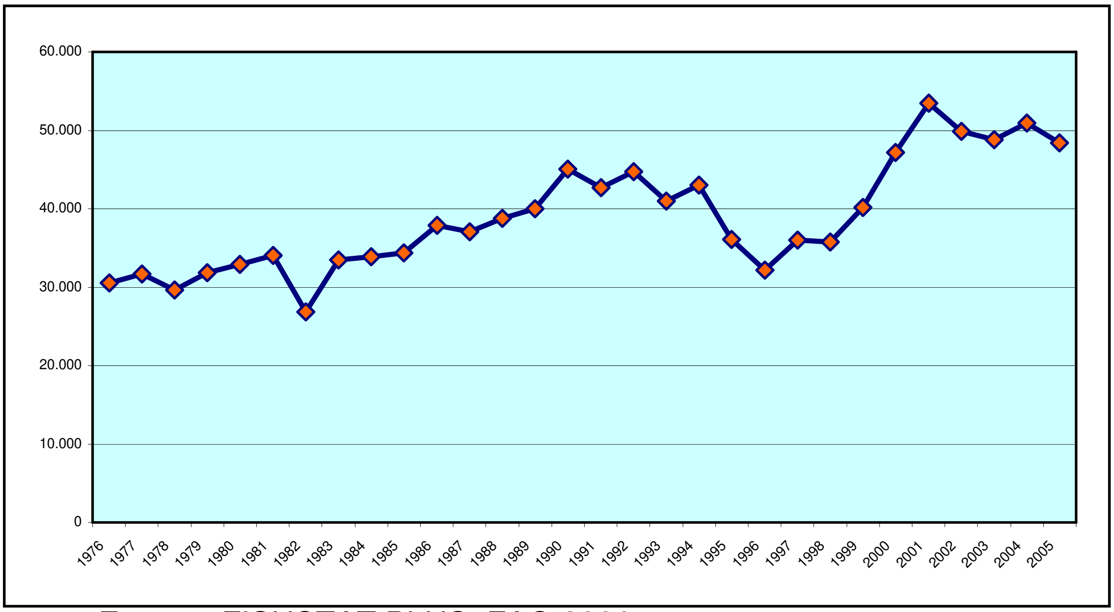
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Por el lado de las anguilas importadas, se puede ver que en la última década 1996 fue el año de menores importaciones con 32.163 Toneladas, pero a partir de ahí se ha visto una tendencia creciente en donde su punto más alto se vio en el 2001 con un volumen de 53.509 Toneladas, lo cual indicó un crecimiento del 66.37%.

Luego de eso se evidenció un estancamiento de las importaciones, pues en el año 2002 éstas bajaron a 49.867 Toneladas y ya para el 2005 se estimó una producción de 48.400 Toneladas, tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.7: Total anguilas importadas



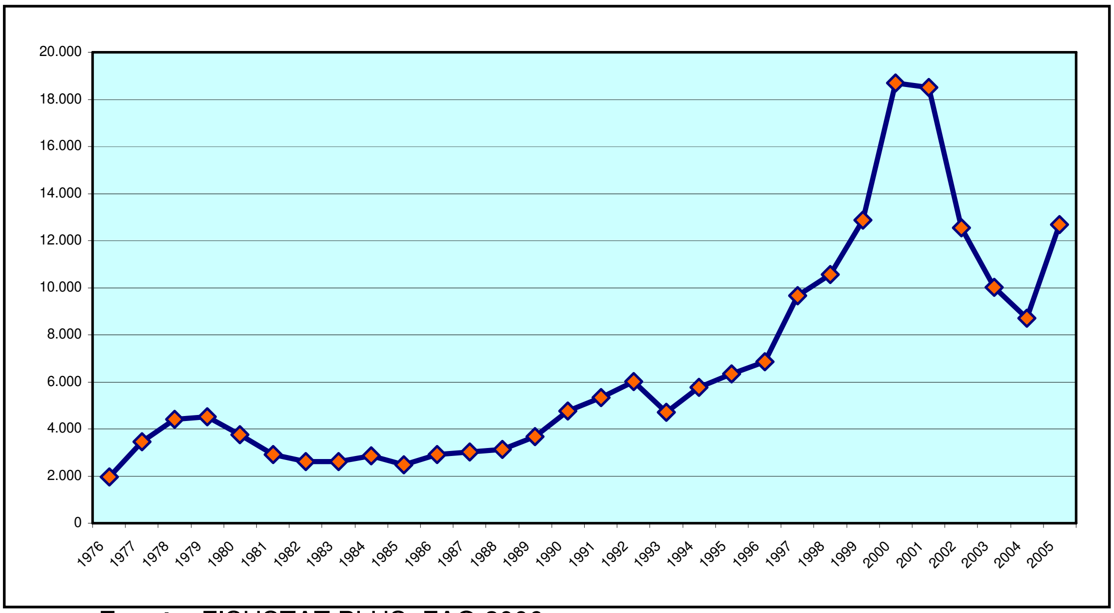
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Ahora con respecto a las importaciones de anguilas congeladas, éstas han tenido un comportamiento bastante particular, pues luego de un crecimiento de más de 7 años, donde en 1993 se evidenció un volumen de importación de 4.710 Toneladas y llegó a su nivel más alto en el año 2000 con 18.682 Toneladas mostrando un crecimiento mayor al 296% durante ese período, más luego se mostró un notable descenso hasta llegar en el 2004 a un volumen de importaciones de 8.705 Toneladas.

Ya para el 2005 se muestra un mejor comportamiento, pues se ve que existe una recuperación del 45.68%, ya que se presenta un volumen de importaciones de 12.681 Toneladas, mostrando así una mejoría de los niveles de importación de anguilas congeladas, tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.8: Total anguilas congeladas importadas



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

2.2. Contexto nacional, situación actual y tendencias

Al considerar el contexto nacional, se puede divisar que las anguilas se muestran en 3 partidas arancelarias, según el código NANDINA, de las cuales se ha podido divisar que tan solo 2 tipos son exportadas, estás son las partidas 030192 y la 030376, tal como se ve a continuación:

Tabla 2.1: Detalle de partidas en el comercio de anguila

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Autorización para Importar	Autorización para Exportar	SE EXPORTA
0301920000	ANGUILAS (ANGUILLA SPP.)	SUB-PARTIDA	KILOGRAMO Neto/Líquido (kg)	Habilitada	Habilitada	SI
0302660000	ANGUILAS (ANGUILLA SPP.)	SUB-PARTIDA	KILOGRAMO Neto/Líquido (kg)	Habilitada	Habilitada	NO
0303760000	ANGUILAS (ANGUILLA SPP.)	SUB-PARTIDA	KILOGRAMO Neto/Líquido (kg)	Habilitada	Habilitada	SI

Fuente: Código NANDINA

Elaborado por : Las autoras

A partir de esto y según informes recientes presentados por la FAO y el BCE con respecto al Ecuador sobre este tema, se ha podido divisar que las más altas demandas de la anguila corresponde a la presentación de la anguila congelada (P.A. 030376), las cuales no provienen del cultivo sino a partir de la pesca artesanal, en especial de dos compañías empacadoras posicionadas una en la península de Santa Elena cantón Salinas y la otra en la provincia de Manabí cantón Montecristi. Estas empresas son:

- **PACIFICO SUR S.A. CIFSURPAC**
  Ruc: 0992347783001
  Dirección: Cantón Salinas, provincia del Guayas, Av. 51 entre calle 57 y 58, sector Santa Rosa
  Telf: 04-2930824
  Fax: 04-2930824
  E-mail: pacifico_sur@hotmail.com
  Contacto: Sr. Nhan Jhoil, Gerente General
  Mercado: Corea del Sur

Producto: ANGUILAS

Partida: **03**01920000, **03**04209000

- **PESNUSAN CIA. LTDA**

  Ruc: 1390143024001

  Dirección: Cantón Manta, provincia de Manabí, Km 7.5 vía MANTA-MONTECRISTI

  Telf: 05-2920838 / 2924104

  Fax: 05-2924091/107

  E-mail: pesnusan@hotmail.com, sakanapez@hotmail.com, pesnusan_rosa@hotmail.com

  Contactos: EC. Nerio Núñez Santana, Gerente General; Sr. Richard Alai, Jefe de contabilidad y exportaciones.

  Mercado: ESTADOS UNIDOS

  Productos:

  - ✓ PESCA BLANCA (WHITE FISHERY)

    Partida: 0300000000, 0302000000, 0303000000, 0304000000
  - ✓ ALBACORA

    Partida: 0302310000
  - ✓ TIBURÓN RABON FRESCO ENTERO

    Partida: 0302650000
  - ✓ FILETE FRESCO PICUDO

    Partida: 0340100000
  - ✓ FILETE CONGELADO ALBACORA

    Partida: 0304209000
  - ✓ ANGUILA (EEL)

    Partida: 0303760000

Así se tiene que para el 2005 con respecto a la partida No 030376 se exportaron 23 Toneladas, por un valor FOB de 4.6 miles de dólares. Estas exportaciones fueron colocadas en el Perú, donde se empacaron y enviaron a los países asiáticos. Cabe mencionar que las costas ecuatorianas son ricas en este tipo de especie, por lo que se considera una oportunidad única para colocar este producto en los países asiáticos, que son los de mayor consumo, ya que como se ve estos no han sido explotados ampliamente (nótese que en años anteriores no se registra historial sobre exportaciones en esta partida).

Tabla 2.2: Exportaciones ecuatorianas de anguila por año por países

PARTIDA	PAIS	2000 TN	2000 FOB (MILES USD)	2001 TN	2001 FOB (MILES USD)	%VARI 2001/ 2000	2002 TN	2002 FOB (MILES USD)	%VARI 2002/ 2001	2003 TN	2003 FOB (MILES USD)	%VARI 2003/ 2002	2004 TN	2004 FOB (MILES USD)	%VARI 2004/ 2003	2005 TN	2005 FOB (MILES USD)	%VARI 2005/ 2004	%VARI 2005/ 2000
0303760000	PERU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23.00	4.60	0	0
0303760000	USA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.02	0.10	0	0	0	-100	0
		0.00	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.02**	**0.10**	**0.00**	**23.00**	**4.60**	**4,500**	**0.00**

PARTIDA	PAIS	2000 TN	2000 FOB (MILES USD)	2001 TN	2001 FOB (MILES USD)	%VARI 2001/ 2000	2002 TN	2002 FOB (MILES USD)	%VARI 2002/ 2001	2003 TN	2003 FOB (MILES USD)	%VARI 2003/ 2002	2004 TN	2004 FOB (MILES USD)	%VARI 2004/ 2003	2005 TN	2005 FOB (MILES USD)	%VARI 2005/ 2004	%VARI 2005/ 2000
0301920000	COREA DEL SUR	0	0	0	0	0	0.02	0.03	0	0	0	-100	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0301920000	JAPON	0	0	0	0	0	0.18	0.46	0	0	0	-100	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		0	0	0	0	0	**0.20**	**0.49**	0	0	0	**-100**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Las autoras

La producción del país por este concepto es marginal, no con ello que se deba creer que el Ecuador no es suficiente para suplir una demanda como la asiática, como actualmente lo está haciendo el Perú, el cual es considerado como el 7mo proveedor de China en anguilas por concepto valor y el 6to en volumen, lo cual indica que si se procede con una estrategia eficaz el país puede convertirse en un importante actor de este sector.

La oportunidad que se tiene actualmente, es inmejorable ya que se mantiene la opción de proponer un proyecto que explote un recurso que actualmente no esta siendo aprovechado y que tan solo es exportado por dos empresas del país, así mismo se tiene la oportunidad de explotar un recurso altamente rentable en su comercialización, con un alto consumo en los países asiáticos y que además existen los medios suficientes para surtir una potencial demanda, lo cual crea una ventaja competitiva dentro de este sector ya que se aprovecharía la coyuntura actual de escasez en los países Europeos y Norteamericanos para posicionar a la empresa a nivel internacional con un producto que sea aceptado en el mercado y que cumpla con los requerimientos de los compradores.

2.3. Oportunidades y Mercados Potenciales

A partir del análisis realizado anteriormente, se tiene que se ha encontrado un gran potencial comercial en los mercados asiáticos, ya que estos debido a su gran demanda por este tipo de productos y además si se considera que los exportadores europeos están disminuyendo su producción y por ende su exportación hacia Asia, se ve que ante una disminución de la oferta y una demanda en constante aumento, existe una oportunidad de ingresar con una producción de anguilas, especializándonos en filetes de anguilas congeladas que es una de las variedades de mayor demanda es esos países.

Como antecedente se puede ver que actualmente China se ha considerado como uno de los más grandes productores de anguila, abarcando aproximadamente el 70% de la producción global, lo cual implica que también es el mayor exportador de anguila congelada. Así mismo también se coloca como un gran importador, habiendo registrado una creciente tendencia en esta década (más del 100% entre 1996 y el 2001), lo cual significa un fuerte mercado para nuestras exportaciones.

Frente a esto hay que considerar que la región asiática es el mayor mercado para la anguila congelada y a donde se deberían enfocar nuestras exportaciones, mas cabe indicar que así mismo se nota una oportunidad en los mercados norteamericanos debido a que las características de nuestro producto es muy aceptado en estos países (USA y Canadá), por lo que posteriormente no se debería descartar expandir la comercialización hacia estos países.

Dado tal escenario se tiene que es necesario efectuar un análisis exhaustivo de estos mercados potenciales, ante lo cual se considerará principalmente a los países asiáticos como son China, Corea del Sur y Japón, que se constituyen en los mayores consumidores de este producto en el mundo debido a que forman parte sustancial de sus platos típicos y comidas. Ante esto se ofrecerá un perfil económico, demográfico y potencial comercio de dichos países, así como facilidades comerciales, acuerdos y clientes potenciales que podrían comprar nuestro producto de tal forma que este se pueda colocar fácil y óptimamente.

2.4. Análisis de los Mercados Potenciales: Aspectos Generales, Demográficos, Comerciales y Regulatorios

2.4.1. China

Figura 2.1: Bandera de China

2.4.1.1. Características Generales

2.4.1.1.1. Situación Geográfica

Asia al este, al oeste el océano pacifico, limita con 14 países que son: Corea del Norte, Mongolia, Rusia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Afghanistan, Pakistan, India, Nepal, Buthan, Myanmar o Burma, Laos y Viet Nam.

2.4.1.1.2. Área Total

China se extiende en un área de 9.596.960 Km^2 (incluye mar territorial).

2.4.1.1.3. Capital

La capital de China es Beijing (Pekín).

2.4.1.1.4. Ciudades Importantes

Entre las ciudades principales de China se cuentan: Shangai, Beijing, Tianjin, Wuhan, Shenyang, Guangzhou, Dalian, entre otras.

2.4.1.1.5. Gobierno

La Constitución vigente rige desde el 4 de diciembre de 1982 (la cual ha sido modificada). La forma de gobierno de China es socialista. Existe un Jefe de Estado y un Jefe de Gobierno. El Poder Ejecutivo reside en el Consejo de Estado, encabezado por el Primer Ministro, aun cuando el control real lo ejerce el Comité Permanente Central del Politburó, junto con el Congreso Popular Nacional.

2.4.1.1.6. Recursos Naturales

Tienen destacada importancia las actividades agrícola y ganadera, con la producción de arroz, trigo, porcinos, vacunos y búfalos. El sector de la pesca también es representativo por su producción exportable. En el ámbito minero, este país posee carbón (hulla), hierro, mercurio, petróleo, tungsteno, antimonio, magnesio, molibdeno, plomo, zinc, uranio, reservas de hidrocarburos y gas natural.

2.4.1.1.7. Clima

El clima de China se caracteriza por ser extremadamente diverso, tropical en el sur a subártico en el norte.

2.4.1.1.8. Moneda

La moneda oficial de China es Yuan o Renminbi.

2.4.1.1.9. Idioma Oficial

Mandarin (PUTONGHUA).

2.4.1.1.10. Población

El número de habitantes en China es 1.306.313.812 (estimado Julio 2005).

2.4.1.2. Economía

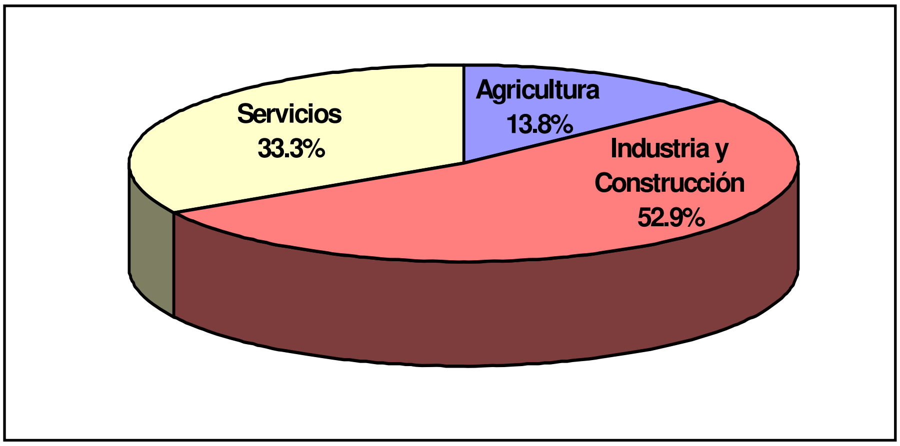
Tabla 2.3: Producto Interno Bruto de China (PIB) (billones de dólares)

Años	2001	2002	2003	2004	2005
Valor	5,374.93	5,917.21	6,573.99	7,334.25	8,091.85
Crecimiento %	7.50%	8.30%	9.30%	9.50%	8.50%

Fuente: CIA World Factbook[1]

Elaborado por: Las autoras

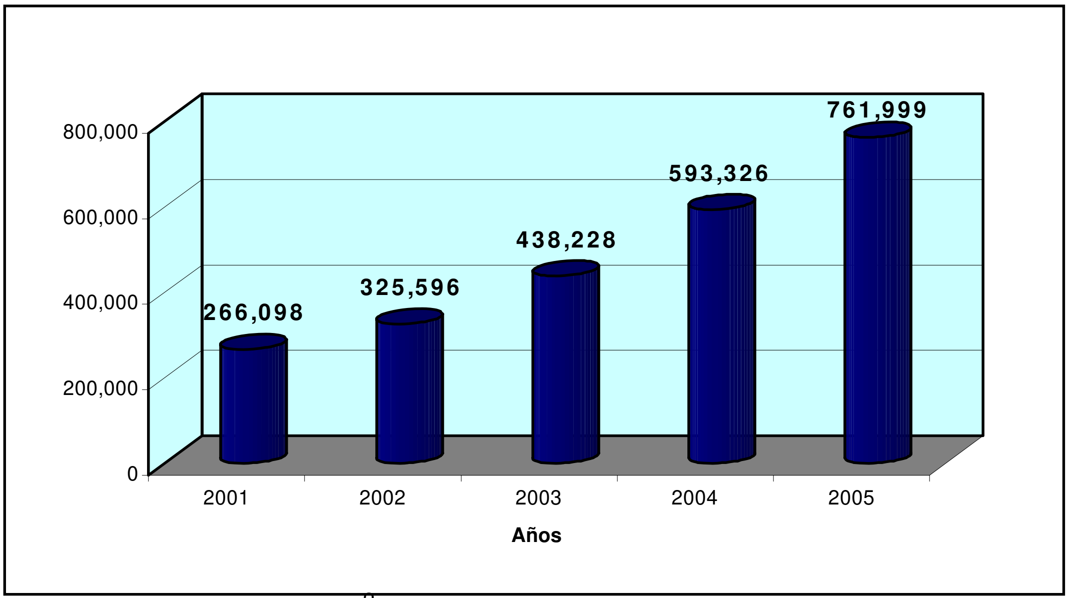
Gráfico 2.9: PIB de China por sector y su participación – Año 2005



Fuente: Centro de Investigaciones Comerciales (CIC) de la CORPEI

Elaborado por: Las autoras

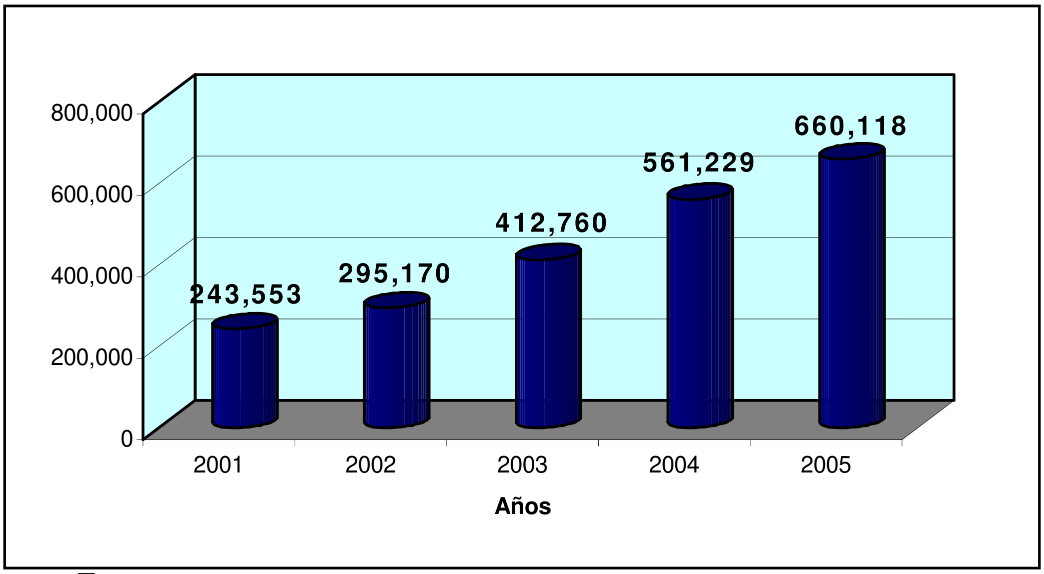
Gráfico 2.10: Exportaciones Totales de China (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org[2]

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2.11: Importaciones Totales de China (millones de dólares)



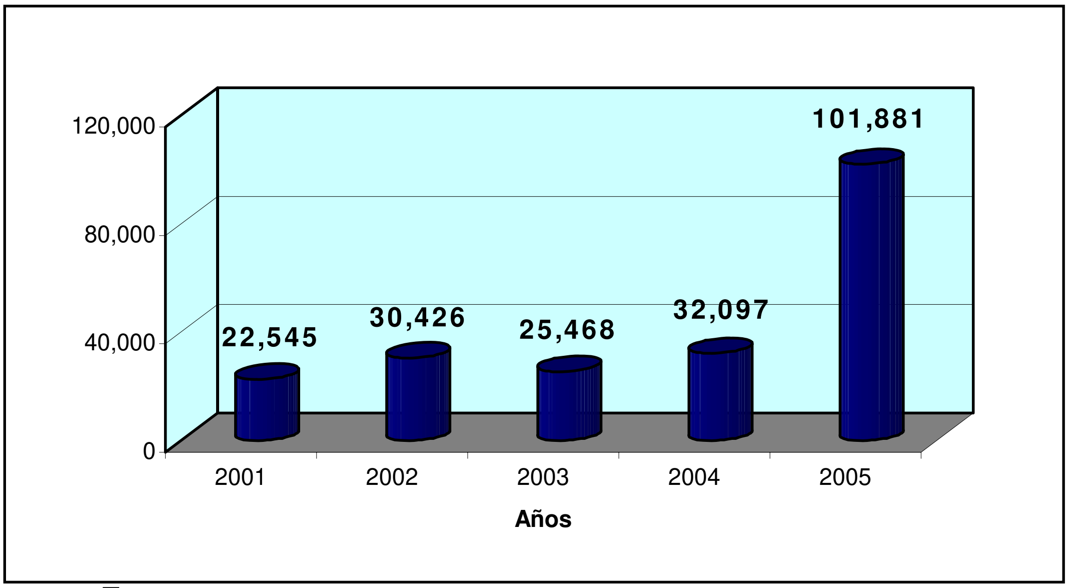
Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

---

[1] Libro mundial de sucesos del Centro de Inteligencia Americana
[2] WTO: World Trade Organization →Organización Mundial de Comercio

Gráfico 2.12: Saldo Comercial de China (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

2.4.1.3. El Mercado de China

Tabla 2.4: Balanza Comercial Ecuatoriana – China (miles de dólares)

Años	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones	58,151.50	6,899.16	14,685.67	13,721.88	49,553.53	7,126.80
Importaciones	65,510.79	128,338.66	192,633.79	267,697.61	399,868.42	543,211.24
Balanza Comercial	**-7,359.29**	**-12,1439.5**	**-17,7948.12**	**-25,3975.73**	**-35,0314.89**	**-53,6084.44**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

La Balanza Comercial Ecuatoriana-China en estos últimos cinco años ha presentado resultados negativos. En el 2005 hubo una disminución del 85,62% en las exportaciones a China comparadas con el 2004, sin embargo el aumento de las importaciones en un 14,38% del mismo período arrojan un resultado de la Balanza Comercial con el aumento del déficit en un 53,03%.

China importa productos industriales, pesqueros, agroindustriales y tecnología del mundo mientras que Ecuador puede exportar una amplia gama de productos. Pero cabe destacar que para lo que va del 2006 las principales importaciones que se realizaron de China fueron: equipos de transporte, calzados, cerámicas, tecnología, etc.

Como consecuencia del levantamiento de cuotas a ciertos productos, entre los que se incluyen el crudo y sus derivados, las exportaciones de este producto al país asiático aumentaron considerablemente. Los principales productos que exportamos a China en el 2006 fueron: aceites crudos de petróleo, botones de tagua, banano, madera, camarones y langostinos, aletas de tiburón y vísceras de animales.

Tabla 2.5: 10 Principales productos que Ecuador importa de China Enero-Febrero 2006

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2006 VALOR FOB (MILES USD)	2006 VALOR CIF (MILES USD)	%
8711200090	Los demás motocicletas (incluidos los ciclomotores) y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él. Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 50 cm3 pero inferior o igual a 250 cm^3.	3,381.20	3,912.52	4.63
8517500000	Demás aparatos de telecomunicación por corriente portadora o telecomunicación digital	2,197.94	2,215.03	2.62
6402990000	Calzado con suela y parte superior (corte) de caucho o plástico, excepto que cubran el tobillo	1,075.20	1,256.24	1.49
3808309000	Herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento de las plantas, presentados en otras formas	1,082.22	1,148.86	1.36
3923100000	Cajas, cajones, jaulas y artículos similares, de plástico	884.32	1,088.98	1.29
8802309000	Demás aviones y aeronaves, de peso en vacío, superior a 2.000 kg, pero inferior o igual a 15.000 kg.	991.70	1,034.43	1.23
8521900000	Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (videos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado, excepto de cinta magnética	972.92	1,004.71	1.19
3808209000	Fungicidas presentados en otras formas, excepto a base de compuestos de cobre	941.89	967.29	1.15
8417802000	Hornos para productos cerámicos	765.06	961.69	1.14
6907900000	Demás baldosas y losas de cerámica, para pavimentación o revestimiento, sin barnizar, ni esmaltar, y demás cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos, sin barnizar ni esmaltar, incluso con soporte	646.69	922.95	1.09

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

Tabla 2.6: 10 Principales productos que Ecuador exporta a China Enero-Junio 2006

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2006 VALOR FOB (MILES USD)	%
2709000000	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	75,740.01	91.11
7404000000	Desperdicios y desechos, de cobre	4,244.71	5.11
7602000000	Desperdicios y desechos, de aluminio	942.03	1.13
2301201000	Harina, polvo y pellets de pescado, impropios para la alimentación humana	448.95	0.54
7204300000	Desperdicios y desechos, de hierro o de acero estañados	316.22	0.38
4407240000	Maderas tropicales aserradas o desbastadas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas o unidas por entalladuras múltiples, de espesor superior a 6 mm, de Virola, Mahogany (Swietenia spp.), Imbuia y Balsa	296.50	0.36
2301209000	Harina, polvo y pellets, de crustáceos, moluscos o de otros invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana	285.00	0.34
9606301000	Formas para botones y demás partes de botones; esbozos de botones, de plástico o de tagua (marfil vegetal)	206.28	0.25
4106910000	Los demás cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o "crust", incluso divididos pero sin otra preparación en estado húmedo (incluido el "Wet-Blue")	164.71	0.20
3915900000	Desechos, desperdicios y recortes, de los demás plásticos	162.42	0.20

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

2.4.1.4. Canales de Distribución

China tiene 15 zonas francas (FTZ)[3] a nivel nacional. Están en Dalian (provincia de Liaoning); Futian, Guangzhou, Shantou, Shatoujiao, Ilantina y Zhuhai (todas en la provincia de Guangdong province); Fuzhou y Xiangyu (provincia de Fujian); Haikou (provincia de Hainan); Ningbo (provincia de Zhejiang); Qingdao (provincia de Shandong province); Tianjin (provincia de Tianjin); Waigaoqiao (municipalidad de Shanghai); y Zhangjiagang (provincia de Jiangsu).

[3] FTZ: Free Trade Zone → Zona de Libre Comercio

Para atraer a compañías extranjeras de comercio y finanzas, todas las zonas francas ofrecen importación y almacenamiento de productos y materiales libres de impuestos. Algunas compañías están comenzando a ofrecer espacios para oficinas manejadas por compañías extranjeras.

China también ha permitido la creación de zonas de procesamiento de exportaciones (EPZs)[4] desde el 2000, como una especie de área geográfica que ofrece incentivos especiales. Para mantener el control sobre la expansión de estas zonas, el gobierno decretó que estas zonas sean establecidas solamente dentro de zonas de desarrollo económico y tecnológico existentes.

Actualmente hay 25 zonas EPZs: Chengdu (provincia de Sichuan); Chongqing (municipalidad de Chongqing); Dalian (provincia de Liaoning); Guangzhou y Shenzhen (provincia de Guangdong); Hangzhou y Ningbo (provincia de Zhejiang); Hohhot (región interna de Mongolia); Huichen (provincia de Jilin); Jinqiao y Songjiang (municipalidad de Shanghai); Kunshan, Nantong, Suzhou y Wuxi (provincia de Jiangsu); Qinhuangdao (provincia de Hebei); Tianjin (provincia de Tianjin); Tianzhu (municipalidad de Beijing); Weihai y Yantian (provincia de Shandong); Wuhan (provincia de Hubei); Wuhu (provincia de Anhui); Xiamen (provincia de Fujian); Xian (provincia de Shaanxi); y Zhengzhou (provincia de Henan).

La diferencia principal entre FTZs y EPZs es que los productos enviados por compañías chinas fuera de EPZs a compañías dentro de ellas son tratados como si fueran exportaciones, de acuerdo a las medidas provisionales en supervisión aduanera en los EPZs, promulgado por la administración general de aduanas el 24 de mayo del 2000. En términos prácticos, estos medios por los cuales la compañía vendedora fuera de EPZ es elegible para reembolsos de exportación, y la compañía compradora dentro de EPZ está exenta del pago de cualquier impuesto al valor agregado por las compras. Sin embargo, la administración estatal de impuestos, en regulaciones publicadas el 26 de octubre del 2000, estableció que compañías fuera de EPZ no están exentas de reembolsos y excepciones si ellos venden maquinaria importada o productos para el consumo diario para uso de las compañías dentro de las zonas.

El Ministerio de Comercio (MOFCOM) expidió regulaciones el 21 de marzo del 2001 sobre EPZs, que incluyen reglas detalladas en la aplicación de procesos para compañías que deseen establecer negocios de procesamiento de exportaciones en ellas. En sus aplicaciones, las compañías deben describir la naturaleza de las expectativas de sus negocios en detalle, incluyendo los artículos que pretender importar y los productos finalizados que pretenden exportar. Una notificación de MOFCOM, la Administración General de Aduanas y otras agencias de gobierno el 22 de julio del 2002 apuntaron a prevenir el crecimiento excesivo de EPZs. Señalaron que las EPZs pueden ser establecidas solamente dentro de zonas de desarrollo económico o comercial existentes y deben obtener una aprobación previa del Consejo de Estado.

2.4.1.5. Tendencias de Consumo

El gobierno chino ha realizado grandes esfuerzos para aumentar el consumo interno como un contrapeso para la excesiva dependencia en las exportaciones e inversión extranjera como conductores de la economía. Ha intentando aumentar el consumo mediante algunos medios, incluyendo algunos aumentos en los salarios de empleados gubernamentales.

El consumo privado se elevó al 6% en el 2003. Y para el 2004 y 2005 el crecimiento fue del 7.8%. Con el gran cambio de China de una sociedad económica principalmente agrícola a una industrial se dio un cambio

---

[4] EPZ: Export Procesing Zone → Zona de Proceso de Exportación

profundo en las tendencias de consumo. Por ejemplo, los consumidores chinos ahora exigen un mayor nivel de procesamiento en sus alimentos; la apertura de la propiedad privada doméstica originó un auge en nuevos complejos habitacionales.

El gran crecimiento demográfico en China ha ocasionado un constante aumento de la demanda de petróleo y de otros productos alimenticios. El Ecuador puede encontrar en China un mercado interesante a explotar con productos alimenticios, ya que este se considera el más grande del mundo. Sin embargo, según IIASA[5] las preferencias alimenticias de los chinos están cambiando rápidamente.

En la actualidad el consumo de carnes ha disminuido bastante (gracias al incremento de precios y el temor a las carnes con grasas) mientras hay una tendencia cada vez mayor por la diversificación de la dieta. El consumo de vegetales, frutas, azúcar, huevos, y productos lácteos ha aumentado rápidamente, mientras el consumo de tubérculos y raíces ha disminuido. Se espera que la dieta china se acerque cada vez más a la de otros países desarrollados de Asia.

2.4.1.6. Requisitos de Importación

A partir de Enero del 2004, las categorías de los productos sujetos a controles de importación fueron reducidas a 5, los que cuentan con 123 códigos de productos de ocho cifras HS arancelarias. Cuotas de importación en derivados del petróleo, caucho natural, neumáticos y ciertas partes para vehículos han sido levantadas desde el comienzo del 2004.

A parte de licencias de importación, algunos productos son sujetos también a otros controles pendientes de aprobación de importación,

---

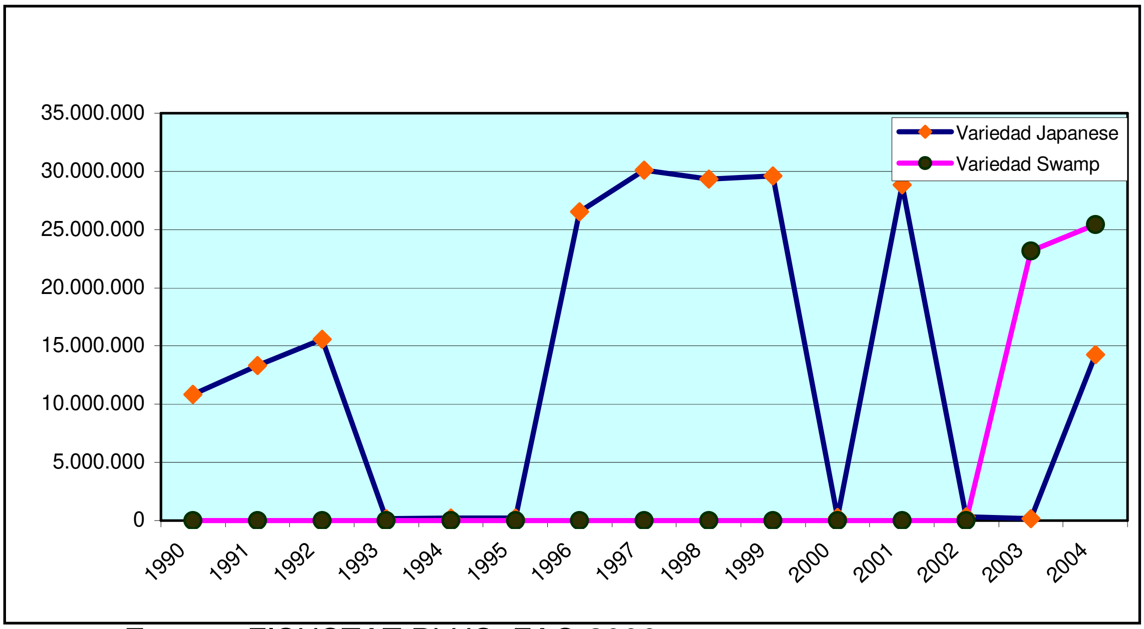
[5] IIASA: International Institute for Applied System Analysis → Instituto Internacional de Análisis de Sistemas Aplicados.

certificados de importación, permisos de importación, prohibiciones de importación, inspecciones de importación, registro de importación, cuota y tasas tarifarias, cuotas absolutas y controles anti-dumping. China aplica ciertos controles de importación a los que puede remitirse en el ANEXO 1.

2.4.1.7. Comercio y Producción de anguilas en china

Con respecto a China, se ha podido ver que históricamente la producción de este país estuvo dividida entre 2 variedades de anguilas (Japanese y Swamp "Pantano"), de donde se ha destacado la primera aunque con un comportamiento irregular en esta última década. Con respecto a la variedad Swamp "Pantano", se ha visto que históricamente ésta no ha sido importante, mas se ha desarrollado en los últimos años, a partir de esto se puede ver que China es uno de los principales productores de anguilas en el mundo, tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.13: Producción de dos variedades de anguilas en China



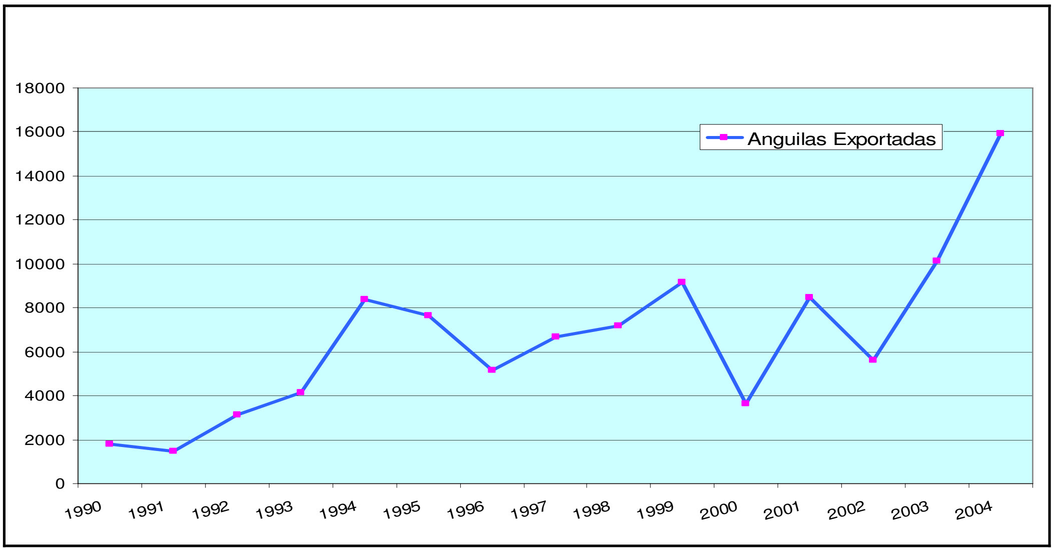
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Nótese el comportamiento irregular que ha tenido la variedad Japonesa, de donde se ve que en los años 1993, 1994 y 1995 la producción ha sido casi nula, pero para el año 1996 ascendió hasta llegar inclusive a los 26.516.808 Tn., lo cual impulso la producción para los años posteriores, donde su mejor año fue 1997 con una producción de 30.097.404 Tn. Para el año 2000 la producción en China de esta variedad de anguilas bajó considerablemente llegando a niveles de 289.332 Tn para luego en el año siguiente recuperarse y obtener una producción de 28.819.409 Tn. Finalmente los años 2002 y 2003 la producción de anguilas volvió a bajar y luego recuperarse levemente en el 2004 ofreciendo una producción de 14.251.002 Tn.

Ahora con respecto a la variedad de anguilas tipo Swamp "Pantano", se puede observar que durante toda la década pasada y los primeros años del 2000, la producción fue nula, mas para los años 2003 y 2004, se ha visto una interesante producción de este variedad, presentando producciones de 23.187.106 Tn. y 25.431.503 Tn. respectivamente. Sin embargo si hacemos una comparación con respecto a las exportaciones que realiza China se puede ver que las exportaciones de anguilas han tenido un importante repunte en los últimos años, tal como se ve a continuación:

Gráfico 2.14: Exportaciones de anguilas por parte de China



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

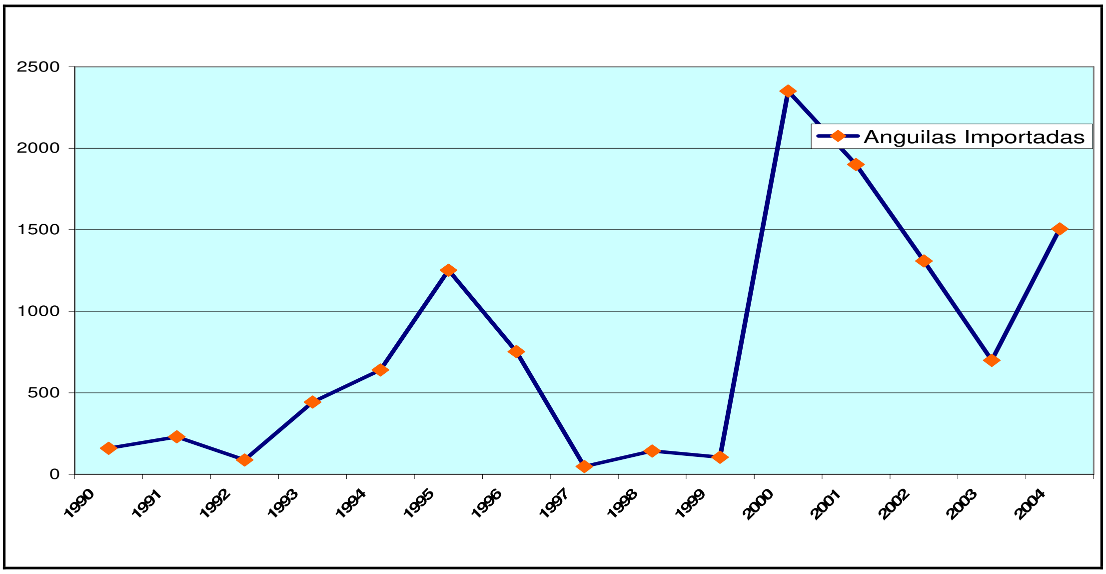
Elaborado por: Las autoras

Se puede ver que las exportaciones en el año 1991 decrecieron en un 18% con respecto a 1990 recuperándose en los años 1992 en donde se exportaron 3.125 Toneladas, a partir de ese año hasta 1994 se pudo constatar un crecimiento promedio del 81.6% con respecto al año 1990 ,desde 1995 hasta 1999 se ha tenido un crecimiento promedio del 4.83% .

Para el año 2000 las exportaciones chinas de anguilas congeladas fueron de 3.650 Toneladas, para el año 2001 de 8.478 Toneladas , para el 2002 las exportaciones disminuyeron con respecto al año anterior en 2.874 Toneladas pero para el 2003 estas aumentaron a 10.108 Toneladas y en el 2004 llegaron a su punto máximo con 15.972 Toneladas, lo que representó un aumento de más de 184% con respecto al 2002 y de 57.8% con respecto al 2003, indicando así una tendencia al alza sobre este tipo de exportación.

China ocupa el primer lugar en términos de volumen como mercado de destino a nivel mundial lo cual lo podremos apreciar a continuación:

Gráfico 2.15: Importaciones de anguilas por parte de China



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Las importaciones de anguila congelada para el año 1990 fueron de 160 Toneladas en 1991 están se incrementaron en un 43.75% por lo que se puede constatar que existió escasez del producto en ese año dado el análisis de las explotaciones ,durante esta década el año en que repuntaron las importaciones fue 1995 dado que crecieron en un 95.62% con respecto a su año anterior, existió un gran decrecimiento de las importaciones durante los años 1997-1999, a partir del cual se registró un fuerte crecimiento, pasando a importar de 104 Toneladas en 1999 a 1.308 Toneladas en el 2002.

Cabe resaltar, que en el 2000, las importaciones mostraron un pico de 2.351 Toneladas a partir de ahí se vio un descenso en las importaciones hasta el año 2003 en donde descendió más del 71% con lo que llegó a 699 Tn. Luego hubo un repunte para el año 2004 con lo que se ubicó en 1.506 Tn . importadas las que sufrieron después una caída del 51% en el 2002. Cabe mencionar que desde el año 1990 al 12004 se han importado alrededor de 11.623 Tn.En cuanto a sus principales proveedores, los países que lo conforman son Corea del Sur, Indonesia, Perú y Japón.

2.4.1.8. Acuerdos Comerciales

El 2003 es un año extraordinario para China, en el cual el país hizo logros importantes en su reforma, modernización y apertura. Desde entonces el gobierno chino ha ido disminuyendo paulatinamente sus tasas tarifarias. Por ejemplo en el 2004 redujo voluntariamente su promedio del 11% al 10.4%, y en el 2005 se ubicó en el 10%. Se estima que para el 2007, la tasa tarifaria promedio de productos agrícolas irá del 18.1% al 16.8%, la tasa tarifaria promedio para productos industriales bajará del 11.4% al 10.3%, la tasa tarifaria promedio para automóviles bajará al 25%, y las partes de automóviles al 10%.

El gobierno chino añadió dos nuevos programas tarifarios preferenciales en el 2004: la zona ASEAN[6] de libre comercio y las tasas tarifarias CEPA[7]. Hay en total seis tipos de preferencias basadas en países que china provee:

- Tarifas a las Naciones Más Favorecidas (MFN)
- Las tasas tarifarias interinas del MFN
- Las tasas tarifarias del Acuerdo de Bangkok
- Las tasas tarifarias preferenciales especiales
- Las tasas tarifarias a la zona ASEAN de libre comercio
- Las tasas tarifarias CEPA

Las tasas tarifarias MFN se conceden a todos los miembros de la Organización Mundial de Comercio (WTO) y a los países que mantengan tratados bilaterales de preferencias tarifarias con China. Las tasas tarifararias interinas del MFN son aplicables únicamente a los productos que se originen y sean importados de los países elegibles para la tasa tarifaria MFN. Actualmente hay un total de 185 países que son elegibles para MFN y MFN interino.

Las tasas tarifarias del acuerdo de Bangkok son aplicables a productos que sean originarios de Corea del Sur, Sri Lanka, Bangladesh, Laos e India basados en el Acuerdo de Negociaciones Comerciales entre los países miembros en desarrollo de la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico. De acuerdo al Tratado Preferencial de Comercio entre China y Pakistán que fue oficialmente firmado el 3 de noviembre del 2003, el mismo tratamiento del Acuerdo de tasas tarifarias es concedido a Pakistán a todos los productos de tal acuerdo efectivo desde el 1ero de enero del 2004.

---

[6] ASEAN: Association of Southeast Asian Nations → Asociación de Naciones del Sureste Asiático

[7] CEPA: Closer Economic Parthership → Arreglo de Sociedades de Economías Cerradas

Las tasas tarifarias de la zona ASEAN de libre comercio son aplicables a más de 500 productos, en su mayoría agrícolas, que son originarios de Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapore, Thailand, y Vietnam. Ya que el programa está basado en diferentes acuerdos bilaterales, las tasas tarifarias varían con respecto a los diferentes países miembros tanto como a las categorías de los productos.

Tasas tarifaras preferenciales especiales se componen de dos partes: hay 20 productos que son originarios e importados de Bangladesh que están sujetos a las tasas tarifarias preferenciales especiales bajo el tratado de Bangkok. En adición a la estructura del área de libre comercio ASEAN, algunos productos originarios e importados desde Laos, Cambodia, y Myanmar también están sujetos a las tasas tarifarias preferenciales especiales.

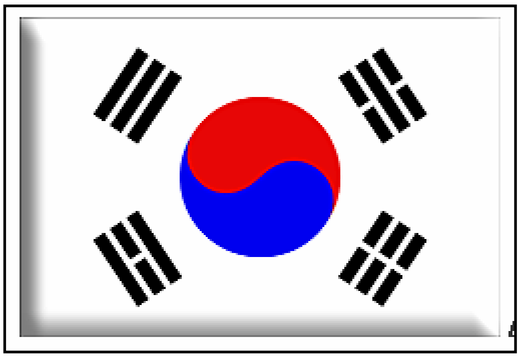
A partir del 1ero de enero del 2004 fue introducido el nuevo programa de aranceles preferenciales del Tratado Cerrado de Sociedad Económica (CEPA por sus siglas en inglés). Las tasas tarifarias CEPA aplican a más de 300 productos originarios e importados desde Hong Kong y Macao. Bajo CEPA, los aranceles de importación de todos los productos aplicables son exonerados.

En todos los casos, si un país o un producto es elegible para múltiples programas preferenciales, entonces la tasa menor se aplicará.

Se puede acotar también que existen organismos gubernamentales que apoyan el comercio exterior los cuales podrá ver en detalle en el ANEXO 2.

2.4.2. Corea del Sur

Figura 2.2: Bandera de Corea del Sur



2.4.2.1. Características Generales

2.4.2.1.1. Nombre Oficial

República de Corea del Sur (Dehan Minkuk)

2.4.2.1.2. Situación Geográfica

Está situada en Asia oriental, la mitad Sur de su península bordea el Mar de Japón y el Mar Amarillo. Limita al norte con Corea del Norte, al este con el Mar del Japón (conocido en Corea como Mar Oriental), al sureste y sur con el estrecho de Corea, que lo separa de Japón, y al oeste con el Mar Amarillo.

2.4.2.1.3. Superficie

Corea del Sur se extiende en un área de 98.480 Km^2

2.4.2.1.4. Capital

Su capital es Seúl

2.4.2.1.5. Ciudades Principales

Entre sus ciudades principales se cuentan: Pusan, el principal puerto y el centro de la industria de la seda; Taegu, el mayor puerto del Mar Amarillo; Inchon y Kwangju, un antiguo centro comercial y administrativo.

2.4.2.1.6. Gobierno

El Presidente es elegido por votación popular por un período de 5 años. El Primer Ministro es elegido por el Presidente, y los ministros entre los dos. La rama legislativa está conformada por una cámara de 273 representantes, llamada Asamblea Nacional, quienes son elegidos para un período de 4 años. El poder judicial lo constituye la Suprema Corte, cuyos jueces los designa el Presidente con la aprobación de la Asamblea Nacional.

2.4.2.1.7. Recursos Naturales

Tienen destacada importancia el carbón, tungsteno, grafito, molibdeno, potencial de energía hídrica.

2.4.2.1.8. Clima

Su clima se caracteriza por ser templado; con lluvias más fuertes en verano que en invierno.

2.4.2.1.9. Moneda

La moneda oficial es el Won

2.4.2.1.10. Idioma Oficial

Coreano

2.4.2.1.11. Población

El número de habitantes es de 48.422.644 (estimación a julio del 2005).

2.4.2.2. Economía

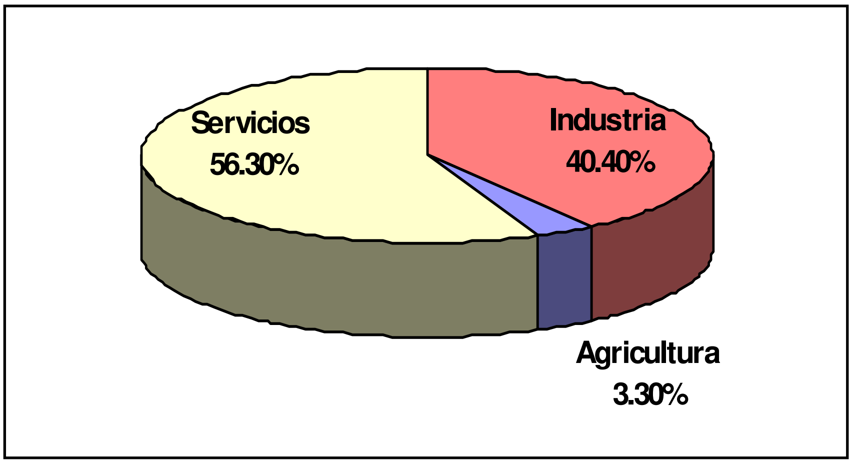
Tabla 2.7: Producto Interno Bruto de Corea del Sur (PIB) (billones de dólares)

	2002	2003	2004	2005
Valor	916,8	962,25	1029,85	1099,07
Crecimiento %	7%	3,10%	4,60%	4%

Fuente: CIA World Factbook

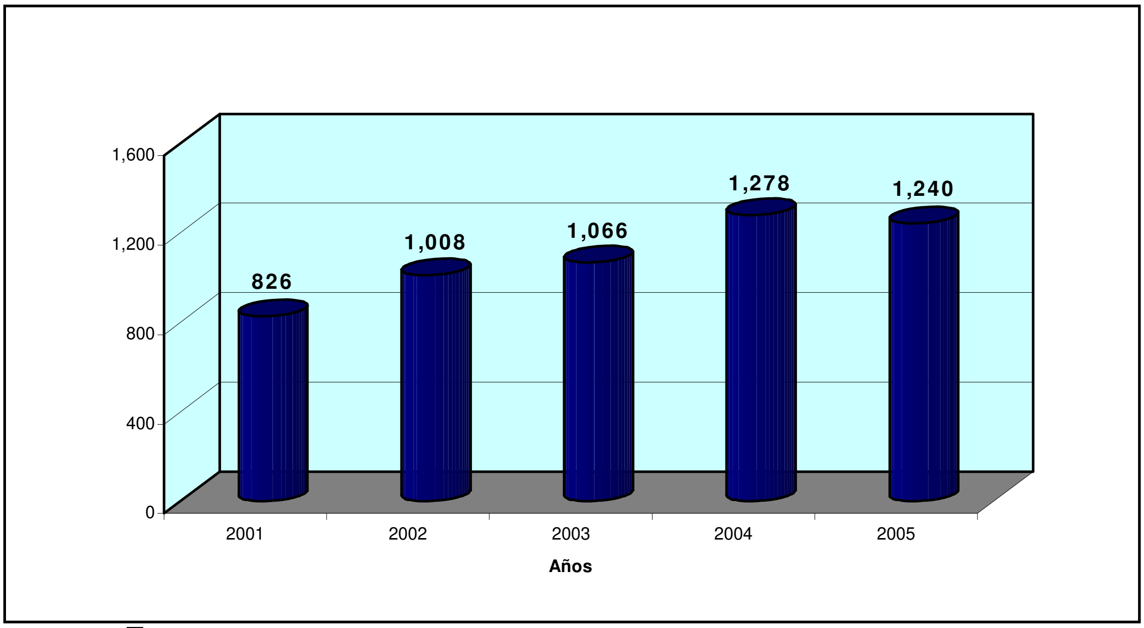
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2.16: PIB de Corea del Sur por sectores y su participación Año 2005



Fuente: CIC - CORPEI
Elaborado por: Las autoras

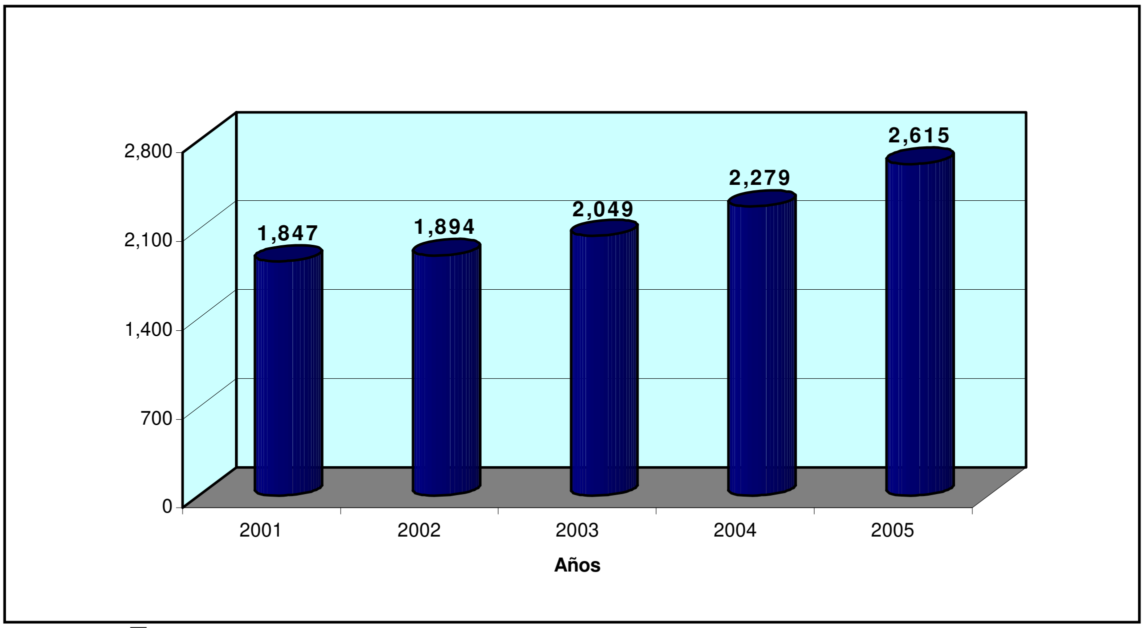
Gráfico 2.17: Exportaciones de Corea del Sur (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

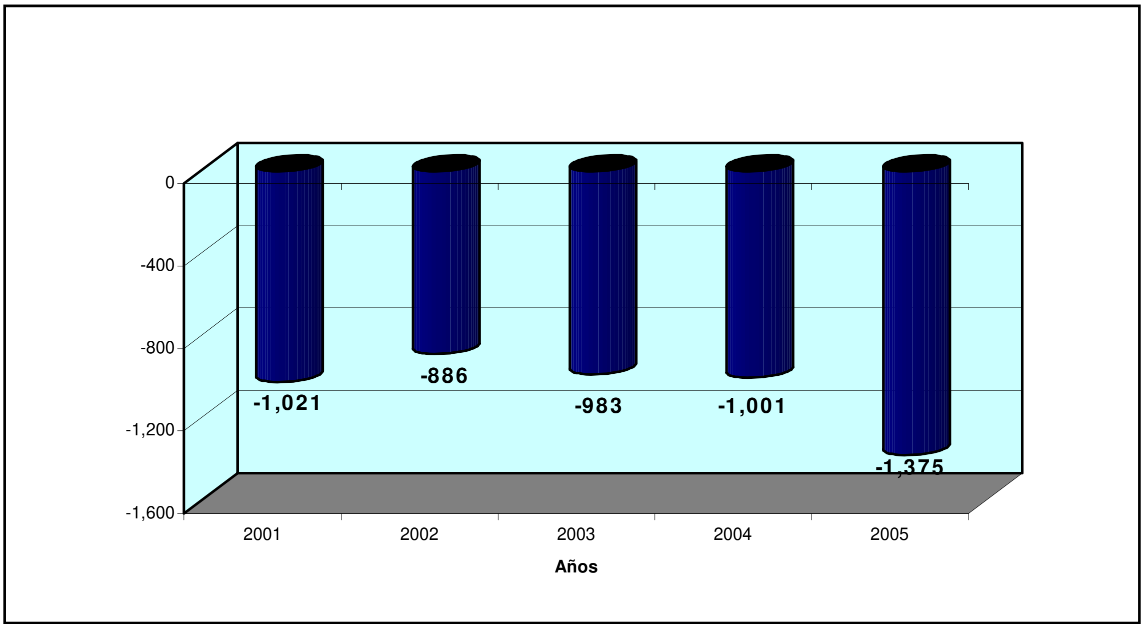
Gráfico 2.18: Importaciones de Corea del Sur (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2.19: Saldo Comercial de Corea del Sur (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

2.4.2.3. El Mercado de Corea del Sur

Tabla 2.8: Balanza Comercial Ecuador- Corea del sur (miles de dólares)

Años	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones	317,071.10	253,044.20	296,105.63	241,909.11	146,942.58	2,836.58
Importaciones	49,705.92	123,718.18	136,306.46	187,663.80	170,778.60	369,494.30
Balanza Comercial	**267,365.18**	**129,326.02**	**159,799.17**	**54,245.31**	**-23,836.02**	**-366,657.72**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

La Balanza Comercial entre Ecuador y Corea del Sur en los dos últimos años de la serie presenta rubros negativos con saldos US$ 23,836 millones para el 2004 y aumentando el déficit a US$ 366,657 millones para el 2005, a pesar que entre el 2000 y 2003 el saldo comercial fue positivo. Su mejor valor lo experimentó en el año 2000 al tener un saldo a favor de US$ 267.365 millones. Estos datos han sido tomados a Junio del 2006, por lo cual los datos del 2005 son provisionales todavía y pueden presentar cambios.

Las exportaciones ecuatorianas totales en los últimos seis años tuvieron su pico en el año 2000, llegando a un valor de US$ 317 millones. Al siguiente año, experimentan una caída del 20.19%, pero en el 2002 vuelven a subir en una proporción del 17.02%. En el 2003 tienen una pequeña baja del 18.30% continuando en el 2004 con un descenso mayor del 39.26% y para el último año del análisis sufren una mayor caída, disminuyendo a solo US$ 2,836 millones, esto se debe a que también disminuyeron en una similar proporción las exportaciones petroleras, principal rubor para dicho mercado.

Sin embargo, las exportaciones no petroleras tuvieron un crecimiento promedio en los años estudiados de 34.27%, a excepción del 2001 donde se experimentó una caída del 8.55% al pasar de US$ 744 mil en el 2000 a US$ 681 mil en el 2001. En el 2002 se exportaron productos no petroleros sumando un valor de US$ 1.03 millones, lo que representa 51.27% con respecto al año anterior. En el siguiente año 2003 se aumentó pero en menor proporción 14.19%, llegando a exportar un valor de US$ 1.18 millones y en el 2004 ha sido el mayor valor exportado, aumentando un 80.15% con el valor de US$ 2.12 millones.

En cuanto a las importaciones ecuatorianas totales entre el 2000 y 2001 hubo un crecimiento del 148.90%, luego se dio un crecimiento promedio del 23.93% hasta el 2003 para disminuir ligeramente en el 2004 en un 9% debido a que se compraron menos productos que en el 2003 (1191 partidas arancelarias en el 2003 y 1100 en el 2004). Finalmente en el 2005 aumentaron más del doble que el año anterior siendo el rubro de US$ 369,494 millones.

Corea importa desde nuestro país productos industriales, pesqueros, extractos de café, cacao en polvo, tagua, etc. Además es importante mencionar que Ecuador tiene un gran potencial por desarrollar en Corea debido a la gran demanda de nuevos productos alimenticios y bienes de consumo que exige este mercado de 48 millones de habitantes y con un nivel per cápita que se acerca a los US$ 15.000. Corea tiene una fuerte clase media concentrada en las edades entre 20 - 45 años integrada principalmente por estudiantes universitarios y ejecutivos que son el motor de la demanda doméstica. Sin embargo cabe recalcar que entre los productos que Corea vende a Ecuador se encuentran: automóviles, electrodomésticos, maquinaria pesada, equipos y artefactos eléctricos y electrónicos, toda clase de repuestos, partes de plástico, textiles y funguicidas; por lo que es evidente la apertura comercial que se da en ambos países.

Tabla 2.9: 10 Principales productos que Ecuador importa de Corea del Sur Enero-Febrero 2006.

PARTIDA	DESCRIPCION	2006 VALOR FOB (MILES USD)	2006 VALOR CIF (MILES USD)	%
8703230090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada superior a 1500 cm^3 pero inferior o igual a 3000 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar.	8,682.43	9,436.13	18.31
3901200000	Polietileno de densidad superior o igual a 0,94, en formas primarias.	4,025.19	4,328.19	8.40
3901100000	Polietileno de densidad inferior a 0,94, en formas primarias.	3,877.82	4,146.50	8.04
8703210090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada inferior o igual a 1000 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar y los de carreras.	3,356.92	3,627.60	7.04
8703220090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada superior a 1000 cm^3 pero inferior o igual a 1500 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar.	2,801.16	3,054.25	5.93
8703320090	Los demás automóviles de turismo y demás vehículos para transporte de personas y los de carrera.	2,718.79	2,926.33	5.68
8703330090	NA	2,234.09	2,413.06	4.68
3904102000	Policloruro de vinilo, sin mezclar con otras sustancias, obtenido por polimerizacion en suspension.	2,074.63	2,252.71	4.37
8450200000	Máquina para lavar ropa de capacidad unitaria, expresada en peso de ropa seca, superior a 10 Kg.	1,121.98	1,266.13	2.46
5503200000	Fibras discontinuas, de poliester, sin cardar, peinar ni transformar de otro modo para la hilatura.	827.97	929.46	1.80

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

Tabla 2.10: 10 Principales productos que Ecuador exporta a Corea del Sur Enero-Junio 2006

PARTIDA	DESCRIPCION	2006 VALOR FOB (MILES USD)	%
7602000000	Desperdicios y desechos, de aluminio	636.09	29,2
2101110000	Extractos, esencias y concentrados de café	496.80	22.80
7404000000	Desperdicios y desechos, de cobre	470.09	21.58
0304209000	Los demás: Filetes congelados (incluso picada).	206.80	9.49
1801001900	Los demás, cacao crudo	77.67	3.57
9606301000	Formas para botones y demás partes de botones; esbozos de botones, de plástico o de tagua (marfil vegetal)	55.49	2.55
0811909000	Demás frutas y otros frutos (excepto fresas, frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas), sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin adición de azúcar u otro edulcorante	49.54	2.27
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	44.80	2.06
6912000000	Vajillas y demás artículos de uso domestico, de higiene o de tocador, de cerámica, excepto de porcelana	34.68	1.59
3915900000	Desechos, desperdicios y recortes, de los demás plásticos	29.83	1.37

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

2.4.2.4. Relación Corea-Latinoamérica

Latinoamérica es visto actualmente por los coreanos como un mercado con gran potencial debido a sus 520 millones de habitantes, sus perspectivas de crecimiento anual sostenido de 3.5%, la abundancia de recursos naturales y la integración de sus bloques MERCOSUR y CAN.

En el 2003 el volumen de comercio con Latinoamérica fue de 13.3 billones de US dólares y en el 2.004 asciende a 18.2 billones de dólares o sea un crecimiento anual de 36.8%.

La importancia otorgada por Corea a Latinoamérica se ha visto plasmada en la visita realizada en el mes de noviembre de 2004 por el presidente Roh Mu Hium a Argentina, Brasil y Chile.

Corea firmó un tratado de libre comercio con Chile en Abril del 2.004, el cual ha logrado incrementar el volumen comercial entre estos dos países en un 113%.

Corea tiene en la mira a Brasil y México y durante la visita a Sur-América, se acordó conducir un estudio de factibilidad para la firma de un tratado de libre comercio entre Corea y el MERCOSUR.

Otro aspecto que es importante resaltar es el ingreso de Corea al Directorio del Banco Interamericano de Desarrollo BID, con lo cual Corea podrá participar en las licitaciones de grandes proyectos que se ejecutan con fondos de este organismo en América Latina.

2.4.2.5. Inversiones

En materia de inversiones existe una gran oportunidad para compañías Coreanas para invertir en Ecuador no solo en la Industria Petrolera, sino por ejemplo en modernización de puertos y zonas libres, en las concesiones que se realicen a futuro para proyectos en el campo de electricidad y comunicaciones. También en proyectos de agricultura y forestación, turismo y ecoturismo, minería, pesca y acuacultura. O establecer Joint Ventures entre compañías Coreanas y Ecuatorianas en los campos de hardware y partes de automóviles.

2.4.2.6. Cooperación con Ecuador

KOICA ha venido aportando en la ejecución de varios proyectos a cargo del FISE que se desarrollaron en el Ecuador y que llegaron a concluirse en el 2.004, uno de ellos es: la construcción y equipamiento del Centro Materno Infantil de las Lajas en la Provincia del Oro.

2.4.2.7. Canales de distribución

Cualquier persona que quiera establecer un almacén aduanero debe obtener una licencia del director de la correspondiente zona aduanera. A partir del 23 de Junio del 2004 el Tratado de Designación de las Zonas de Libre Comercio convirtió todas las zonas libres de impuestos en zonas de libre comercio, convirtiéndolas así en zonas libres de impuestos para importaciones y de cargas algunas para la inversión extranjera.

Compañías de manufactura y no manufactura pueden establecerse en las zonas de libre comercio (entidades de no manufactura incluyen, por ejemplo, distribuidores y compañías de comercio exterior y servicios financieros). Las zonas de libre exportación, en contraste, son reservadas únicamente para actividades de manufactura.

También se incluyen varias zonas para la inversión externa amparadas en el Tratado de Promoción de la Inversión Extranjera. Se dan varias reducciones a las compañías extranjeras que decidan establecerse en estas zonas.

2.4.2.8. Tendencias de Consumo

Corea del Sur es la tercera mayor economía de Asia después de Japón y China, y una nación líder en la industrialización del este asiático. Las tendencias en el consumo de comida indican que los sur-coreanos están cambiando sus dietas tradicionales por unas más parecidas al estilo occidental.

Los consumidores coreanos están buscando productos con un mayor valor agregado, calidad más segura y convenientes. También se han vuelto más diversificados en sus gustos y poder de compra. Los consumidores coreanos prefieren comidas naturales y frescas. Ellos buscan que su comida les provea beneficios a su salud y ponen especial atención a este requerimiento.

A partir de la revolución comercial de los 90 y la apertura de los mercados hay cada vez mayor número de hipermercados y cadenas de supermercados, eliminando de esa forma a los pequeños vendedores. Son estos lugares los ideales para comercializar efectivamente un producto alimenticio.

Desde la crisis económica de 1997 que afectó a los mercados asiáticos los consumidores ahora se preocupan mucho más por sus gastos. Esto ha significado que se disminuya la demanda por productos de lujo como tabaco y wisky. Por otra parte, los consumidores están gastando mucho más en productos para la salud, servicios médicos, medicinas complementarias y educación. Esto indica que el consumidor coreano es muy conciente de su salud. Sin embargo, los coreanos siguen exhibiendo gustos y preferencias refinadas.

Desde la crisis de 1997 los coreanos planifican mucho más sus compras. Compras impulsivas han disminuido vertiginosamente y hay mayor preocupación por precios bajos en los últimos años.

Pese a la creciente preocupación por precios bajos, la sensibilidad a los precios no significa que los consumidores siempre se enfocan en bienes de bajo precio. La diferencia es que los consumidores coreanos ahora comparan precios con mayor precisión.

El consumo orientado al valor obtenido esta en constante crecimiento, como lo está la demanda por marcas privadas. Compras en paquete han aumentado, principalmente para productos alimenticios. Antes de la crisis, los coreanos tendían a comprar diariamente comidas frescas. Bastantes hogares ahora solo compran una vez a la semana, debido al mayor número de horas de trabajo y un porcentaje incrementado de mujeres en la fuerza de trabajo. A lo que las vidas coreanas se han convertido más aceleradas, comida tradicional, preparada anteriormente en casa, puede ser obtenida en algunos centros comerciales lista para comer. La tendencia es hacia los alimentos congelados de esta clase. A diferencia de Japón, los hogares coreanos generalmente poseen una mayor capacidad de refrigeración.

En general los consumidores coreanos prefieren comidas naturales, frescas, funcionales y saludables. Comen un promedio de 500 gramos de frutas y vegetales al día, una de los índices más altos del mundo.

Los consumidores coreanos utilizan los medios informativos como una manera de obtener información de productos y precios. Gracias al especial énfasis en productos con beneficios saludables, productos que se hagan sin el uso de insecticidas y pesticidas son especialmente atractivos a los consumidores.

En los últimos años ha habido un gran incremento en la demanda de productos orgánicos. Cerca del 55% de los consumidores coreanos compra esta clase de productos porque está preocupado por su salud. Pese a la gran demanda de esta clase de productos uno de los mayores impedimentos es el sistema regulatorio de Corea en esta materia. Las regulaciones coreanas son en algunos casos ambiguas y muchas veces los agentes aduaneros las interpretan de otra manera.

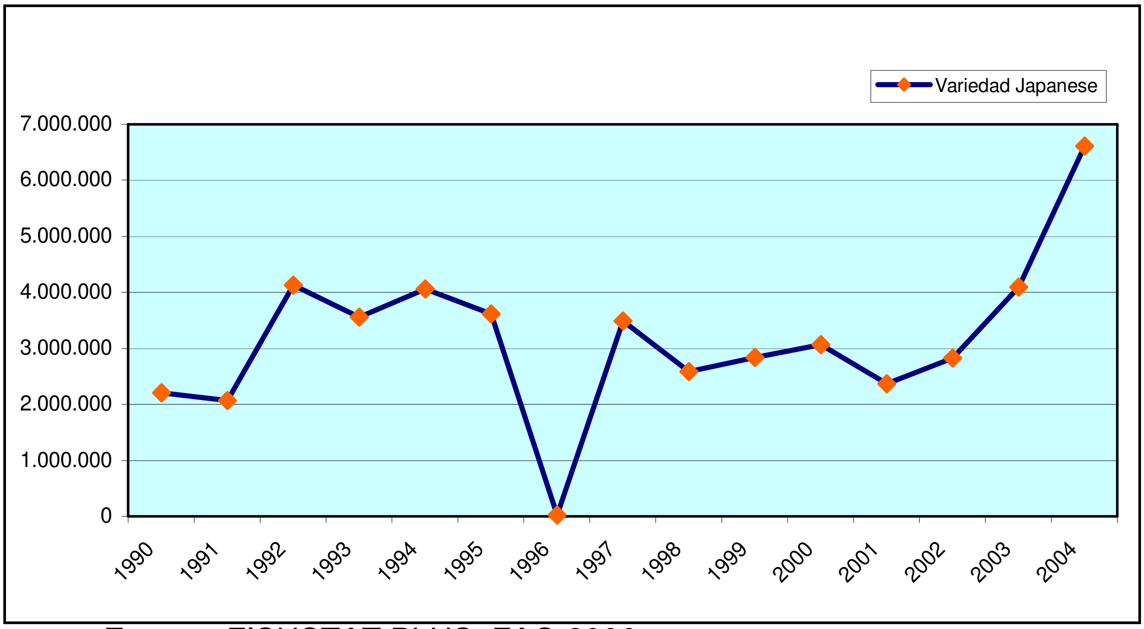
2.4.2.9. Requisitos de Importación

Los controles de importación son relativamente complicados, con numerosas regulaciones y leyes que aplican a la mayoría de los productos a través de toda la tarifa. A menudo un solo producto requerirá varias licencias y permisos que son controlados por diferentes agencias gubernamentales de control. Las autoridades de control más importantes son el Ministerio de Comercio, Industria, Energía y el Ministerio de Economía y Finanzas (ver ANEXO 1). Los controles de importación son presentados en el ANEXO 3.

2.4.2.10. Comercio y Producción de anguilas en Corea

El comportamiento de la producción de anguilas en Corea fue irregular durante toda la década del noventa con alzas y bajas en esos años, situación que se vio hasta el año 2001, en donde se evidenció un crecimiento constante tal como se ve en el siguiente grafico:

Gráfico 2.20: Producción de la variedad Japanese de anguilas en Corea del Sur



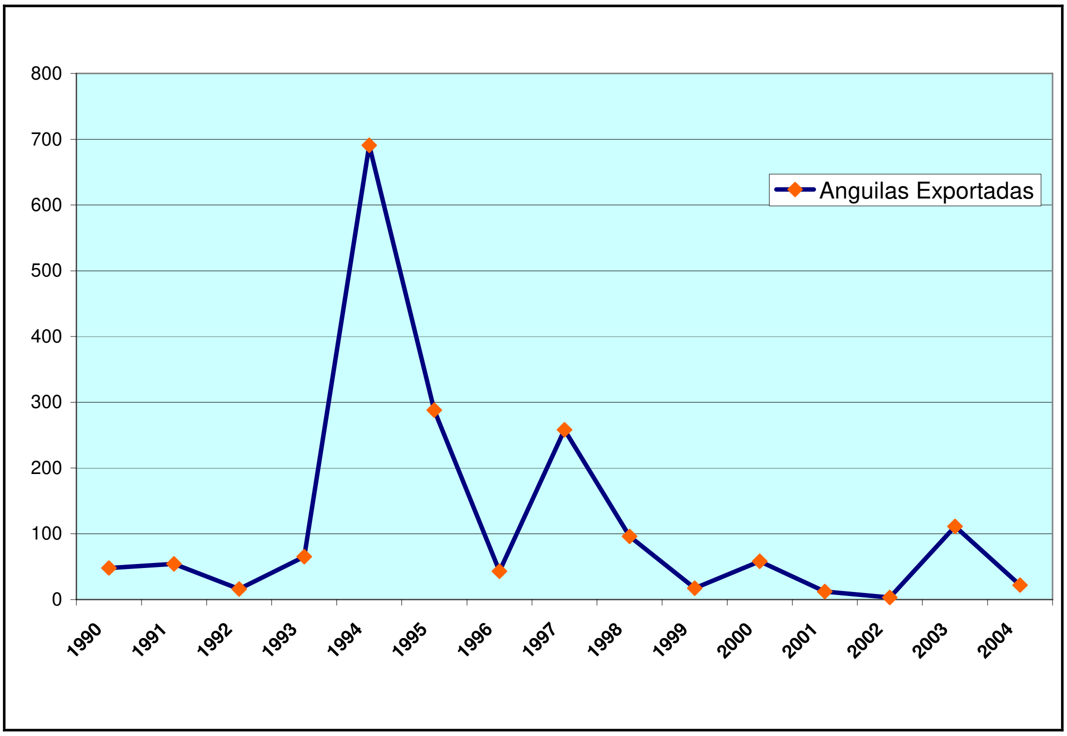
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

La evidencia de los datos destaca que la mayor producción de esa década se evidenció en el año 1992 con 4.130.908 Tn. y mas bien la menor producción evidenciada desde los 90 hasta el 2004, es la del año 1996 con una producción de 25.584 Tn. Para el año 2002 la tendencia se vuelve hacia el alza, de tal forma que para el año 2004 se obtiene la mayor producción que se evidencia en las 2 últimas décadas con un volumen de 6.615.407 Tn., lo cual indica un crecimiento importante del 179.89% con respecto al año 2001.

Ahora con respecto a las exportaciones coreanas de anguilas, estas se pueden ver que no muestran una importancia con respecto al volumen de producción que tienen, mas sí se puede decir que tuvieron su mejor año en 1994 anguilas congeladas, para a partir de ahí descender considerablemente hasta los niveles que se muestran en la actualidad, tal como se ve en el grafico:

Gráfico 2.21: Exportaciones de anguilas por parte de Corea del Sur



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

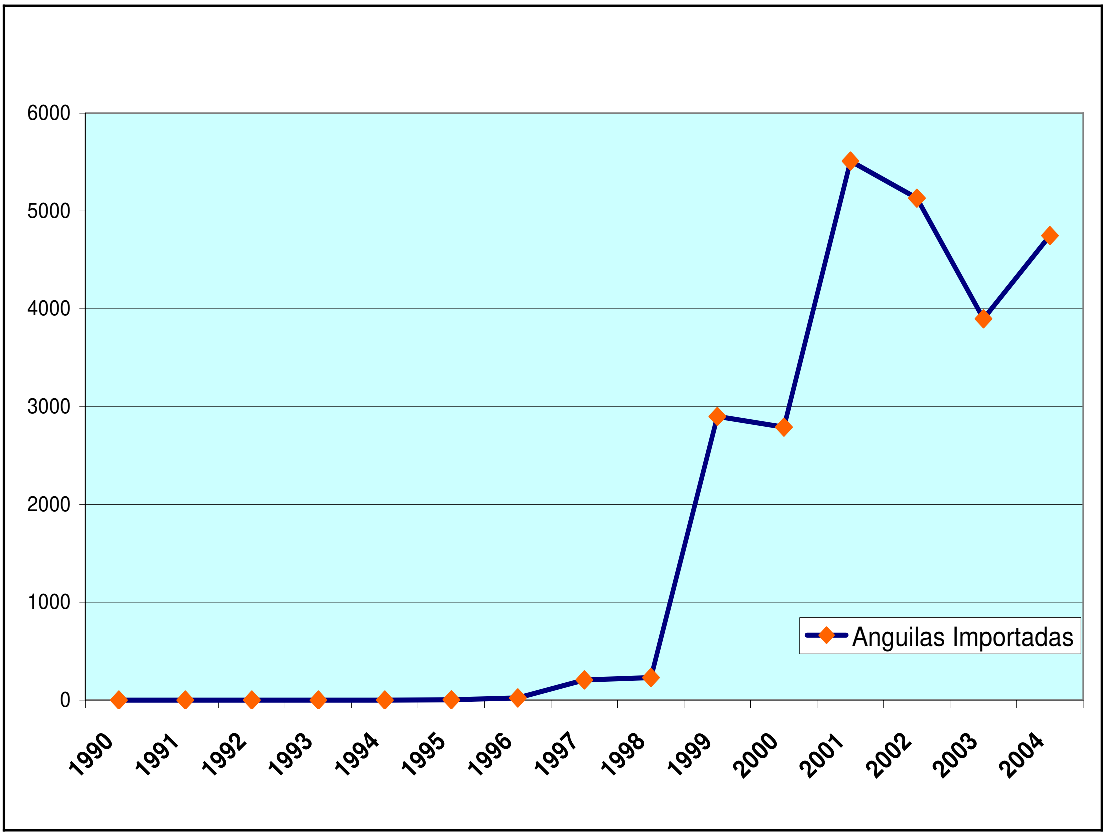
Elaborado por: Las autoras

Las exportaciones coreanas de anguilas congeladas se mantiene con un nivel de exportaciones en los primeros años de la década de los noventa de 47 y 54 Toneladas en los años de 1990 a 1991. Sin embargo sus exportaciones llegan a ascender en 1994 con un porcentaje del 960% con respecto a su año anterior hasta llegar al nivel más alto de toda la serie con 689 Toneladas. Sus exportaciones se notan bajas desde de el año de 1995 (280 Tn.) hasta 1996 en que solo se registran exportaciones de 43 Toneladas. Ya en el año 1997 tienen un pequeño ascenso equivalente a 1.530 Tn con respecto al año anterior.

Adicionalmente se puede evidenciar que las exportaciones caen en el año 1999 y así se mantiene hasta el 2002 con bajo so casi nulos niveles e exportación . Para el 2003 se recupera hasta obtener un nivel de exportación de 111 Toneladas, ya desde ahí no se presenta ningún tipo de incremento de exportaciones.

Mas vale por otro lado considerar las importaciones coreanas de anguilas, las cuales han tenido un interesante repunte desde el año 1996 como lo podremos constatar a continuación:

Gráfico 2.22: Importaciones de anguilas por parte de Corea del Sur



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Las importaciones de anguilas congeladas van en constante ascenso desde el año de 1996 hasta el 2004 con un porcentaje de crecimiento promedio del 305.65% esto quiere decir que hasta el 2004 se han importado alrededor de 25.436 Toneladas aproximadamente, pero su mejor año fue el 2001 en donde se registraron 5.511 Toneladas.

2.4.2.11. Acuerdos Comerciales

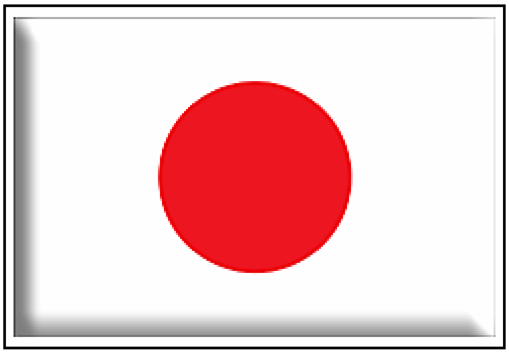
Existen ocho clases de acuerdos basados en países en los cuales Corea del Sur participa:

- Organización Mundial de Comercio (WTO) para países generales
- Organización Mundial de Comercio (WTO) para países en vías de desarrollo
- ESCAP (La Comisión Social y Económica para Asia y el Pacífico: Tratado de Bangkok): Tratado de Bangkok para países generales.
- ESCAP (La Comisión Social y Económica para Asia y el Pacífico: Tratado de Bangkok): Tratado de Bangkok para Bangladesh.
- UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo): El Sistema Global de Preferencias para Países en Vías de Desarrollo (GSTP)
- UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo): El Sistema Global de Preferencias Comerciales para Países menos Desarrollados en Vías de Desarrollo (GSTP-LDC)
- Tasa preferencial para Países Menos Desarrollados en Vías de Desarrollo
- Tratado de Tarifas Internacionales de cooperación para Países Miembros.
- Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC: Pacific Basin Economic Council). Ver ANEXO 3.

Existen también organismos gubernamentales que apoyan el comercio exterior los cuales podrá ver en detalle en el ANEXO 4.

2.4.3. Japón

Figura 2.3: Bandera de Japón



2.4.3.1. Características Generales

2.4.3.1.1. Situación Geográfica

Japón es un Estado insular de Asia Nororiental. Limita con el mar de Ojotsk, las islas Kuriles y la isla de Sajalin (Rusia) al norte, el océano Pacífico al este, Taiwán y las Marianas Septentrionales al sur y el mar del Japón, Rusia, Corea del Norte, Corea del Sur y la República Popular China al oeste.

2.4.3.1.2. Área Total

Japón se extiende en un área de 377.835 Km^2.

2.4.3.1.3. Capital

La capital de Japón es Tokio.

2.4.3.1.4. Ciudades Importantes

Entre las ciudades principales de Japón se cuentan: Yokohama, Osaka, Nagoya, Sapporo, Kioto, Kobe.

2.4.3.1.5. Gobierno

Monarquía Constitucional Parlamentaria. La Constitución, en vigor desde el 3 de mayo de 1947, reconoce al Emperador como símbolo del

Estado y de la unidad del pueblo con facultades para promulgar reformas constitucionales, convocar al parlamento y disolver la Cámara de Representantes, a recomendación del Gabinete.

2.4.3.1.6. Recursos Naturales

Japón tiene muy pocos recursos naturales, teniendo que importar la mayor parte de estos bienes. En cuanto al terreno, un 70% es montañoso, inhabitable, por lo que el resto es usado.

2.4.3.1.7. Clima

El clima de Japón se caracteriza por ser templado con mucha humedad, con veranos calurosos e inviernos muy fríos.

2.4.3.1.8. Moneda

La moneda oficial de Japón es el Yen.

2.4.3.1.9. Idioma Oficial

Japonés

2.4.3.1.10. Población

El número de habitantes en Japón es de 127.214.499 de habitantes (estimado a Julio del 2005).

2.4.3.2. Economía

Tabla 2.11: Producto Interno Bruto de Japón (PIB) (billones de dólares)

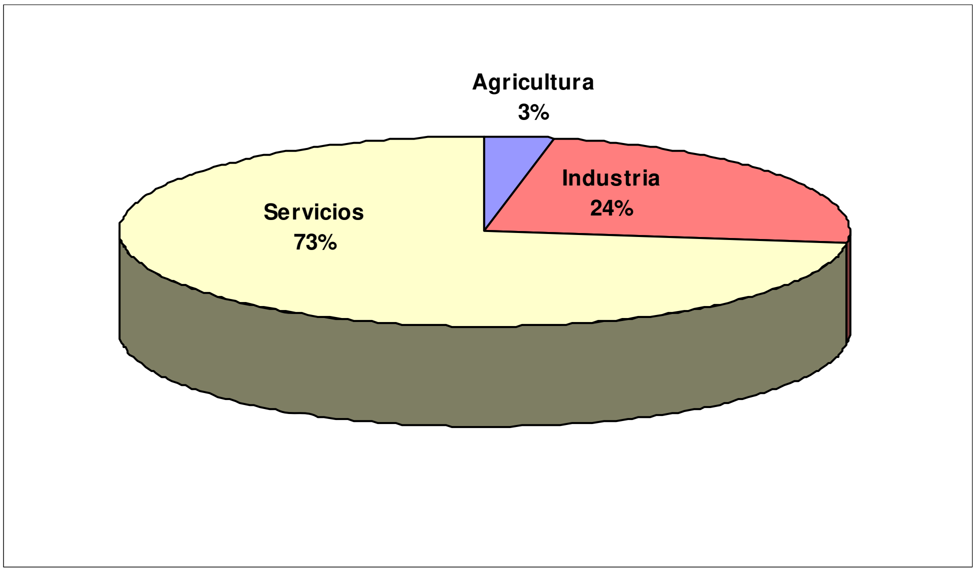
Años	2002	2003	2004	2005
Valor	3,422.64	3,571.71	3,817.22	4,009.33
Crecimiento %	-0.30	1.40	2.60	0.80

Fuente: CIA World Factbook

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2.23: PIB de Japón por sectores y su participación

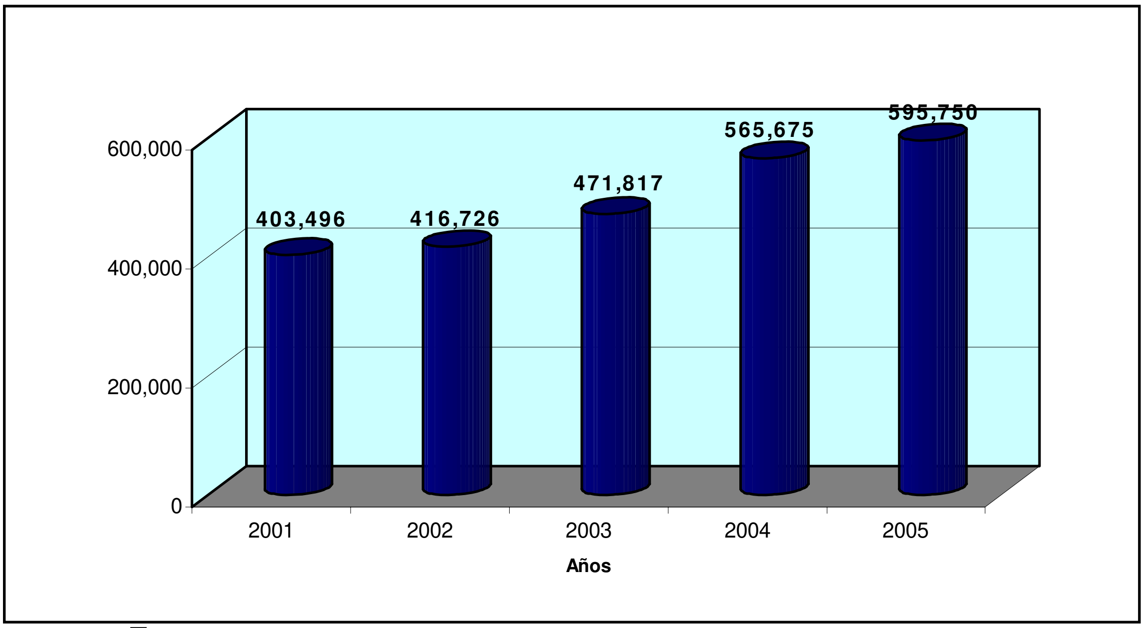
Año 2005



Fuente: CIC - CORPEI

Elaborado por: Las autoras

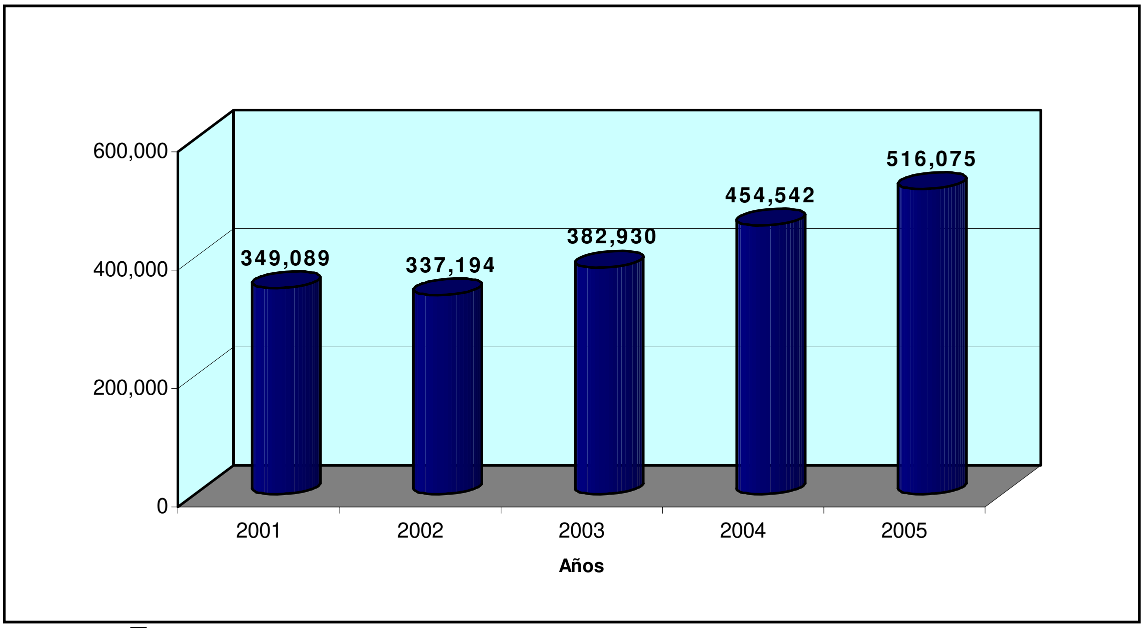
Gráfico 2.24: Exportaciones de Japón (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

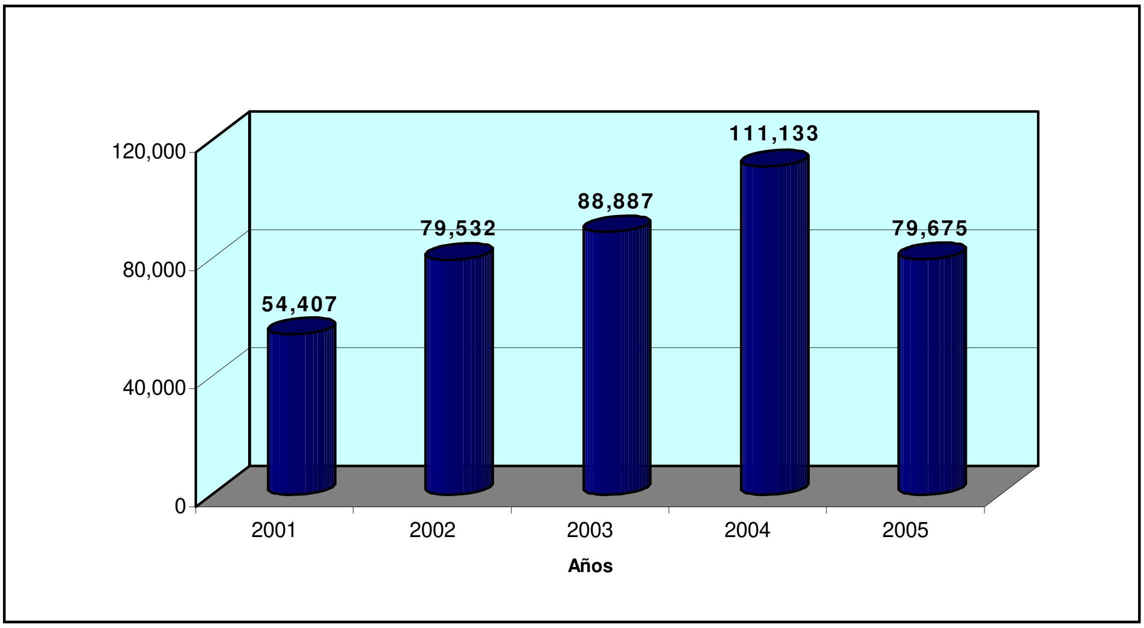
Gráfico 2.25: Importaciones de Japón (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2.26: Saldo Comercial de Japón (millones de dólares)



Fuente: www.wto.org

Elaborado por: Las autoras

2.4.3.3. El Mercado de Japón

Tabla 2.12: Balanza Comercial Ecuador- Japón (miles de dólares)

Años	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones	130,617.28	122,257.80	97,854.61	89,338.48	78,927.36	73,081.96
Importaciones	279,198.90	327,373.08	378,269.05	256,657.90	283,764.19	326,529.57
Balanza Comercial	**-148,581.62**	**-205,115.28**	**-280,414.44**	**-167,319.42**	**-204,836.83**	**-253,447.61**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

Para el periodo 2000 – 2005 la tendencia de la balanza comercial ha reflejado déficit año a año dado que los movimientos de las importaciones son mayores a las exportaciones. Como se puede observar en el cuadro a anterior, las exportaciones han disminuido en un promedio de 10.83% anual, mientras que las importaciones han tenido importantes aumentos entre el 2000 y 2002, aunque hubo un disminución para el 2003. Sin embargo estas empezaron a aumentar paulatinamente hasta alcanzar US$ 326,529 millones para el 2005.

En lo que va del 2006 Japón ha importado de Ecuador principalmente aceite crudos de petróleo, banano, harina de pescado, cacao, camarón, coliflores y brócolis, extractos de café, flores, fibras de abacá, rosas, atunes, entre otros. (Ver cuadro No.3). En cambio Japón es un gran exportador vehículos livianos, pesados, partir de vehículos entre otros (Ver cuadro No.4).

Tabla 2.13: 10 Principales productos que Ecuador importa de Japón Enero-Febrero 2006

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2006 VALOR FOB (MILES USD)	2006 VALOR CIF (MILES USD)	%
8704220090	NA	8,780.39	9,483.18	16.3
8704310010	Los demás vehículos automóviles para transporte de mercaderías con motor de émbolo de encendido por chispa en CKD	7,679.62	7,871.98	13.53
8703230010	NA	5,318.95	5,769.56	9.92
8703230090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada superior a 1500 cm^3 pero inferior o igual a 3000 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar	5,043.73	5,474.79	9.41
8706009019	Los demás. Chasis de vehículos automóviles de las partida Nos 87.01 a 87.05, equipados con su motor. Excepto Chasis de vehículos automóviles de la partida 87.02 con carga máxima superior a 5 t, y en CKD.	3,659.28	3,768.81	6.48
8704210010	NA	3,517.39	3,587.75	6.17
8703240090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada superior a 3000 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar y los de carreras.	1,487.00	1,589.86	2.73
9023009000	Los demás. Instrumentos, aparatos y modelos concebidos para demostraciones (por ejemplo: en la enseñanza o exposiciones), no susceptibles de otros usos.	1,464.65	1,481.63	2.55
8704230090	Los demás. Vehículos, con motor de émbolo, de peso total con carga máxima inferior a 5 t. Excepto en CKD.	821.21	865.40	1.49
8703220090	Los demás vehículos automóviles de cilindrada superior a 1000 cm^3 pero inferior o igual a 1500 cm^3, concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87,02), incluidos los del tipo familiar	764.69	860.50	1.48

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

Tabla 2.14: 10 Principales productos que Ecuador exporta a Japón

Enero-Junio 2006

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2006 VALOR FOB (MILES USD)	%
2709000000	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	18,513.90	31.33
803001200	Bananas o plátanos tipo cavendish valery, frescos	12,215.51	20.67
2301201000	Harina, polvo y pellets de pescado, impropios para la alimentación humana	7,877.77	13.33
1801001900	Los demás, cacao crudo	6,625.27	11.21
0704100000	Coliflores y brécoles (brócoli), frescos o refrigerados	2,848.26	4.82
2101110000	Extractos, esencias y concentrados de café	2,469.18	4.18
0306139000	Demás camarones y decápodos natantia, excepto langostinos del genero Penaeus, congelados	1,565.70	2.65
5305210000	Fibra de abacá, en bruto	1,116.71	1.89
0603900000	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma	941.34	1.59
0603104000	Rosas, cortadas para ramos o adornos, frescas	692.66	1.17

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

2.4.3.4. Canales de Distribución

Naha, la capital de la prefectura de Okinawa, es la única zona de libre comercio de Japón. Establecida por el Acto de Desarrollo de Medidas Especiales de Okinawa en un espacio de 23,691 metros cuadrados cerca del aeropuerto de Naha y el puerto de Naha, esta zona ofrece muchos incentivos, incluyendo ventajas de impuestos, para compañías japonesas y extranjeras que se establezcan en el área. La zona de libre comercio de Okinawa también tiene algunas subdivisiones industriales específicas, como la Zona de la Promoción de la Industria de la Comunicación y la Zona de Promoción de Turismo.

2.4.3.5. Tendencias de Consumo

Una nueva meta del gobierno japonés que es incrementar el consumo per cápita de alimentos domésticos al 45% para el 2010 lo que podría traer consecuencias desfavorables para los exportadores ecuatorianos. Este porcentaje se ha ubicado tradicionalmente alrededor del 40%. Este objetivo es basado en la idea de una menor dependencia en el comercio exterior en caso de cosechas malas o guerra. Japón es el primer país desarrollado en trazarse una meta numérica de consumo de productos de cultivo doméstico. Pero este objetivo tiene grandes desafíos, como la creciente popularidad del estilo de comida occidental y bajos niveles de reciclajes de los desechos.

Debido a una baja en los ingresos de los japoneses se dio una disminución en el consumo de alimentos por cerca del 1.2%. Se espera que esta situación se normalice en un tiempo muy breve y que el consumidor japonés recupere su poder de compra. También, se nota un mayor consumo de bienes durables, especialmente en el área de informática. Esto indica un cambio en los valores del consumidor. Además, después de la caída de los mercados asiáticos a finales del siglo pasado se ha registrado una mucha mayor cautela de los consumidores al momento de elegir, su fijación por el precio ha aumentado, sin disminuir la importancia que le dan a la calidad.

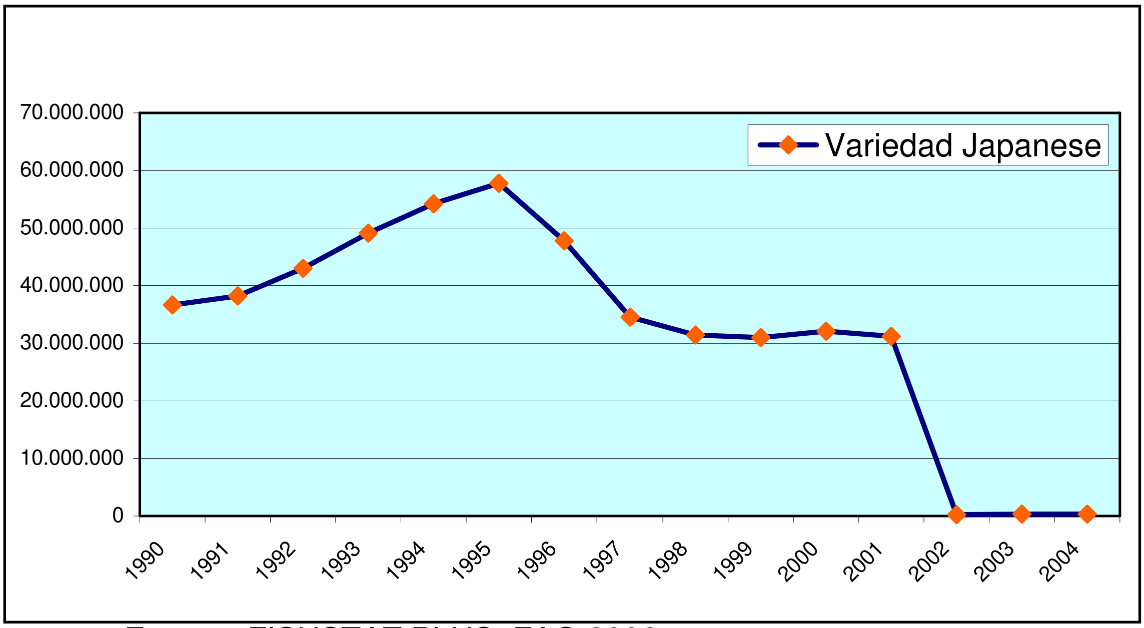
2.4.3.6. Requisitos de Importación

Japón ejerce diferentes controles a las importaciones basado en diferentes regulaciones, leyes y convenios internacionales de los cuales Japón es partícipe. El Ministerio de Economía, Comercio e Industria promueve el cumplimiento de estos controles, como las cuotas absolutas, aprobaciones de importación y autorizaciones de importación; conceptos que podrá ver en mayor detalle en el ANEXO 5.

2.4.3.7. Producción y Comercio de anguilas en Japón

El comercio de anguilas en Japón es importante debido a que este tipo de producto es parte fundamental de la cocina de los japoneses, lo cual implica que sea un mercado potencial para la venta de dicho producto, mas como se puede ver la producción de anguilas en Japón se ha reducido considerablemente, debido a la contaminación de sus aguas, lo cual ha reducido el comercio de este producto en este país o bien se ha tenido que traer diversas variedades desde el exterior, tal como se ve a continuación:

Gráfico 2.27: Producción de la variedad Japanese de anguilas en Japón



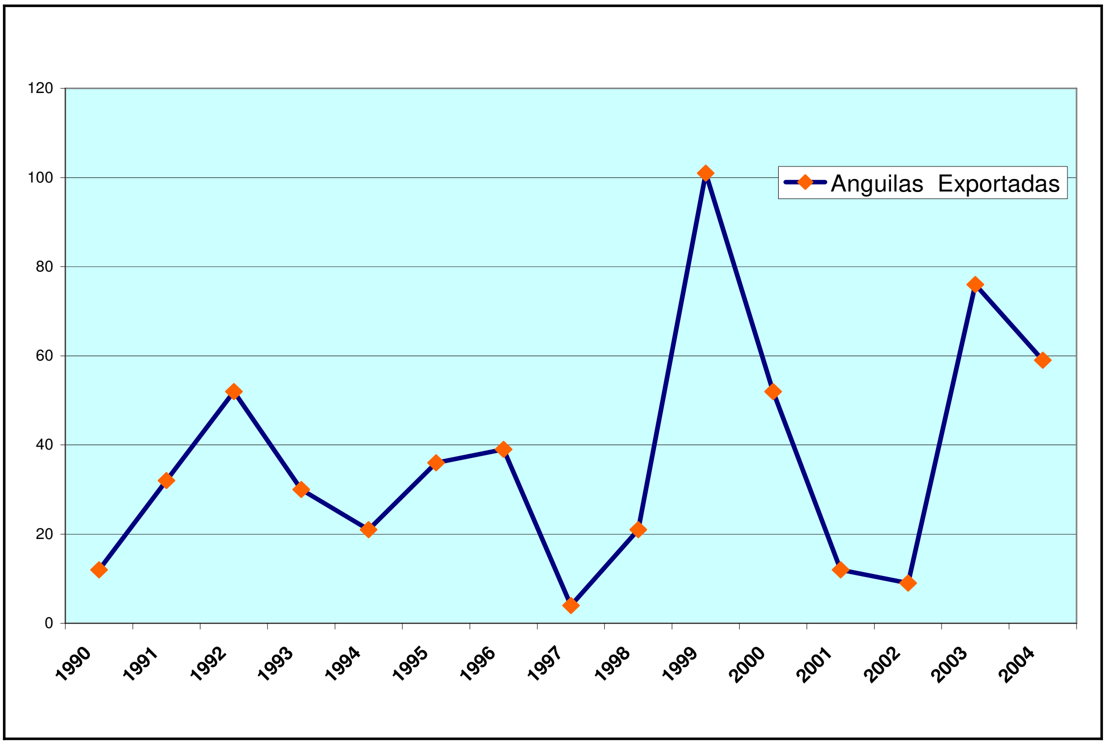
Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Como sabemos, Japón es considerado como uno de los principales proveedores de anguilas. La producción de anguilas japonesas va en constante ascenso desde el año 1990 hasta 1995 en la cual se obtienen 57.736.702 Toneladas en este último año con un porcentaje de crecimiento del 57,23% con respecto al año 1990. Luego su producción cambia de tendencia hacia la baja de manera constante hasta el año 2001 aunque aun se puede observar una producción estable, mas para el 2002 estas descienden considerablemente de tal forma que incluso su producción llega a niveles mínimos y así se mantiene hasta el año 2004 en que su producción es de 283.088 Toneladas .

Ahora con respecto a las exportaciones de anguilas japonesas estas han sido irregulares, en donde se destaca que el mejor año fue el 1999, tal como se ve a continuación:

Gráfico 2.28: Exportaciones de anguilas por parte de Japón



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

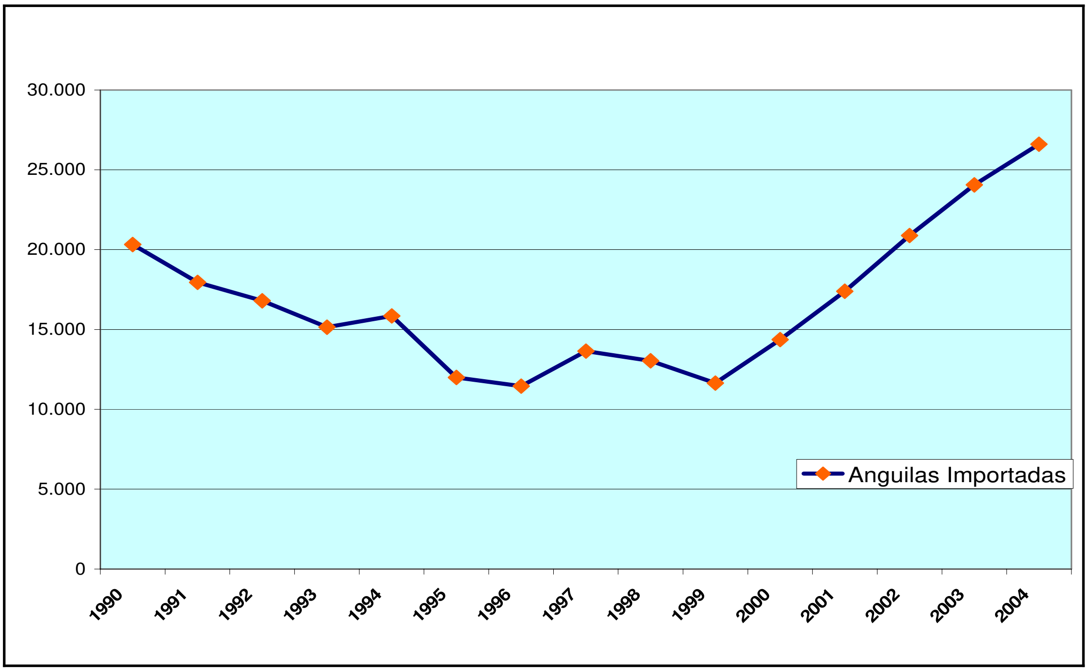
Elaborado por: Las autoras

El tipo de exportaciones japonesas de anguilas congeladas va en ascenso desde 1990, 1991, 1992, bajan sus exportaciones en los años 1993 y 1994, tal como se ve en el gráfico, mas para el año 1996 ascienden con un porcentaje de 85,71% con respecto al 94, mostrando un nivel de exportaciones de 39 Toneladas.

En el año 1997 sus exportaciones descienden, pero sus exportaciones se recuperan hasta el año de 1999, en donde se ve el mayor nivel de exportaciones de toda la serie, observándose 100 Toneladas exportadas. Luego estas decrecen para los años siguientes, tal como se ve aunque mantienen una leve recuperación para el 2003 con un nivel de exportaciones de 75 Toneladas. Finalmente en el año 2004 se observan exportaciones por 55 Toneladas.

Finalmente las importaciones ha solventado la demanda en el Japón por este tipo de producto, así se puede ver que a diferencia de la producción, la cual está en constante baja, ésta en los últimos años se presenta con una fuerte tendencia al alza, tal como se ve a continuación:

Gráfico 2.29: Importaciones de anguilas por parte de Japón



Fuente: FISHSTAT PLUS, FAO 2006

Elaborado por: Las autoras

Las importaciones japonesas de anguilas congeladas están constituidas en la década de los 90 por niveles bajos de importación con un porcentaje considerable de 42.18% .A partir del año 2000 se presenta un crecimiento del 128.76% esto significa que para el hasta el 2004 año en el que se tiene el mayor repunte se ha reportado un total de importaciones del 251.109 Toneladas.

2.4.3.8. Acuerdos Comerciales

Los programas preferenciales más importantes que ofrece Japón sobre sus esquemas tarifarios son las Tasas Convencionales decididas bajo la Organización Mundial de Comercio (WTO) y la Tarifa de Especial Preferencial bajo el Tratado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). En adición a estos programas preferenciales, El Tratado de Sociedad Económica (JSEPA) ha sido ofrecido a productos importados de Singapur desde agosto del 2002.

2.4.3.8.1. Tasa a la Organización Mundial de Comercio (WTO)

Generalmente los países miembros de la WTO están sujetos a este tratamiento. Las tasas de la WTO aplican cuando su arancel es menor al arancel general. Entonces, si el arancel de la WTO es mayor que el arancel general, el arancel de la WTO deberá ser ignorado. Pese a que este arancel es básicamente para miembros de la WTO, también aplica a no-miembros como aranceles convencionales bajo programas recíprocos.

2.4.3.8.2. Arancel Preferencial

Como fue antes mencionado, Japón implementa aranceles especiales preferenciales bajo en tratado de la UNCTAD. Estos aranceles preferenciales son aplicables a aquellos países en desarrollo y países menos desarrollados (LDC) determinados por la UNCTAD. Entonces, las tasas preferenciales se dividen en dos tipos: la tasa preferencial general y la tasa preferencial especial. La tasa preferencial general es para países en vías de desarrollo y la tasa preferencial especial es para los países menos desarrollados. La tasa preferencial especial es libre de impuestos si aplica. En el esquema tarifario la disponibilidad de la tasa preferencial especial está indicada por una "x" al lado de la columna de tasas preferenciales. En total, Japón ofrece la tasa preferencial a 140 países y 15 áreas. Estos aranceles preferenciales pueden no estar disponibles para países específicos o todos los países cuando el total de las importaciones de un país individual está por encima de 1/5 de su límite de couta, o sobre los límites de importaciones totales de cualquier país.

2.4.3.8.3. El Tratado de Sociedad Económica (JSEPA)

Este programa preferencial es ofrecido únicamente a Singapur. Como parte del programa para implementar comercio de área entre Japón y Singapur para liberalizar y facilitar las transacciones, la tasa preferencial fue ofrecida. Artículos sujetos están en su mayoría libre de impuestos y para los que no lo están se les irá reduciendo el arancel paulatinamente. Para el año 2010, todas las preferencias van a ser libre de impuestos.

En todos los casos, si un país o producto es elegible bajo más de un programa preferencial, el importador Japonés se beneficiará del programa que ofrezca el arancel más bajo.

Para apoyo del comercio exterior existen también organismos gubernamentales, los cuales podrá ver en detalle en el ANEXO 6.

2.5. Potenciales Compradores

Es importante proponer una lista tentativa de clientes o potenciales compradores que tendría nuestra empresa en la región asiática, destacándose a los compradores de Japón los cuales son lo que mantienen una fuerte demanda por este producto hacia el Ecuador, eso aunque China es el mayor importador de Anguilas en el mundo.

Cabe hacer mención que este listado es una consideración temporal porque como podrá leer más adelante en el cuarto capítulo de este documento la cartera de clientes será estructurada a través de intermediarios que, por lo menos para el primer año de puesta en marcha del negocio, cumplirán un papel crucial en la distribución y logística del producto. Para mayor detalle de esta lista puede remitirse alo ANEXO 7 de la tesis.

CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Aspectos Pesqueros

La anguila es un producto de alto consumo a nivel mundial, apreciado desde la antigüedad fundamentalmente por su carne, la cual ha sido utilizada para preparar platos exóticos en especial en países asiáticos y europeos, donde son parte de los menús diarios.

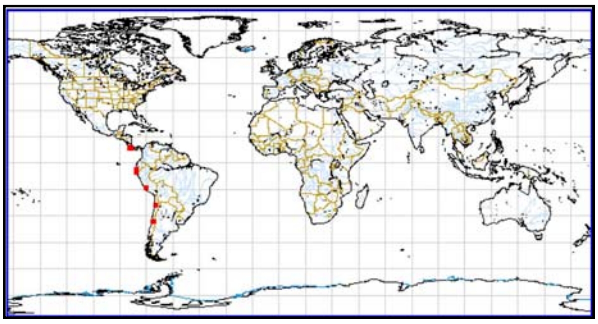
La especie *Ophicthus remiger* (Ophichtus pacific) es la especie marina que el Ecuador posee en sus costas, pertenece a la familia de los Ophichthidae, y es una especie bentónica que habita en los fondos areno-fangosos (Fig. 3.1), mayormente durante el día se entierra en el fondo y durante la noche realiza migraciones batimétricas (desde 50 m a 800 m de profundidad), formando "grupos segregados" por tallas [1].

Figura 3.1: Anguila común Ophichthus pacific

[1] Blgo. David Chicaiza investigador del Instituto Nacional de Pesca del Ecuador.

La especie *Ophicthus remiger* (Ophichtus pacific) tiene una distribución restringida en el mundo (Pacífico Sudeste), raramente en el Pacífico Central (Fig.3.2). Según CHIRICHIGNO Y VÉLEZ (1998), se distribuye desde la Plataforma Marina del Ecuador hasta Valparaíso (Chile).[1]

Figura 3.2: Distribución de la anguila común



La extracción del recurso “Anguila Pacific”, se inició en el país en febrero del 2002 cuando dos embarcaciones camaroneras decidieron incursionar en la explotación de este recurso, el Blgo. David Chicaiza investigador del Instituto Nacional de Pesca revela que la empresa pionera en esta pesquería fue Oceanpac S.A.

La actividad extractiva de esta especie se puede llevar a cabo en todo el perfil costero ecuatoriano, entre las 40 y 450 m de profundidad, con una mayor actividad entre 60 y 200 m, se considera que existen dificultades técnicas extractivas a mayor profundidad según donde se encuentre la especie. Las embarcaciones dedicadas a la extracción del recurso anguila están constituidas con tecnología japonesa equipadas con maniobras de pesca a estribor (fibra de vidrio construida en astilleros japoneses y de madera), esta tecnología puede ser de fácil adaptación en los barcos camaroneros-rastreros.

---

[1] Tomado de: Investigación de Pesquería Ecuatoriana, autor: Blgo. David Chicaiza investigador del Instituto de Pesca del Ecuador, año: 2005

3.1.1. Sistema de Captura

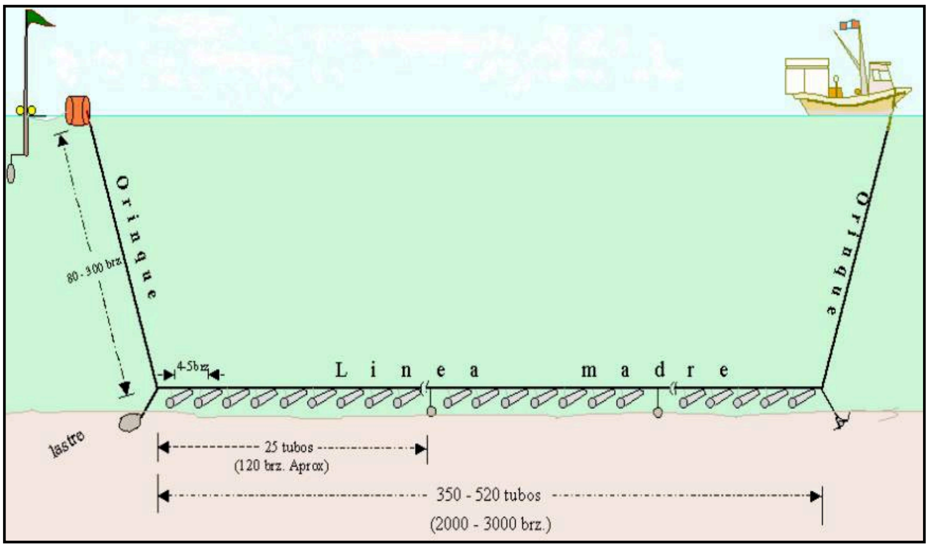
Las características básicas que deben tener las embarcaciones para la captura del recurso anguilas son tener una capacidad mínima de 3 a 5 Toneladas de capacidad de bodega (Figura 3.3), las mismas que se encuentran insuladas. El número de trampas cilíndricas, de material plástico PVC, varía de 250 a 500 por cada embarcación, dependiendo del tamaño de la misma. Las operaciones de pesca (lances) se realizan al atardecer (Figura 3.4) y las trampas tienen una duración de reposo de 2-3 horas efectivas en el fondo marino.

Figura 3.3: Tipo de embarcación artesanal para la captura de anguilas

Figura 3.4: Lanzamiento de un trampa para la pesca de anguila

La línea madre es una cuerda de cabo mixto (material polietileno – poliester) de 8 mm. de diámetro, resistente a la ruptura, al uso y al ataque de microorganismos y presenta un alto coeficiente de fricción (CASTILLO, et al., 2000). Esta línea madre se ubica en el fondo del mar entre 40 y 450 m profundidad; la longitud de esta línea es de 1500 a 2000 m. de largo. En ella se sujetan los reinales de cabo mixto de 5 mm. de diámetro, conjuntamente con las trampas cilíndricas (Figura 3.5)[1].

Figura 3.5: Diseño de la línea de pesca con un set de trampas para la captura de anguila (Tomado de ARANCIBIA et al. 2000)



[1] Tomado del: Breve Perfil Biológico, Pesquero y Comercial de la Anguila, autor: PROMPEX-PERU, año: 2002.

Figura 3.6: Diseño de la trampa

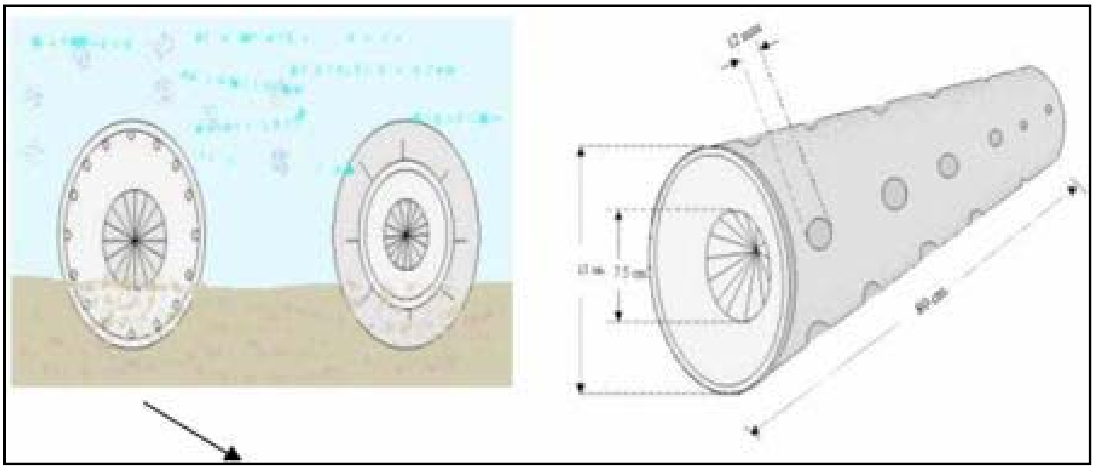
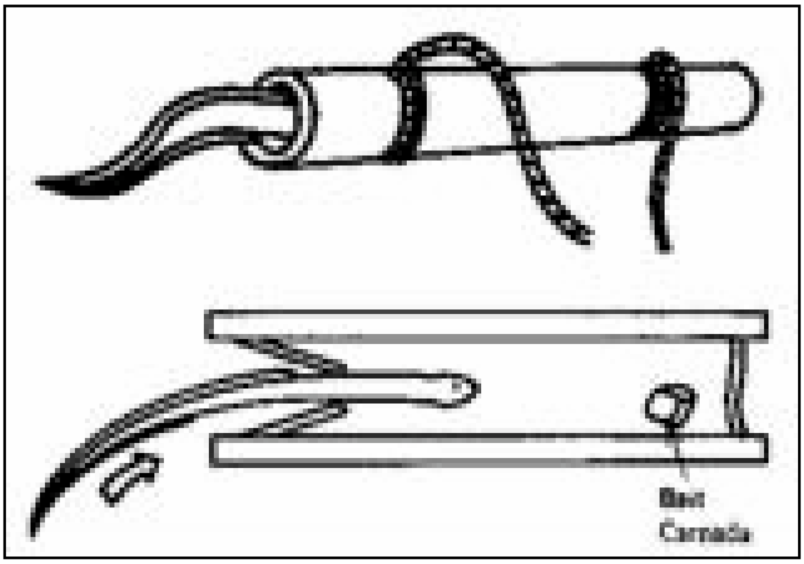


Figura 3.7: Diagrama de entrada de la especie a la nasa



3.1.2. Desembarque

Una vez finalizado el tiempo de reposo de las trampas estas son subidas a la cubierta de la embarcación y se procede a abrir cada trampa con el objeto de guardar el producto en las bodegas acondicionadas con agua de mar y hielo en abundancia ya que esto permite que el pez quede aletargado y disminuya su agresividad favoreciendo el manipuleo en el procesamiento.

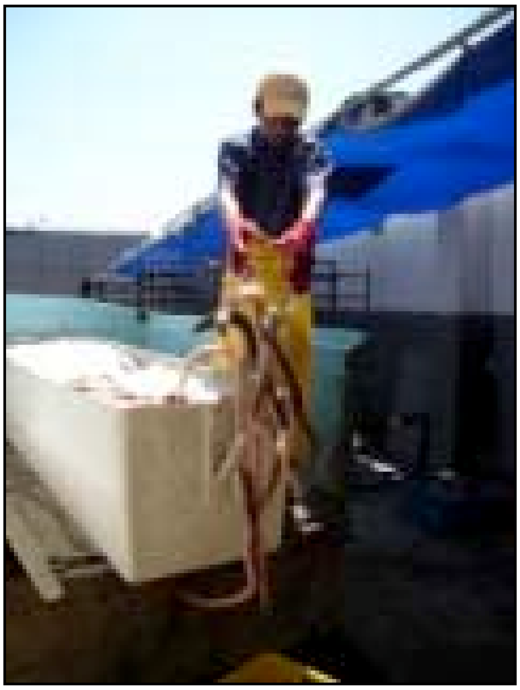
Figura 3.8: Apilado de las nasas en la embarcación

3.2. Procesamiento de Filete de Anguila

3.2.1. Recepción de Materia Prima

El procesamiento industrial de anguilas es básicamente congelado. Las anguilas son trasportadas desde las embarcaciones en recipientes plásticos tapados en agua de mar (permite conservar el producto), con hielo, hacia la planta de proceso.

Figura 3.9: Recepción de la materia prima



3.2.2. Descabezado y Fileteado

Una vez puesto el producto en las gaveta se procede al descabezado y fileteado. En el fileteado se efectúan 2 cortes, el primero que va desde la parte posterior de la aleta pectoral hasta la cola y un segundo que corta el esqueleto.[1]

Figura 3.10: Esquematización de la medición del filete

[1]Tomado del: Breve Perfil Biológico, Pesquero y Comercial de la Anguila, autor: PROMPEX-PERU, año:2002.

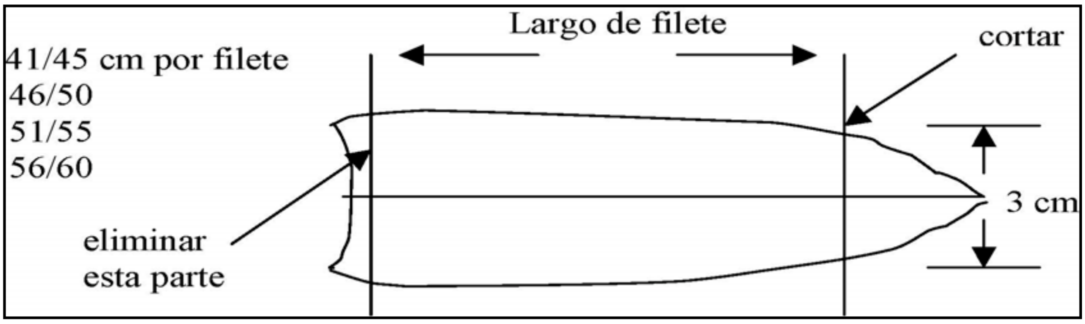


Figura 3.11: Descabezado

Figura 3.12: Fileteado

3.2.3. Selección de Calidad

En esta etapa se evalúa las características básicas de textura , color y contextura que deben cumplir los filetes para ser considerados óptimos para el consumo.

- *Filete Optimo* → Textura: Firme
  Color: Café Claro y Marrón
  Contextura: Consistente

- *Filete no Optimo* → Textura: Blanda
  Color: Blanco Verdoso
  Contextura: No Consistente o agrietada

Figura 3.13: Selección

Figura 3.14: Selección del filete en buen estado

Figura 3.15: Selección del filete en mal estado

3.2.4. Pesado y Lavado

Los filetes en buenas condiciones son colocados en nuevas gavetas para ser pesados y obtener la cantidad de producto bueno que se procesará. Esta etapa ayuda a contabilizar las cantidades exactas de producto que la empresa pagará a los proveedores. Posterior a esto el producto es sumergido en una mezcla de agua de mar con hielo, esta solución contiene cloro en una concentración que debe estar de 2 a 6 ppm y una temperatura menor o igual a 5º C. El tiempo de inmersión del producto deber ser menor o igual a 5 seg. Esta solución es controlada cada cierto tiempo, dependiendo de la velocidad del proceso, aproximadamente cada media o cada hora siempre teniendo en cuenta que los parámetros estén dentro de los rangos permisibles.

Figura 3.16: Pesado

Figura 3.17: Lavado

3.2.5. Limpieza y Lavado

El producto es colocado en mesas de acero, en donde se procede a retirar algunos restos vísceras. El filete limpio es sumergido nuevamente en agua de mar mezclada con cloro y los filetes se acumularán en gavetas de 5 Kilogramos.

Figura 3.18: Limpieza de residuos y vísceras

Figura 3.19: Lavado del filete

3.2.6. Medición y Codificación

Los filetes de anguila ya desinfectados por segunda vez son colocados en mesas de acero para proceder a medirlos en laminas de melanine codificadas según los siguientes diámetros: de 31 a 35 cm.; 36 a 40 cm.; 41 a 45 cm.; 46 a 50 cm.; 51 a 55 cm.; 56 a 57 cm.

Figura 3.20: Medición y Codificación

Figura 3.21: Codificación por clasificación de 31 a 35 cm. y 36 a 40 cm.

Figura 3.22: Codificación por clasificación de 41 a 45 cm. y 46 a 50 cm.

3.2.7. Pesado Final

Una vez que los filetes han sido asignados en las cestas de su correspondiente codificación, se procede a pesar unas segundas cestas que completarán el peso requerido para cada caja de empaque elcuales de 4.98 Kg.

Figura 3.23: Pesado de las cestas codificadas

3.2.8. Desinfección de los materiales de empaque

Los materiales que servirán para conservar el producto en los túneles de hielo a una temperatura de -18 C°, serán fundas sin abertura de polietileno y bandejas de latón las cuales pasarán a ser desinfectadas en agua de mar mezclada con cloro.

Figura 3.24: Desinfección de materiales de almacenado

3.2.9. Envasado

Una vez transcurridos 20 minutos de desinfección de los materiales mencionados anteriormente se procede a colocar las fundas de polietileno en el fondo de la bandeja y luego se van colocando en forma ordenada los filetes de anguila. Cada bandeja lleva una etiqueta que identifica el producto. Luego todas las bandejas son colocadas en un “rack” o anaquel, con la finalidad de ser contabilizadas, la capacidad de cada “rack” es de 39 latas o 151 Kg.

Figura 3.25: Envasado

3.2.10. Estibado

El estibado consiste en acomodar las bandejas metálicas en los “racks “y una vez ya contabilizadas se llevan al congelador de placas para su congelamiento. Para esta fase se cuenta con un congelador con placas capacidad para 7.5 Tn, un congelador de placas con capacidad de 440kg (generador de hielo) y un túnel de aire forzado con capacidad de 3600 kg como máximo. En los congeladores de placas el producto demora aproximadamente de 5 a 6 horas para llegar a una temperatura promedio de -15º C hasta -24º C, en cambio en el túnel de aire forzado puede demorar 16 horas alcanzando a una temperatura promedio de -18º C hasta -24º C.

Figura 3.26: Carro para el almacenado

Figura 3.27: Almacenado I

3.2.11. Retirado de las bandejas o "Desblocado"

Los filetes que fueron congelados en "bloques de metal" son llevados a la sala de proceso nuevamente, donde se sumerge los bloques de 2 a 3 sg. en agua de mar clorada con el objeto de retirar el plástico de los bloques con facilidad para luego empaquetarlo en fundas de polietileno con una sola abertura .Finalmente se colocan los bloques en cajas de cartón .

Figura 3.28: Racks con bandejas

Figura 3.29: Retirado de fundas

Figura 3.30: Desblocado de filetes

Figura 3.31: Enfundado final

Figura 3.32: Empacado

Figura 3.33: Sellado

3.2.12. Almacenamiento

El producto empacado es almacenado en la cámara frigorífica a -15°C. El estibado se realiza sobre parihuelas convenientemente distribuidas parar facilitar la circulación de aire frío.

Figura 3.34: Estibado

Figura 3.35: Almacenado II

3.2.13. Embarque

El producto terminado que se encuentra en la cámara de aire frío, es transportado y llenado en un contenedor o "termoking" verificándose que la temperatura del producto sea menor o igual a -18° C.

Figura 3.36: Traspaso de las cajas al termoking

Figura 3.37: Conteo de las cajas

Figura 3.38: Estibado de las cajas en el termoking

Figura 3.39: Estibado concluido

Figura 3.40: “Flujograma del Procesamientro de Filetes de Anguilas”

Recepción de Materia Prima

↓

Descabezado y Fileteado

↓

Selección de Calidad

↓

Pesado y Lavado

↓

Limpieza y Lavado

↓

Codificación

↓

Desinfección de Materiales de Empaque

↓

Envasado

↓

Estibado

↓

Retirado de la bandeja o “Desblocado”

↓

Almacenamiento

↓

Embarque

Elaborado por: Las autoras

3.3. Materiales y Equipos

3.3.1. Materia Prima

- Anguila común (Ophichtus pacific)

3.3.2. Material para la recepción

- Cubetas plásticas de 60 kg de capacidad aproximadamente

3.3.3. Material para Fileteado y Limpieza

- Soporte de acero inoxidable en “V”
- 4 Tablones de madera con perforaciones
- Canastillas plásticas 5 kg de capacidad aproximadamente
- Cuchillos de acero inoxidable
- Tazón plástico de 8 litros de capacidad
- Destornillador de acero inoxidable
- Mesas de acero inoxidable
- Balanza manual peso bruto máximo 1.000 kg
- 1 Tanque plástico capacidad 2.000 litros
- Manguera de 3 ¼ de pulgadas
- Canastillas plásticas 40 kg. de capacidad aproximadamente

3.3.4. Material para Proceso

- Laminador de códigos
- Mesas de acero inoxidable
- Cestas planas de 5 kg de capacidad con sus respectivos códigos
- Bandejas de latón (5 kg de capacidad aproximadamente)
- Folio de polietileno transparente para bandeja
- Etiquetas de Codifiado

- Anaqueles de metal o “racks” (36 bandejas de capacidad)
- 3 tanques plásticos capacidad 500 litros

3.3.5. Equipo para el Congelado

- 1 Congelador de aire forzado o “túnel” con capacidad de 10.000 Kg. como máximo.
- 1 Congelador de placas con capacidad para 90.000 kg como máximo.
- 1 Congelador de placas con capacidad para 70.000 kg como máximo.
- Cortinas de plástico en tiras de 2m x 0.15m x 5mm.

3.3.6. Material para el Empaque

- Mesas de acero inoxidable
- Cajas “master” de cartón corrugado con capacidad de 10 lbs.
- Bolsas de polietileno con capacidad de 10 lbs.
- Etiquetas
- Carrito hidráulico para transporte de producto

3.3.7. Uniforme del personal de proceso

- Guantes plásticos
- Guardapolvo de tela de color blanco
- Botas de jebe
- Mandil o pechera de plástico color blanco y naranja
- Protector de tela para el cabello o toca

3.3.8. Uniforme del personal de cámara

- Pasamontañas
- Guantes de neoprene
- Casacas y pantalones térmicos

3.3.9. Insumos

- Hielo en escamas

- Cloro granulado al 65%

3.4. Control de Saneamiento

En toda planta procesadora de especies es necesario aplicar un sistema de control de calidad basado en un análisis de riesgos y puntos críticos durante la etapa de procesamiento.

3.4.1. Puntos Críticos

Los puntos críticos de control en el proceso de "Filetes de Anguila" son:

- Recepción de la materia prima
- Lavado y desinfección
- Envasado

3.4.2. Control de Saneamiento

a) De las instalaciones

- El piso y las paredes antes y después de cada proceso, se deben lavar con abundante detergente y enjuagar con agua pura, para luego ser desinfectado con agua clorada.

- Las puertas de la sala de proceso deben tener cortinas plásticas para evitar el ingreso de insectos así mismo, debe contarse con pediluvios con agua de mar clorada para que el personal a la hora de ingresar a sala desinfecte sus botas.

- Los servicios higiénicos deben permanecer limpios con lavadores y jabón líquido germicida, también al ingresar debe haber un pediluvio.

- Los restos de vísceras deben ser retiradas constantemente de la sala y así evitar una posible contaminación del ambiente.

- La sala de máquinas donde se encuentran todos los equipos electrónicos: de frío, de radio, etc, se realizan también limpiezas periódicas (fumigación, desratización, etc.), los lavados y desengrases de expuestos y herramientas son diariamente.

b) Del personal

- El personal varón debe llevar el cabello corto y las mujeres bien sujeto y protegido con tocas para evitar la caída del cabello durante el proceso.

- Las uñas deben estar cortadas en caso de las mujeres deben tenerlas sin esmalte, tampoco se permite el uso de sortijas, de pulseras, ni de aretes para evitar contaminación del producto.

- El personal que labora debe usar mascarilla para evitar contaminación del producto al hablar.

- A la hora de ingresar a la sala de proceso, el personal debe lavarse las manos con jabón e ir correctamente uniformado.

- Se debe tener en cuenta que todas las personas que laboran estén en buen estado de salud.

3.5. Localización e Ingeniería del Proyecto

En Ecuador según el Instituto de Pesca se estima que todo el Perfil Costero posee abundancia en la especie marina “Aguila”, actualmente se realizan los estudio pertinentes para realizar una estimación poblacional de dicha especie.

Una vez analizadas las necesidades requeridas para el procesamiento de productos de mar y dado la disposición de recursos para el procesamiento de Anguilas se ha conformado la sociedad denominada **ELIDEB S.A.,** la cual se dedicará al procesamiento de filetes de anguila en el Cantón Salinas, Av. 51 entre calle 57 y 58 Barrio Santa Rosa, el lugar ofrece las características necesarias para un buen desenvolviendo productivo y comercial ya que cuenta con vías en buen estado, está aproximadamente a hora y media de distancia con el puerto de embarque en Guayaquil.

Se ha considerado que la planta puede despeñar sus actividades en una infraestructura que consista en un espacio donde se pueda instalar una planta con un diseño funcional para un buen resultado de producción.

3.5.1. Datos generales de la planta de producción

Ubicación:	Catón Salinas, Barrio Santa Rosa
Área Total de Terreno:	954.32 m^2
Área Total de Construcción:	736.44 m^2
Área de Espacios Exteriores:	363.68 m^2
Limitación:	Norte, Sur, Este con viviendas y al Oeste con el Mar que bordea al Cantón Salinas.

Los datos sobre costos se indican en el capitulo IV correspondiente al Plan de Negocios.

3.5.2. Distribución por Áreas

ELIDEB S.A. estará conformada por cuatro áreas principales:

- Área Gerencial
- Área Administrativa

- Área de Producción
- Área de Contabilidad

Las Áreas mencionadas anteriormente estarán dirigidos por la Gerencia de manera que puedan funcionar integralmente bajo una dirección que permita mantener el objetivo común de la empresa. El presente capítulo se concretará en la descripción del Área de Producción y las demás áreas se detallarán en el capítulo 4.

3.5.3. Área de Producción

La planta funcionará en un galpón que permita la conexión con las subáreas que la componen, dentro de la planta se maneja principalmente alimentos por lo cual se ha tomado en cuenta los requerimiento especiales en cuanto a conservación y manipulación de los productos, que a la vez evite alteraciones por presencia de insectos, roedores, parásitos y generación de bacterias.

Es importante también que se realicen ensayos para el mejoramiento de la empresa en sus diversas áreas, que al mismo tiempo aumenten su productividad y puedan reducir sus costos de producción.

Se puede identificar áreas específicas dentro de la planta, las cuales tiene requerimientos especiales .Estas áreas son:

- Área de Procesamiento
- Área de Refrigeración
- Área de Almacenamiento y Bodega
- Área de Embarque

3.5.3.1. Área de Procesamiento

- ***Distribución Espacial:***

Se ha considerado cumplir con los requerimientos espaciales específicos que surgen a partir de la instalación de equipos, área de circulación, transporte de productos. En ella se lleva a cabo la experimentación de los procesos productivos.

Esta posee las siguientes subáreas: Recepción, Descabezado y Fileteado, Selección de Calidad, Pesado, Limpieza y Lavado, Codificación, Desinfección de Materiales de Empaque, Envasado y Estibado para lo cual se necesita de:

- Mesas de acero inoxidable en “V”
- 4 Tablones perforados.
- Canastillas plásticas y tazones plásticos
- Cuchillos de acero inoxidable
- Destornillador de acero inoxidable
- Mesas de acero inoxidable
- Balanza peso bruto máximo 1.000 kg.
- Tanque de 500 m^3 de capacidad
- Mangueras
- Laminador de códigos
- Bandejas de latón (10 kg. de capacidad aproximadamente)
- Folio de polietileno
- Etiquetas de Codifiado
- Anaqueles de metal o “racks” (36 bandejas de capacidad)

Figura 3.41: Área de Procesamiento

3.5.3.2. Área de Refrigeración

El producto después de pasar por el área de procesamiento es trasladado al área de refrigeración donde el producto será conservado durante 12 horas a temperaturas sumamente bajas según los parámetros adecuados -15º C y -24º C. Posterior a este lapso de tiempo se trasladará el producto al área de almacenamiento. Los requerimientos de esta área son:

- Un túnel de aire forzado con capacidad de 10.000 kg como máximo.

Figura 3.42: Túnel de aire forzado

3.5.3.3. Área de Almacenamiento y Bodega

Una vez finalizado el proceso de “Desbloqueado de Filetes” se procederá a almacenar el producto en las cámaras de frío, en esta área se debe tomar en cuenta el control de la refrigeración adecuada para evitar que el producto se afecte en su calidad para ello es necesario la instalación de dos Cámaras de Congelamiento.

- Un congelador de placas con capacidad para 90.000 Kg como máximo.

- Un congelador de placas con capacidad para 75.000 Kg como máximo.

Figura 3.43: Congeladores del almacén del Producto Terminado

Figura 3.44: Almacén de Producto Terminado

3.5.3.4. Área de Embarque

Esta área está estratégicamente ubicada a la entrada de planta con el objeto de facilitar la movilización de las cajas de producto terminado al Container “Termoking” sin que se afecte la calidad del producto:

Figura 3.45: Área de Embarque

Figura 3.46: Colocación de cajas en el container

Tabla 3.1: Distribución del personal encargado del procesamiento de "Filetes de Anguila" en

" ELIDEB S.A."

ÁREAS	PERSONAL	DESCRIPCIÓN
ÁREA DE PROCESAMIENTO	1 Ing. Pesquero o Biólogo Marino	*Jefe de Producción responsable del area productiva .
	6 Fileteadores	* Encargados de la recepción del producto hacia el área de fileteado *Descabezado y Fileteo del Producto * Registrador del pesaje de Materia Prima para el pago a los proveedores * Control el cumplimiento de todos los procesos y normas necesarias para el correcto procesamiento.
	1 Supervisor de Sala	
	3 Obreros	*Selección de Calidad y Transportación del Producto hacia el área de limpieza.
	16 Obreros	*Limpieza y Lavado del Producto *Pesado para Pago de Jornal *Desblocado y Empaquetado
	4 Obreros	*Glaseado ,codificado y Pesado de los Kilos a ser empacados
	6 Obreros	*Para envasado
ÁREA DE ALMACENAMIENTO Y BODEGA	1 Jefe de Bodega	*Encargado de llevar el control de kg de producto terminado que se vaya almacenando y encargado del correcto embarque.
	1 Auxiliar de Bodega	*Desinfección y transportación de Materiales para Estibación. *Abastecimiento de hielo para mantención de producto.
	4 Obreros MultiOficios	*Estibado de Filetes *Encargados del Congelamiento *O para algún aspecto adicional como: Clorinación y Servicios Higiénicos
ÁREA DE EMBARQUE	6 Fileteadores	*Encargados de la Transportación al Termoking en el Área de Embarque.

Elaborado por: Las Autoras

Figura 3.47: Esquema de la Planta de Procesamiento de “Filetes de Anguila”

PLANTA

CAPITULO 4

PLAN DE NEGOCIOS

4.1. Definición Estratégica de la Empresa

4.1.1. Definición del Negocio

En el Ecuador encontramos muchas oportunidades en el sector pesquero por la diversidad de especies marinas que posee el país, pero existen pocos quienes se atreven a realizar interesantes inversiones en la búsqueda de recursos altamente rentables. Es por eso que ELIDEB S.A. será una empresa dedicada a la comercialización y exportación de filetes congelados de *Anguila Remiger*, donde la calidad será el punto principal a tomar en cuenta, además de cubrir la demanda de este producto en los mercados asiáticos y de esto dependerá el éxito de ingresos de la empacadora.

Al tratarse de un producto de exportación el control de calidad pasa a ser la razón misma de la empresa. El proceso de fileteado, empacado y embarque conllevan una serie de procedimientos que deben cumplirse a cabalidad para obtener un producto final atractivo para los potenciales compradores y sea más apetecido que cualquier sustituto.

La empacadora también aportará con el desarrollo del sector pesquero al ampliar el comercio internacional de una nueva variedad marina y dado que para llevar a cabo este proyecto se empleará mano de obra ecuatoriana se puede señalar como un punto positivo el fomentar el empleo con los pescadores artesanales.

ELIDEB S.A. brindará al país la oportunidad de aumentar el rubro de ingresos de productos no tradicionales por la exportación de uno de los productos de mar más apetecidos por la calidad de su carne, su sabor y contenido nutricional hacia países asiáticos y en un futuro hacia los mercados de Europa y América sin descartar la posibilidad de fomentar el consumo de la Anguila Remiger entre los ecuatorianos y así también aprovechar los beneficios del producto.

4.1.2. Misión

Ofrecer productos de mar que cumplan con los más altos niveles de calidad para satisfacer hasta la demanda más exigente y el interés en mercados potenciales con plena competitividad, fomentando el empleo y contribuyendo con la producción nacional.

4.1.3. Visión

Ser reconocida en el mercado nacional e internacional como una empresa sólida, orientada a desarrollarse bajo una estructura eficiente, ágil, flexible, capaz de responder inmediata y diligentemente a los cambios y necesidades del mercado y de los clientes apuntando hacia el crecimiento sectorial y nacional.

4.1.4. Filosofía

Creemos en una organización interna enfocada a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, en la orientación de la gestión de la empresa hacia la optimización de los procesos que se llevan a cabo, en la necesidad de mejorar nuestro sistema de gestión de una manera continua, permanente y sistemática.

Existe un compromiso dirigido:

- **Para nuestros clientes:**
  - ✓ Promover la mejora continua y permanente en la calidad de sus productos y servicios a fin de satisfacer con creces sus necesidades y expectativas.
  - ✓ Asegurar la inocuidad de nuestros productos.
  - ✓ Promover la competitividad y la actualización tecnológica.

- **Para nuestros proveedores:**
  - ✓ Invitarlos a integrarse al proceso de sistema de gestión de la calidad, a través de la entrega de materia prima, insumos y materiales de excelente calidad.

- **Para nuestro colaboradores:**
  - ✓ Promover un ambiente agradable de trabajo.
  - ✓ Promover y motivar la capacitación continua.
  - ✓ Promover un ambiente de trabajo seguro y saludable.
  - ✓ Promover el trabajo basado en la higiene.

- **Respecto a la utilización de los recursos:**
  - ✓ Obtener la máxima eficiencia y eficacia operando al mínimo costo.
  - ✓ Promover el cuidado del medio ambiente.
  - ✓ Establecer parámetros de control que permitan optimizar el buen uso de nuestros recursos.

En ELIDEB S.A. hemos asumido el desafío de querer ser una de las compañías líderes en el adecuado aprovechamiento de los recursos del mar ecuatoriano. Ello nos compromete a servir mejor a nuestros clientes y nos reafirma como un factor de desarrollo y fuente de trabajo segura y estable para la gente de nuestra tierra.

Nuestra meta es producir con la máxima calidad y eficiencia, para satisfacer la exigente demanda y la compleja dinámica del mercado, utilizando las más modernas prácticas con el objeto de preservar nuestro medio ambiente en todo el proceso productivo.

La empresa contará con una administración profesional, dinámica e interconectada entre las distintas áreas de la compañía, para mantener una constante búsqueda de nuevos desafíos y alternativas de negocio. A su vez, se buscará potenciar al máximo los negocios y proyectos de los que participará, incorporando la innovación como un elemento central para alcanzar un liderazgo en la industria mundial de productos del mar.

4.1.5. Valores Organizacionales

ELIDEB S.A. cultiva un conjunto de valores corporativos, que inspiran a sus directivos, técnicos y trabajadores para alcanzar nuevas metas de servicio y producción.

- **Calidad:** En productos y procesos que brindan total confianza al consumidor.
- **Responsabilidad**: Al poner en práctica el estricto cumplimiento de los requerimientos de los clientes bajo la disciplina y puntualidad de nuestro personal.
- **Integridad:** Al realizar nuestro trabajo con honestidad y transparencia basado en normas claras y fundamentos permanentes de ética.
- **Respeto:** Por la labor, conocimientos, experiencia y colaboración de cada uno de los que forman parte directa o indirecta de la empresa.
- **Amabilidad:** Reflejada en el trato cordial del día a día entre los que laboran en ELIDEB S.A. además de los agentes externos.
- **Progreso:** Al crear fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo del país.
- **Servicio:** Al tener plena disposición en liberar acciones a favor de nuestros clientes, colaboradores y coidearios.

4.2. Consideraciones Legales

En este apartado se ha tomado en cuenta todos los aspectos legales que son necesarios para poder constituir la compañía, los permisos de funcionamiento, patentes y otros requisitos que legalmente se exige para poder operar sin problemas la empresa.

4.2.1. Constitución de la Empresa

Hoy en día ningún investigador o analista podría pasar por alto la globalización cuando procura comprender los cambios y tendencias del comportamiento productivo y económico del mundo actual. Y es que la llamada globalización no sólo tiene un carácter expansivo en acortar y acelerar las transacciones de mercancías en el mercado, sino que a la vez implica cambios radicales en la manera cómo los actores de la economía responden a sus necesidades y las rápidas fluctuaciones en el mercado.

Para las empresas, al igual que los agentes de la economía y la producción, la globalización también supone un reordenamiento de los mercados y a la vez un diverso conjunto de formas y estrategias que los sectores y agentes de la economía mundial implementan para mejorar su inserción.

La conformación de mercados regionales y grupos de países en acuerdos de cooperación nos revela un nuevo referente territorial de competencia para los países. Así mismo, la liberación comercial y el consecuente arco de acuerdos reguladores y normativos del comercio mundial obligan a las empresas a redefinir y afinar sus estrategias para lograr competitividad en el mercado mundial. Es por esta razón que ese crean las empresas exportadoras como ésta.

4.2.1.1. Aspectos relacionados con la constitución de la empresa

La Ley de Compañías menciona que el contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades[1]; y que existen 5 especies de compañías de comercio a saber: 1) Compañía de nombre colectivo, 2) Compañía en comandita simple y dividida por acciones, 3) Compañía de responsabilidad limitada, 4) Compañía anónima y 5) Compañía de economía mixta[2]. De esta manera ELIDEB S.A. forma parte de la cuarta clasificación constituyéndose como aquella sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones[3].

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas[4]. Asunto que se cumple con el propio nombre de la empresa ELIDEB S.A. La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías y habiéndose corroborado el cumplimiento de todos lo requisitos legales, se procederá a la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil[5].

Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte por lo menos[6].

La escritura de fundación contendrá[7]:

---

[1] Art. 1 [Contrato de Compañías y régimen legal] de la Ley de Compañías (actualización 2005).
[2] Art. 2 [Especies de Compañías] de la Ley de Compañías (actualización 2005).
[3] Art. 143 [Definición] de la Ley de Compañías (actualización 2005).
[4] Art. 144 [Denominación] inciso 2do de la Ley de Compañías (actualización 2005).
[5] Art. 146 [Constitución e Inscripción] de la Ley de Compañías (actualización 2005).
[6] Art. 147 [Requisitos para constitución definitiva] de la Ley de Compañías última (actualización 2005).
[7] Art. 150 [Contenido de la escritura de fundación] numerales 1 al 7 de la Ley de Compañías última (actualización 2005).

1) Lugar y fecha en que se celebre el contrato.
2) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyen la compañía y su voluntad de fundarla: Debbie Bustamante y Eliana Segovia, ambas de nacionalidad ecuatoriana residentes y domiciliadas en la ciudad de Guayaquil.
3) El objeto social, debidamente concretado: El objeto de la compañía es la producción y exportación de anguilas congeladas con destino a países asiáticos con la finalidad de acaparar esos mercados y lograr rentabilidad.
4) Su denominación y duración: ELIDEB S.A. de duración indefinida.
5) El importe del capital social: $72,043, contando con 72,043 acciones a razón del valor de $1 por acción.
6) La indicación de lo cada socio suscribe y paga en dinero u otros bienes: Eliana Segovia aportará con $36,021.50 al capital social, mientras que Debbie Bustamante lo hará con $ 36,021.50.
7) El domicilio de la compañía: Provincia del Guayas, cantón Salinas sector Santa Rosa.

4.2.1.2. Formalidades a cumplir para la puesta en marcha del negocio

Para la constitución de la empresa y todos los trámites correspondientes con respecto a ella, se contará con el apoyo de la Cámara de Comercio la cual realizará todos los trámites para la constitución, que incluye el registro mercantil, la notarización de las escrituras, el RUC, la cuenta en el banco, la inscripción en la Cámara de Comercio y todo documento necesario. Los costos de esta constitución serán de 175.70 dólares.

Los demás trámites serán realizados por personal de la compañía, los cuales se enumeran a continuación con su respectivo costo, pero si quiere ver detalladamente requisitos necesarios para obtenerlos podrá remitirse al ANEXO 8 para el caso.

Tabla 4.1: Documentación necesaria para poner en marcha el negocio

DOCUMENTO	COSTO
Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos	$ 125
Patente Municipal para Persona Jurídica	$ 12
Permiso de Funcionamiento de Locales Comerciales, Industriales y de Servicios *	$ 180

Elaborado por: Las autoras

*El costo del trámite es de acuerdo al tamaño de la planta los valores son los siguientes:

Tabla 4.2: Costo para habilitación de una planta

TAMAÑO	VALOR
De hasta 50 mts^2	$ 30
De 51 hasta 100 mts^2	$ 60
De 101 hasta 200 mts^2	$ 90
De 201 hasta 500 mts^2	$ 120
De 501 hasta 1000 mts^2	$ 150
De 1001 hasta 2500 mts^2	$ 180
De 2501 en adelante...	$ 210

Fuente: Municipio de Guayaquil

Elaborado por: Las autoras

4.2.1.3. Trámites para la Exportación y Requisitos

4.2.1.3.1. Requisitos para ser exportador

Solicitar en el Departamento de Comercio Exterior de un Banco Corresponsal del BCE la Tarjeta de Identificación, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

- Personas naturales
  - ✓ Copia Cédula de identidad
  - ✓ Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Personas jurídicas
  - ✓ Copia del Registro Único de Contribuyente
  - ✓ Copia de la constitución de la compañía.
  - ✓ Comunicación suscrita por el representante legal constando:
    - ❖ Dirección domiciliaria
    - ❖ Número telefónico
    - ❖ Nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y números de cédula de identidad.
  - ✓ Copia del nombramiento de representante legal
  - ✓ Copia de Cédula de identidad del representante legal.

4.2.1.3.2. Requisitos y Trámites Generales

El Exportador deberá preparar la siguiente documentación[8]:

---

[8] Los siguientes puntos fueron tomados de las Regulaciones del Banco Central.

1. FUE Formulario Único de Exportación

2. Factura Comercial y Lista de Bultos

Se deberá elaborar una factura comercial que comprenda un original y 5 copias. La factura debe contener:

- N° del Formulario Unico de Exportación, FUE.
- Subpartida arancelaria del producto.
- Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- Forma de pago.
- Información del comprador (nombre y dirección).

3. Trámites Aduaneros

Se una declaración aduanera escrita, adjuntando:

- FUE aprobado
- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea, carta o porte
- Factura comercial
- Autorizaciones previas
- Certificado de inspección
- Otros requisitos exigibles

4. Ingreso de divisas

Los exportadores están obligados a ingresar al país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB mediante depósito en cuentas corrientes, de ahorros o de inversión a su nombre, en los bancos y sociedades financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el país, sean o no corresponsales del Banco Central.

Las divisas pueden ingresarse antes o después del embarque de las mercaderías, debiéndose especificar en el FUE.

- Si se ingresan antes el depósito de las divisas así realizado será considerado definitivo.
- Si se ingresan después el depósito deberá efectuarse máximo hasta la fecha de vencimiento del plazo estipulado con su comprador extranjero para el pago de la mercancía; plazo que también deberá hacerse constar en el FUE.

Para ver el procedimiento y los tramites detallados para la exportación ir al ANEXO 8.

4.3. Análisis FODA de la Empresa

- Fortalezas

  - ✓ Alta rentabilidad sobre una baja inversión dado que no se requiere de una gran infraestructura.
  - ✓ La calidad y excelente sabor de la carne permiten la elaboración de una gran variedad de platos exóticos.
  - ✓ No existe gran cantidad de competidores directos en el país.
  - ✓ Las aguas marinas del país se constituyen en un habitad ideal para la reproducción de la anguila.

- Oportunidades

  - ✓ Aumento del consumo de anguilas en el mercado asiático, dado que chinos, coreanos y japoneses están adoptando la cultura de consumir productos ligeros en grasas, y cada vez menos carnes rojas.
  - ✓ Recurso no explotado en el país. Si bien es cierto hace unos años se emprendió la comercialización de este producto ahora se ha dejado de hacer.
  - ✓ Disminución de la producción de anguila en países europeos, siendo una especie en amenaza debido a la pérdida de su habitad y a la falta de regulación en la pesca.
  - ✓ El cultivo de la anguila de forma artificial, ya que existen estudios preliminares en el Instituto Nacional de Pesca del Ecuador que indican que es posible la cría de esta especie de mariscos.

- Debilidades

  - ✓ Baja productividad y empleo de tecnología para realizar los procesos
  - ✓ El producto latinoamericano es menos preferido por países asiáticos los cuales acostumbran consumir las anguilas de tipo europea o asiáticas
  - ✓ Fácilmente perecible y alto grado de descomposición al momento de trasladar el producto desde su captura hasta la empacadora, siempre que no se tomen las medidas necesarias.
  - ✓ Falta de apoyo gubernamental en capacitación de artesanos de la pesca.

- Amenazas

  - ✓ Fuerte apertura del mercado peruano y chileno en la exportación de anguila congelada.
  - ✓ Ingresos de nuevos competidores ecuatorianos.
  - ✓ Regulación en la captura por organismos internacionales.
  - ✓ Estacionalidad de la captura del producto por factores climáticos.

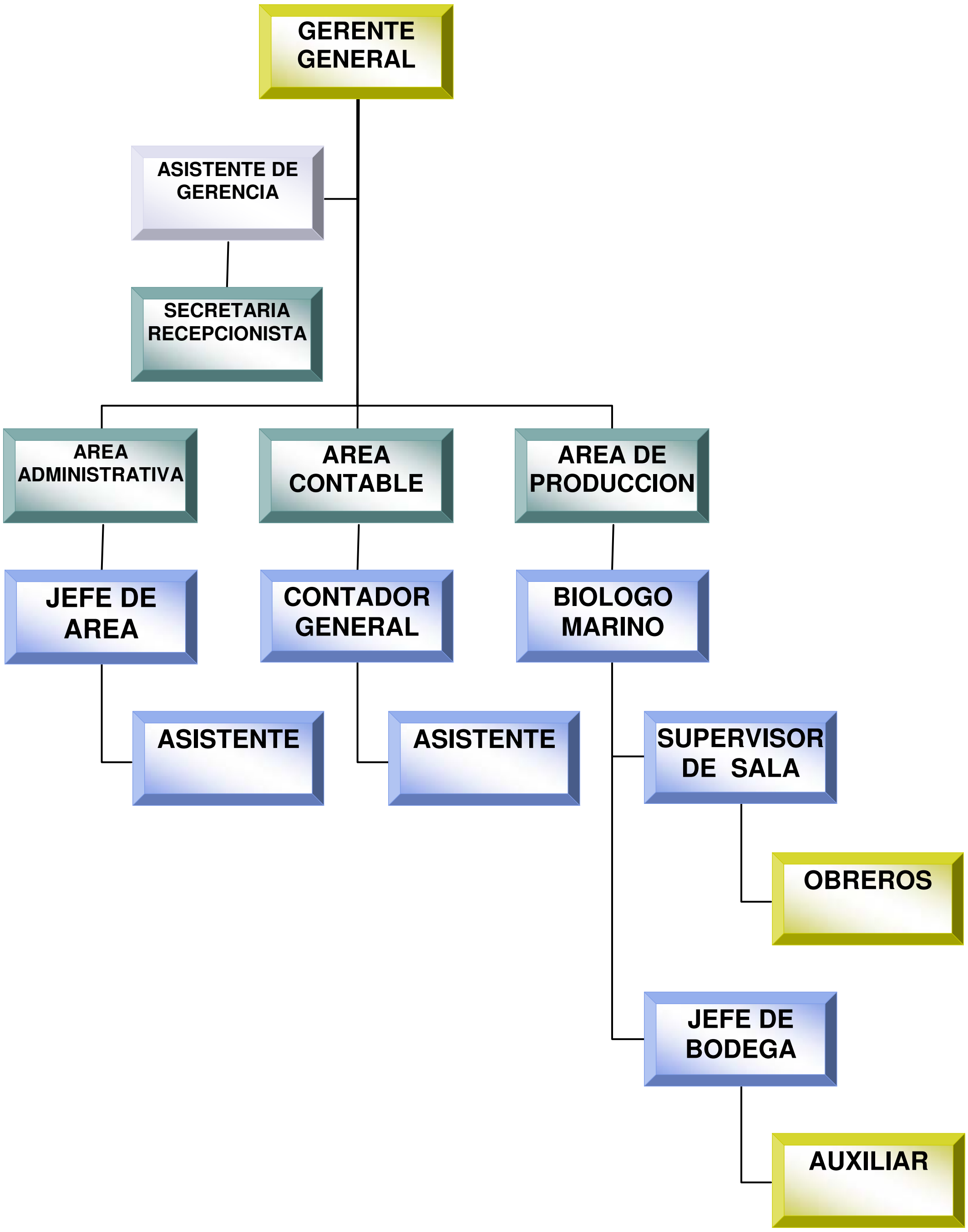
4.4. Logo de ELIDEB S.A.

Figura 4.1: Logo de la empresa ELIDEB S.A.

4.5. Consideraciones Administrativas

4.5.1. Organización del Proyecto

Figura 4.2: Organigrama de la empresa



Elaborado por: Las autoras

Con el fin de obtener una mejor estructura funcional de la Planta, se ve la necesidad de incorporar dentro del personal, Empleados capacitados de acuerdo a las áreas creadas, las mismas que son útiles y necesarias de acuerdo a los requerimientos del proyecto y del producto a producir las cuales son:

- Área Gerencial
- Área Administrativa
- Área de Producción
- Área de Contabilidad

4.5.1.1. Área Gerencial

Los espacios de esta área se delimitan por las funciones específicas a realizarse, se pueden identificar tres subáreas :

A) Gerencia General
B) Asistente de Gerencia
C) Secretaria Gerencia General

A) Gerencia General

Su función es la dirección de la empresa de manera que influya en el personal para la obtención de metas.

- *Personal:* Profesional titulado en la carrera de Administración de Empresas o carreras afines como Ingeniería Comercial y Economía con experiencia mínima de 5 años quien cumplirá con las siguientes funciones:

  - **Ventas y Negociaciones:**
    - ✓ Buscar Clientes

- ✓ Negociación con potenciales clientes
- ✓ Responsable de las estrategias de mercado
- ✓ Diseñar y armar ofertas

- ❖ **Compras y Adquisiciones:**
  - ✓ Evaluará los requerimientos de las diferentes áreas según informes de la Asistencia de Gerencia y será con los responsables de las mismas con quien definirá compras y adquisiciones.
  - ✓ Responsable de seleccionar la mejor cotización de costos de producción.

- ❖ **Organización y Planificación**
  - ✓ Organizará Producción con el Departamento de Producción de acuerdo a las necesidades de los pedidos.
  - ✓ Solicitará a la Asistente de Gerencia información de cada uno de los departamentos cuando lo amerite el caso con el fin de realizar control de los procesos.

- ❖ **Informes y Balances**
  - ✓ Revisará con cada una de las áreas informes mensuales y anuales de tipo estadístico de las áreas.
  - ✓ Los balances y Estados Financieros deberán ser controlados, llevando esta información conjuntamente con el Área de contabilidad.

B) Asistente de Gerencia

La función principal de dicha designación es realizar la labor de apoyo a la Gerencia General con respecto a todo lo concerniente a las funciones gerenciales.

- *Personal:* Profesional titulado o egresado en la carrera de Administración de Empresas o carreras afines como Ingeniería Comercial y Economía con experiencia mínima de 3 años quien cumplirá con las siguientes funciones:

  - **Ventas y Negociaciones**
    - ✓ Buscar Clientes y realizar el respectivo contacto
    - ✓ Responsable de armar las estrategias de mercado
    - ✓ Diseñar y armar ofertas
    - ✓ Responsable directo de la Logística de Exportación

  - **Compras y Adquisiciones**
    - ✓ Realizar informes sobre los requerimientos de las diferentes áreas .
    - ✓ Responsable de realizar las cotizaciones de los costos de producción.

  - **Organización y Planificación**
    - ✓ Organizará Producción con el Departamento de Producción de acuerdo a las necesidades de los pedidos.
    - ✓ Solicitará información a cada uno de los departamentos cuando lo amerite el caso con el fin de realizar control de los procesos.

  - **Informes y Balances**
    - ✓ Receptará y ayudara a la generación de informes mensuales y anuales de tipo estadístico de las áreas.
    - ✓ Los balances y Estados Financieros deberán ser controlados, llevando esta información conjuntamente con el Área de contabilidad.
    - ✓ Actualización de reportes de ventas
    - ✓ Actualización de precios

- ✓ Ingreso de inventario y material promocional al sistema que use la empresa.

- ❖ **Otras Funciones**
  - ✓ Absolver consultas con su especialidad
  - ✓ Actualización de presupuestos (En lo referente al Plan de Marketing).
  - ✓ Realizar estudios e investigaciones sobre mejora y rediseño de procesos del negocio , la calidad y la productividad empresarial.
  - ✓ Revisar y/o estudiar documentos administrativos y emitir informes técnicos especializados.
  - ✓ Participar en comisiones y reuniones de trabajo.
  - ✓ Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por la Gerencia General.

C) Secretaria Gerencia General

La finalidad el cargo es ejecutar actividades de apoyo secretarial y administrativas que conlleven un grado de responsabilidad y confiabilidad por la Gerencia General.

- ➢ *Personal:* Una persona con título de Bachiller en las especializaciones Secretariado, Administración y Comercio o Sociales, con experiencia mínima de 1 años quien cumplirá con las siguientes funciones:

  - ❖ Recepcionar, clasificar, registrar y distribuir la documentación de la Gerencia General, a través del sistema de Tramité Documentario, a sí como cautelar y mantener actualizado el archivo general y confidencial correspondiente.
  - ❖ Preparar el despacho de la documentación para atención y/o respuesta, efectuando el seguimiento pertinente.

- ❖ Atender y efectuar llamadas telefónicas, así como mantener actualizada la agenda diaria de la Gerencia General ,coordinando las reuniones y citas respectivas.
- ❖ Tomar dictados taquigráficos, redactar documentos variados de acuerdo a instrucciones tanto de la Gerencia General y Asistente de Gerencia.
- ❖ Efectuar el requerimiento y distribuir los útiles de oficina a las diferentes Áreas, efectuando el control de los mismos.
- ❖ Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente General y Asistente de Gerencia.

4.5.1.2. Área Administrativa

Su función es la dirección de la empresa de manera que influya en el personal para la obtención de metas. La labor principal entonces es dirigir al personal de la empresa en base a distintos puntos.

- ➢ *Personal:* Un Profesional titulado y un profesional egresado en la carrera de Administración de Empresas, o carreras afines como Ingeniería Comercial y Economía con experiencia mínima de 3 años para el personal titulado y de 0 a 1 año para el profesional egresado. Dentro de las funciones que tendría que desempeñar están:

  - ❖ **Planificación y Organización**
    - ✓ Trabajar conjuntamente con Área de la Gerencia General y con todas las áreas que conforman la planta procesadora de filetes de anguila para definir que es lo que se desea de las áreas, sus limitaciones y fortalezas, lo que implica llenar los puestos de la estructura organizacional de la empresa y mantenerlos ocupados según procesos de selección.

- **Motivación**

  - ✓ En cuanto al liderazgo, trabajo en grupo en grupos comunicación, cambio organizacional. Esta área es la que se encarga de infiltrar en todas las áreas funcionales de la empresa la cultura organizacional. Debe por tanto influir en el personal para seguir el mismo propósito común de la empresa.

4.5.1.3. Área de Producción

Dicha Área fue descrita en detalle en el capitulo 3.

4.5.1.4. Área de Contabilidad

En esta área se puede distinguir dos subáreas:

A) Contabilidad General

B) Asistencia Contable

A) Contabilidad y Finanzas

Su función es el análisis financiero y contable de la empresa, establece el manejo de dinero, remuneraciones, fijación de precios del producto, presupuestos, control de costos y Estados Financieros.

- *Personal:* Este departamento se conforma de un Contador General CPA Titulado con experiencia mínima de 5 años.

B) Asistente Contable

Cuya función es asistir en todas las actividades necesarias al Contador General.

- *Personal:* Este departamento se conforma de un Asistente Contable con título Bachiller Contador General Titulado con experiencia mínima de 2 años.

Tabla 4.3: Valores de sueldos de empleados y obreros

AREA	TIPO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDOS	EXPERIENCIA MINIMA
AREA GERENCIAL	GERENTE GENERAL	1	$ 1,200.00	$ 1,200.00	5 AÑOS
	ASIST. DE GERENCIA	1	$ 300.00	$ 300.00	3 AÑOS
	SECRE. RECEPCIONISTA	1	$ 250.00	$ 250.00	1 AÑO
AREA ADMINISTRATIVA	ECO. O ING. COMERCIAL	1	$ 500.00	$ 500.00	3 AÑOS
	ASISTENTE	1	$ 300.00	$ 300.00	2 AÑOS
	GUARDIAS	2	$ 200.00	$ 400.00	0-1 AÑO
AREA CONTABLE	CONTADOR GENERAL	1	$ 500.00	$ 500.00	5 AÑOS
	ASISTENTE	1	$ 250.00	$ 250.00	1 AÑO
AREA DE PRODUCCION	BIOLOGO MARINO	1	$ 700.00	$ 700.00	5 AÑOS
	SUPERVISOR DE SALA	1	$ 380.00	$ 380.00	1 AÑO
	JEFE DE BODEGA	1	$ 350.00	$ 350.00	3 AÑOS
	AUXILIAR DE BODEGA	1	$ 250.00	$ 250.00	1 AÑO
	OBREROS	39	$ 200.00	$ 7,800.00	0-1 AÑO
	TOTAL	52	$ 5,380.00	**$ 13,180.00**	

Elaborado por: Las Autoras

4.6. Objetivos Empresariales

- Lograr un penetración de mercado efectiva y un posicionamiento ante nuestros clientes, basado en nuestras estrategias, la calidad de nuestro producto y el servicio al cliente.
- Lograr una solidez económica y financiera de la empresa, a partir de los controles de presupuestos y la explotación de nuevos mercados.
- Para el primer año lograr colocar ante nuestros clientes 771 toneladas de anguila congeladas.
- Realizar una correcta distribución del producto con el mínimo número de intermediarios, de tal forma que se pueda mantener el precio por kilo del producto, acorde a la realidad del mercado y en función a los requerimientos de nuestros clientes.

- Obtener un incremento gradual de las ventas y la producción, manteniendo un crecimiento anual del 20% para los primeros 5 años, basados en nuestro esfuerzo de promoción y distribución, y luego un crecimiento del 10% para los 5 años posteriores.

4.7. Posicionamiento y Diferenciación

4.7.1. Diferenciación

Consiste en ofrecer un producto que se ajusta perfectamente a las exigencias del mercado, considerando el cumplimiento a cabalidad de los procedimientos de empaquetado, embalaje y envió de la carga, de tal forma que se mantenga un producto de alta calidad en función a los requerimientos de los potenciales clientes.

4.7.1.1. Diferenciación del Producto

En el capítulo anterior se mencionó que la carne de anguila es de fácil deterioro y por eso es necesario tomar ciertas medidas para precautelar la calidad de la misma. De esta manera la carne de anguila será cuidadosamente seleccionada en función a diferentes factores (textura, color, olor y otras variables), así para esto el producto será cubierto en fundas de polietileno luego de la respectiva limpieza y desinfección, para luego ser colocada en cajas de cartón debidamente etiquetadas con el nombre de la empresa, slogan, peso, registro sanitario y otros requerimientos que son necesarios en función a los países de destino.

Las dimensiones de las cajas serán de 65x36x13 cm. y tendrá una capacidad de peso de 18 kg. El nombre del producto, el nombre de la empresa, el slogan y la identificación de que es un producto 100% ecuatoriano, será detallado en la parte frontal de la caja y en la tapa. El detalle del contenido y características del producto estarán plasmados en las caras laterales de la caja de forma legible y cumpliendo con las especificaciones exigidas en los mercados internacionales.

4.7.1.2. Diferenciación de los Servicios

Que estos sean realizados con eficiencia, eficacia, responsabilidad, de acuerdo a las especificaciones contratadas y comprometidos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En cuanto a lograr el mejor desempeño y el cumplimiento de las especificaciones de calidad, garantías exigidas resaltaremos la aplicación de las más estrictas normas sanitarias, de calidad y de mantenimiento de la cadena de frió para conservar de la mejor manera el producto.

Un último punto a destacar en este apartado es que nuestra empresa adoptará una política de despacho y envío de la carga para cumplir todos los procesos de producción de la anguila congelada. Se empieza por la parte donde el pedido es completado y debidamente facturado. A continuación los productos salen del congelador-bodega en perfecto estado hacia el container que será cerrado además de que contará con las condiciones que preserven la integridad de las cajas para garantizar la calidad del producto. El traslado del container hacia el puerto se realizará en dos horas aproximadamente desde la empacadora y se procederán a realizar los controles de aduana de la manera más ágil posible hasta que sea embarcado con destino a los países asiáticos de China, Corea del Sur y Japón.

Luego se procede a notificar al o los clientes que se ha procedido con el despacho y que el container llegará a su destino según las condiciones de la compra, esperando confirmación de haber recibido la carga en el tiempo estimado.

4.7.1.3. Diferenciación del Personal

Contratamos personal calificado y capacitado que contribuyen con el cumplimiento de los procesos y objetivos de una forma interactiva, cordial, esmerada y profesional.

- *Competencia*. Los empleados tienen la misión de cumplir con los trabajos encomendados, resolver todas las dudas, inquietudes y facilitar soluciones en los atascos que presenten determinados procedimientos.
- *Conocimientos necesarios*. Tanto los empleados de la empresa deben mantenerse en constante capacitación y conocimiento de sus labores para su mejor desenvolvimiento en sus tareas.
- *Cortesía*. Entre los clientes y empleados debe existir un trato cordial, gentil y amable.
- *Confiabilidad, ética y moral*. Todas las acciones que realicen los empleados deben siempre ir enfocados a proporcionar un servicio de calidad, veracidad que demuestren sus actitudes de ética y buena educación, concerniente a los requerimientos del cliente.
- *Capacidad de respuesta*. Los empleados deben actuar con rapidez ante los requerimientos de la empresa y sus clientes, así como solucionar los inconvenientes que se presenten de forma ágil y profesional.
- *Comunicación*. Mantener una comunicación clara con el cliente, es decir, como la razón de ser de la empresa es la exportación de la anguila congelada, este punto tendrá soporte con los medios de rápida transmisión de información como son el Internet, fax, líneas telefónicas y celulares, etc. Sin embargo no se descarta la posibilidad que en el futuro se realice una opción de comercialización dentro de los mercados locales. Finalmente también vale considerar la comunicación entre compañeros para resolver de forma efectiva cualquier inconveniente.

4.7.2. Posicionamiento e Imagen

Se ofrecerá una imagen que haga identificar a una empresa que lleva la producción de un bien altamente apetecido en mercados internacionales, posicionándose como una compañía que ofrece alto cumplimiento y garantía. Así que para poder lograr esto, se harán todos los esfuerzos por parte de la empresa para cumplir los contratos, mantener la calidad del producto y el volumen ofrecido, además para potenciar la imagen se diseñara una pagina Web y papelería corporativa, lo cual dará ante los empleados y clientes la imagen requerida para posicionarnos, tal como se verá en la estrategia de promoción y comercialización, más adelante.

4.7.3. Marca y Slogan de la Empresa

Vitamar

"Un mar de calidad"

Figura 4.3: Logo de la marca "Vitamar"

4.8. Planes Estratégicos de Marketing

4.8.1. Producto

La característica principal de este producto es ser un commodity, lo que quiere decir que proviene de la naturaleza con cero o mínimas modificaciones en su composición original, constituyéndose en una variedad de comida marina diferente a lo conocido y tradicional, además de ser deleitable al paladar.

Como ya se explicó en el capítulo 3 las anguilas son extraídas del mar, de allí que se las considera un recurso natural y luego de determinados procesos se convierte en filetes de anguila congelados pasando a ser el llamado producto commodity. Este producto después de comercializado y exportado llegará a los países asiáticos para formar parte del consumo alimenticio de chinos, coreanos y japoneses, que podrán deleitarlo en saludables, exquisitos e incluso afrodisíacos platos.

La empacadora ELIDEB S.A. buscará penetrar en el mercado a partir de la capacidad de elaborar un producto de calidad, atendiendo con prioridad las exigencias de los clientes y del mercado. Así se convertirá en una representante de la excelente producción ecuatoriana en alimentos del mar.

4.8.1.1. Niveles de Producto

En las anguilas congeladas “Vitamar” se identifican tres niveles de producto por lo que es indispensable que la empresa muestre estos niveles de oferta del producto de la siguiente manera:

- ***Beneficio central***: La anguila así como todos los pescados, en general presentan un contenido calórico bajo, son buenas fuentes de proteínas de alto valor biológico, aportan vitaminas tanto hidrosolubles como liposolubles así como algunos minerales.

- ***Producto genérico***: Las Anguilas Remiger que abundan en el mar ecuatoriano como un potencial recurso natural explotable.

- ***Producto esperado***: El filete de anguila congelado, listo para ser sazonado y preparo en platos orientales especiales.

Cabe recalcar que no se consideran en este análisis los de niveles de producto: *producto aunmentado* y *producto potencial*, porque como ya se explicó estamos analizando un commodity, el cual posee pocas fases de transformación, entonces las anguilas congeladas no aplican dentro de las categorías mencionadas.

4.8.1.2. Clasificación del Producto

El producto básicamente se clasifica dentro del segmento

Bienes de consumo con características nutricionales: El comprador que para este caso son distribuidores de alimentos procesados, congelados, enlatados y empacados al vacío también tienen su mercados con clientes como: supermercados, restaurantes y consumidores finales; quienes buscan algo en común que es la exclusividad de una carne consistente de exquisito sabor, además de saludable y de fácil digestión. La mayor parte de los orientales no escatiman en comprar un producto con tales características sobretodo si se trata de un recurso que en los países asiáticos ha disminuido en producción y por el hecho de tener que importarlo también exigen el cumplimiento de las normas de calidad aplicadas para este tipo de productos.

4.8.2. Precio

El precio es el dinero u otras consideraciones que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio, el cual debe de ser justo tanto para el cliente como para la empresa, de manera que cubra los beneficios del cliente y a la empresa le reporte rentabilidad, considerando esto, es necesario que la empresa deba de asignar un precio competitivo al producto que pretende ofrecer, de tal forma que este le resulte atractivo al cliente y rentable a la compañía.

4.8.2.1. Objetivos de la asignación del precio

Los principales objetivos que tiene la empresa con respecto a la asignación del precio son los siguientes:

- Introducir a la empresa en el mercado de forma eficiente.
- Maximizar las utilidades.
- Establecer un precio que este acorde con los requerimientos y expectativas de los compradores y a la competencia

Con estos objetivos lo que se busca es maximizar la rentabilidad de la empresa tanto a corto como a largo plazo y además poder ser competitivo en el sector.

4.8.2.2. Niveles de precio y colocación del producto

Considerando que la empresa debe de establecer por primera vez su nivel de precios, considerando a la competencia, a los requerimientos de los clientes y a una relación de calidad y precio sobre el producto, que sea perceptible y sobre todo que se ajuste a la diferenciación y posicionamiento que queremos lograr, se tiene que para este tipo de producto (commodity) se puede identificar 3 niveles básicos de asignación de precios[9]:

- ***Nivel Alto***: Precio vendido por encima del precio promedio, debido a diversos factores como calidad, procedencia, manufactura, tiempo de validez del producto u otros factores
- ***Precios Intermedios***: Precios promedio de mercado
- ***Solo el precio***: Bien puede ser a diversos factores contrarios a los de nivel alto o por que se quiere crear valor al comprador, al ofrecérselo a un precio conveniente.

Una vez expuesto los niveles y dado que para nuestro producto se seguirán todas las normas de manufactura necesarias para ser competitivos a nivel internacional y nacional, se tiene que los precios se ubicarán en el nivel INTERMEDIO con respecto a la competencia de empresas nacionales, debido a que este bien puede ofrecer margen de negociación y además ser competitivos local e internacionalmente.

4.8.2.3. Variables para la selección de precio

Para determinar el precio de venta de este producto se tiene que considerar los siguientes factores:

- La unidad de medición de este producto es en kilos
- El costo unitario directo del kilo de anguilas (materia prima + cajas + fundas) es de $0.6 el kilo
- Tamaño del container: 40 pies
- Capacidad del container: 25 toneladas
- El precio promedio según las preferencias del mercado es de 1.52 dólares
- El tiempo en que queremos recuperar la inversión.

[9] Tomado del libro Ventas y Marketing, autor: Matías García Fronti, Ed. Omicron System, 2003.

Dado esto se tiene que se propondrá el siguiente precio FOB:

Tabla 4.4: Precio de venta FOB

NIVELES DE PRECIOS	FOB
KILO DE ANGUILAS	1.5199

Elaborado por: Las autoras

Como podemos observar se ha establecido una posición competitiva ante la competencia, porque lo que se capta el mercado al ofrecer un producto de calidad a un excelente precio, el cual está acorde con la situación del sector.

4.8.3. Comercialización, Distribución y Logística

La distribución se refiere en especial sobre las diferentes estrategias que tomará la empresa en materia de cobertura y penetración de los productos de la empresa en los diferentes territorios o zonas de ventas y su respectiva comercialización. Aquí intervienen de manera decisiva los canales de distribución. La distribución puede ser local, regional o nacional en la medida en que la empresa pueda cubrir el mercado, así tenemos y dado los objetivos de la empresa, que la distribución será a nivel nacional.

4.8.3.1. Objetivos de la Comercialización

Para esto se tiene que los principales retos que la empresa se impone con relación a la comercialización son:

- A partir de una distribución óptima se puede colocar nuestros productos de manera eficiente ante nuestros consumidores, para que sean comprados en base a nuestras expectativas económicas.
- Mantener un margen de contribución satisfactorio al distribuirlo por medio de los diferentes canales de distribución que se seleccionarían.

- Establecer por medio de los canales de distribución, una forma de comunicación, promoción y publicidad de nuestro producto para el cliente.

4.8.3.2. Selección de los canales de distribución

Para poder potenciar la distribución, se considerará la contratación de distribuidores intermediarios, los cuales colocarán el producto desde la empresa hacia los compradores, en la cual por aspectos logísticos y por limitaciones de inversión sostenemos que sería lo más conveniente. Así tenemos que la distribución y los niveles de intermediarios serían:

Figura 4.4: Distribución del primer año

EMPRESA → **INTERMEDIARIO** → **COMPRADOR**

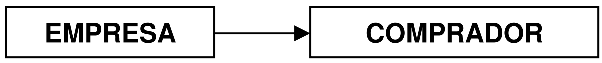
Elaborado por: Las autoras

Considerando lo anterior, se tiene que en primera instancia la distribución sería a partir de un intermediario y dependiendo del número de compradores que se vayan añadiendo podríamos considerar hasta dos, los cuales trabajarán como BROKERS teniendo muy en cuenta que estos serán los encargados de contactar a los compradores del año 2007, lo cual nos permitirá ingresar y poder comercializar nuestro producto a los mercados asiáticos con mayor eficiencia y rapidez.

Así en función a esto se tiene que se negociará un precio especial de venta con el o los intermediarios o bien un precio con descuento del valor FOB, el cual es del 5.5% por sobre la venta con opción a la reventa, es decir él tiene la potestad de revender el producto a otro precio a sus clientes y así obtener más ganancias.

Mas para los años posteriores, la empresa emprenderá esfuerzos para negociar directamente con los clientes, de tal forma que se eliminen los intermediarios y así poder ofrecer a nuestros clientes los mejores precios por nuestro producto, la calidad y la garantía deseada por la compra, una relación directa y satisfactoria con la empresa y sobre todo la capacidad de negociación entre el comprador y nuestra compañía. Esto trae como beneficio reducción de costos y precios (hay que considerar que el broker eleva los precios al revender el producto por sobre los nuestros, lo cual se reduciría en beneficio del cliente al negociar directamente con la compañía). Así a partir de esto en el segundo año la distribución seria de la siguiente manera:

Figura 4.5: Distribución de años posteriores



Elaborado por: Las autoras

4.8.4. Promoción y Publicidad

Toda organización, desde la más grande institución hasta un negocio por pequeño que sea necesita de herramientas que le permitan promocionarse y dar a conocer su producto o servicio, es por eso que nuestra empresa usará ciertas estrategias de promoción y publicidad que nos permitirán alcanzar los siguientes objetivos:

- Informar sobre nuestro producto a potenciales clientes o compradores.
- Lograr obtener una cartera de clientes estable.
- Alcanzar un nivel de ventas acorde con los objetivos de la empresa.

Una vez planteados estos objetivos, las estrategias que permitirán hacer que el producto pueda posicionarse con una imagen solida y direccionada a nuestro mercado, se detallan a continuación:

4.8.4.1. Página Web

Una estrategia de marketing que combina el mercadeo masivo y el directo, es la pagina web, por la cual informaremos a clientes y visitantes interesados en nuestro producto, así como también se podrá mostrar las fortalezas que ELIDEBSA emplea para elaborar un producto de calidad que ofrece beneficios que lo vuelven altamente apetecido y cotizado a nivel mundial.

La página web se constituye en una herramienta q nos permitirá estructurar una base de datos con posibles compradores en el mercado asiático y por la vía de correos electrónicos, se podrá llegar optimamente a nuestros potenciales clientes, de tal forma que estos estén informados permanentemente sobre nuestro producto.

Dado que el fin principal de la pagina Web es dar información de nuestra empresa y producto, en ella se encontrará detallado aspectos básicos de la anguila como nombre científico, habitad, evolución de vida, etc para luego pasar a explicar brevemente el proceso de producción de los filetes de anguila congelada y finalmente el valor nutricional que ésta proveerá al consumidor final a través de diversos platos exóticos que se pueden preparar con este producto. Otro punto importante contendrá la página será que nuestros clientes podrán realizar sus pedidos, para agilitar el proceso de comercialización.

La pagina Web se la rediseñará regularmente para tener al tanto a los visitantes de importante información concerniente al producto o datos de exportación e importación. Además tendrá vínculos con otros sitios para que nuestro target pueda localizar nuestra página Web. Se configurará el sitio para que funcione en dos idiomas (ingles/ español), lo que facilitará en gran parte la comunicación con los clientes, quienes también podrán contribuir en el sitio web con opiniones, sugerencias e información relacionada.

A continuacion se detalla los costos para el funcionamiento y diseño de la pagina web completa de ELIDEBSA para el primer año.

1. Registro de dominio www.elidebsa.com
2. Web hosting (almacenamiento) LINUX, con e-mails ilimitado y 250 Megabytes de espacio, lo cual es suficiente para las bases de datos, el software de envío de correos, el sistema de panel de control y otros programas que se requieran instalar
3. Diseño de su página web personalizada.
4. Promoción en motores de búsqueda

TOTAL DE INVERSION EN WEB SITE: $ 350

Para el siguiente año si no hay cambios adicionales en la pagina Web tiene un costo de $ 44.8 y dado que la pagina fue elaborada en un programa tipo Content Managment System (Sistema de Administrador de Contenido), llamado JOOMLA el cual nos permite actualizarla de manera fácil sin necesidad de recontratar un programador, podremos reducir el costo de reestructuración del sitio web. El costo anual y los servicios que incluyen en el hosting son:

Tabla 4.5: Detalle de servicios de internet en la página web

Servicios PHP	Junior PHP
Almacenamiento HD de Espacio	250 MB
Transferencia mensual	3000 MB

Precio Anual	**$ 44.8 x año**
Registro del dominio .com .net .org	**Incluido Dominio**
Instalación 48 Horas	Gratis
Servicios	**Básico PHP**
Velocidad de Servidores (mínimo)	3100 mhz
Sever - Memoria (mínimo)	1024 Mb
Sistema Operativo	Red Hat 9.0
Correo Electrónico	**Básico PHP**
Consultas para Soporte Técnico	Ilimitadas
Vía Telefónica-Vìa Mail	
Cuentas POP3 / FTP	Ilimitadas
Acceso vía Web	SI
Auto - Contestadores	Ilimitados
Bloqueo de Correo no Solicitado-Spam	SI
Reenvío de Correo	Ilimitado
Otras Características	**Básico PHP**
Uso del FTP	Ilimitado
Flash	SI
Base de Datos - Mysql	SI
Protección con Contraseña	SI
Soporte vía HelpDesk 24/7	SI
Soporte en Español	SI
Características Avanzadas	**Básico PHP**
99.9% Uptime	SI
Soporta CGI Scripting	SI
Soporta Php4	SI
Soporta FrontPage 2002	SI
Estadísticas de Acceso	SI
Servidor Apache	SI
Sendmail	SI
Perl	SI
Server Side Include	SI
Backups auto-administrados	SI

Fuente: Ecuaweb
Elaborado por: Las autoras

4.8.4.2. Ferias Internacionales

La participacion en Ferias Internacionales es una excelente herramienta de promocion, debido a que podemos a llegar a potenciales clientes, pues permite un contacto personal y una presentacion directa de nuestra empresa, producto y políticas de administración, para así se obtener una repuesta inmediata de los consumidores contactados.

Antes de seleccionar una feria hay que analizar algunos criterios que a continuacion se detallan:

- Productos o servicios que se exhiben.
- Numero de visitantes, locales, e internacionales en ediciones previas.
- Numero de expositores locales e internacionales en ediciones previas.
- Espacio neto de exposicion.
- Costo de aquiler de espacio.

Así dado esto y en conjunto con la oficina de la CORPEI, la cual apoya a los exportadores ecuatorianos en su labor mediante misiones de empresas, se tiene que estos están coordinando la entrada de empresarios nacionales en la feria European Seafood Exposition (ESE), la cual es identificada a nivel mundial como el centro de reunión de todos los representantes del sector de productos del mar.

Esta feria es conocida como la feria más grande en Europa del sector, la ESE ha conseguido congregar anualmente en Bruselas, Bélgica a compradores, vendedores, agentes, supermercados y minoristas que buscan encontrar las novedades que se presentan dentro de la industria.

En la edición del 2007 a realizarse la cuarta semana del mes de abril y con la colaboración de La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) ocuparemos una división de un gran stand de 200m² correspondiente a la participación de Ecuador en la feria y junto a otras empresas ecuatorianas se expondrán varias presentaciones de camarón, pescado (como atún, pez espada, picudo, pargo, dorado, corvina, tilapia), mariscos frescos y por supuesto la categoría de nuestra empacadora los productos congelados como el filete de anguila, carne de jaiba, calamar y demás.

Durante la feria se va entregar brochures informativos de tamaño doble A4 impreso a color en papel couche de 90 g para que refuerze la imagen del producto para ser entregados a los visitantes y empresarios interesados en establecer negocios con nosotros. A continuación se detalla una lista de los principales puntos que se deberían tomar al momento de elaborar los brochures y catálogos:

- Atractivo
- Logos y fondos consistentes (impresión de calidad)
- Clara presentación del producto y descripción del proceso de producción de la alguila congelada.
- Información de contacto, teléfonos, email, website (en el reverso)

En participación de esta feria se considerá el siguiente presupuesto:

Tabla 4.6: Presupuesto necesario para la participación en la feria internacional

RUBRO	VALOR
Alquiler superficie	$ 935.00
Construcción y decoración	$ 535.00
Electricidad, agua, servicios básicos	$ 100.00
Material promocional	$ 370.00
SUBTOTAL	**$ 1,940.00**
Personal de asistencia	
Boletos aéreos (2 funcionarios)	$ 1,882.22
Hospedaje (2 personas x 6 días)	$ 840.00
Viaticos y movilización	$ 1,620.00
SUBTOTAL	**$4,342.22**
TOTAL	**$ 6,282.22**
5 % Imprevistos	$ 314.11
TOTAL DE INVERSIÓN	**$ 6,596.33**

Elaborado por: Las autoras

Este presupuesto esta destinado para la Feria Internacional European Seafood Exposition (ESE) en la que ELIDEBSA participará una vez al año debido a sus costos altos que se incurren.

4.8.4.3. Material Publicitario

Otra estrategia a utilizar para poder cumplir los objetivos y lograr que el producto pueda posicionarse con una imagen sólida y direccionada a nuestro mercado objetivo es el manejo de material publicitario.

- Así como en la página web, se diseñarán material publicitario que proyecte la imagen corporativa y sobre nuestro producto, en donde se realizará una breve descripción del producto y su proceso de producción en díptico, trípticos o brochures.
- Se elaborarán tarjetas de presentación, plumas, afiches, papelería membretada, carpetas con los colores de la empresa, además de enfatizar en las cajas de empaque el nombre de la empresa y el producto resaltando que la elaboración es de origen ecuatoriana.

A continuación se detalla el presupuesto de la publicidad y la papelería para el primer año:

Tabla 4.7: Presupuesto necesario para material promocional

Detalle	Valor Unitario	Unidades	Total
Tarjetas de presentación	$ 0,04	1.500	$ 60.00
Afiches	$ 1.8	250	$ 450.00
Catálogos	$ 0,38	500	$ 190.00
Papelería membretada	$ 0,025	24.000	$ 600.00
Carpetas	$ 0.2	1.000	$ 200.00
Plumas	$ 0,15	1.500	$ 225.00
Total			**$ 1725.00**

Elaborado por: Las autoras

Este presupuesto considera a todas las variables que se tendrán que tomar en cuenta para la introducción del producto en el mercado y propiciar una imagen sólida de la empresa.

Dado esto, el presupuesto global de publicidad y promociones que se tendrá para el primer año será:

Tabla 4.8: Presupuesto total de publicidad

RUBRO	COSTO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL
FERIAS	$ 6,596.33	1	$ 6,596.33
WEB	$ 350	1	$ 350.00
MATERIALES PUBLICITARIOS			
Tarjetas de presentación	$ 0,04	1.500	$ 60.00
Afiches	$ 1.8	250	$ 450.00
Catálogos	$ 0,38	500	$ 190.00
Papelería membretada	$ 0,025	24.000	$ 600.00
Carpetas	$ 0.2	1.000	$ 200.00
Plumas	$ 0,15	1.500	$ 225.00
TOTAL			**$8,671.33**

Elaborado por: Las autoras

CAPITULO 5

PRESUPUESTOS Y CONSIDERACIONES FINANCIERAS

5.1. Niveles de Inversión y Financiamiento

El estudio financiero de los proyectos de inversión tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de inversión de la alternativa de producción que se determinó en el estudio técnico. El estudio se integra generalmente con la formulación de las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto. De esta forma se asegura que los recursos que dispone la empresa sean asignados de la mejor manera posible y así los accionistas tendrán la información adecuada que les permitirá una decisión satisfactoria .

En esta parte del proyecto se procederá a determinar las necesidades de inversión, así como las fuentes de financiamiento del capital necesario para la puesta en marcha del proyecto.

La inversión total para el presente proyecto es de $104,265 valor que comprende inversión fija, diferida y capital de trabajo.

Tabla 5.1: Inversión Total

Detalle	Valor Total
Inversión Fija	$ 58,972
Inversión Diferida	$ 9,993
Capital de Trabajo	$ 35,301
TOTAL	**$ 104,265**

Elaborado por: Las autoras

5.1.1. Inversión Fija

Son de naturaleza permanente y estable. Se refieren a adquisiciones de cierto bienes que tienen un carácter instrumental u operativo, cuyo fin es el de dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios; por lo que no se adquieren para su venta sino que su recuperación se realiza a través de su uso productivo.

Los activos fijos que formarán parte de la empresa **ELIDEB S.A.**, serán a corto y largo plazo; con respecto a los activos a corto plazo se destacan los materiales para el buen procesamiento de las anguilas con un valor de $3,222.3 los cuales se depreciarán a un año con un valor mensual de $268.53; con respecto a los activos a largo plazo tenemos un importe de $58,972.20 con una depreciación de $589.87; dando como depreciación total mensual $858.39. Los detalles de dichos rubros y depreciaciones consideradas se pueden observar el la siguiente tabla:

Tabla 5.2: Activos Fijos

Descripción	Monto	Años	Depreciación/Mes
ACTIVOS A CORTO PLAZO			
Materiales	$ 3,222.30	1	$ 268,53
ACTIVOS A LARGO PLAZO			
Equipos de Producción	$ 45,100.00	10	$ 375,83
Muebles y Enseres de Producción	$ 5,360.00	10	$ 44,67
Herramientas	$ 62.20	3	$ 1,73
Muebles y Equipo de Oficina	$ 3,450.00	10	$ 28,75
Equipo de Computación y Software	$ 5,000.00	3	$ 138,89
TOTAL	**$ 62,194.50**		**$ 858,39**

*Para ver en detalle la lista de activos fijos, ir al ANEXO 9 y ANEXO 10.

Elaborado por: Las autoras

En equipos tenemos un importe de $ 45,100.00 con una depreciación a 10 años y un valor mensual a depreciar de $375.83; en muebles y enseres de producción existe un importe de $5,360.00, con una depreciación a 10 años y un valor mensual de $44.67; en las herramientas que se utilizan la inversión es de $62.20 en su importe con una depreciación a 3 años y un valor mensual a depreciar de $1.73.

En muebles y equipo de oficina tenemos un valor de $3,450.00, con una depreciación a 10 años y un valor mensual a depreciar de $28.75, el equipo de computo y software con un importe de $5,000, con una depreciación a 3 años y un valor mensual a depreciar de $138.89.

5.1.2. Inversión Diferida

Son aquellos servicios y derechos adquiridos representado por pagos que son amortizados a largo plazo, dentro de estos se destaca la inversión de la constitución de la mencionada empresa, sus respectivos permisos de funcionamiento, los certificados del instituto de pesca, el permiso respectivo del cuerpo de bomberos y además la patente municipal, a continuación observemos la siguiente tabla que detalla dichos rubros.

Tabla 5.3: Gastos Amortizables

Descripción	Monto	Años	Amort/Mes
Constitución	$ 175.70	5	$ 2.93
Permisos de Funcionamiento	$ 180.00	5	$ 3.00
Certificados del Instituto de Pesca	$ 350.00	5	$ 5.83
Bomberos	$ 125.00	5	$ 2.08
Patente Municipal	$ 12.00	5	$ 0.20
Otros	$ 150.00	5	$ 2.50
TOTAL	**$ 992.70**	**-----**	**$ 16.55**

Elaborado por: Las autoras

Los **gastos amortizables** nos dan un valor total de $992.70, para los cuales se ha calculado una amortización de 5 años.[1] Por otro lado es necesario agregar un inmovilizado financiero por depósito de dos meses de arriendo de oficina por un valor de $9,000.

[1] Tomado de: Ley de Régimen Tributario Interno, artículo: 7, inciso: b, año: 2003.

5.1.3. Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo representa los recursos necesarios y disponibles con los que debe contar la empresa para la operación normal del proyecto desde su inicio, hasta que este genere ingresos que superen a los costos. La estructura de capital de trabajo que tendrá nuestra empresa será el siguiente:

Tabla 5.4: Capital de Trabajo

Descripción	Monto
Stock Inicial	$ 27,358
Sueldos	$ 3,700
Gastos Generales	$ 1,020
Materiales	$ 3,222
Total	**$ 35,301**

Elaborado por: Las Autoras

5.2. Financiamiento

El financiamiento en un proyecto es uno de los paso importantes a seguir pues su objetivo es suministrar a la empresa de fondos monetarios o créditos necesarios para ejecutar el mismo. La empresa debe procurar un financiamiento que signifique el mínimo en costos, con períodos de plazo más largos posibles.

Una vez expuesto un previo análisis del proyecto se puede concluir que los activos que formarán parte de nuestra empresa será necesarios financiarlos, bien sea por medio de capital de accionistas o por medio de préstamos. Con respecto al **capital** de la empresa **ELIDEB S.A.**, la inversión se dará a partir del aporte de sus socias Eliana Segovia y Debbie Bustamante (se ha omitido el nombre de los inversionistas verdaderos para mantener la confidencialidad de estos), las cuales han aportado las siguientes sumas de dinero tal como se puede ver a continuación en el cuadro siguiente:

Tabla 5.5: Aporte de Capital

SOCIO INVERSOR	Total USD	Participación
Eliana Segovia	$ 36.022	50%
Debbie Bustamante	$ 36.022	50%
Total	**$ 72.043**	100%

Elaborado por: Las Autoras

Dado que el aporte de capital no cubre los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del proyecto se realizarán dos prestamos a corto y largo plazo, se tomará como referencia los actuales parámetros de tasas de mercado, y nos concretaremos a los préstamos que se pueden tramitar con Master Card y con la Corporación Financiera.

El préstamo a corto plazo es con la tarjeta de crédito Master Card, esto indica que servirá para poder adquirir los materiales de trabajo que se utilizarán en el proceso en las diferentes casas comerciales, con un importe de $2,577.00 con los intereses del 14% a 12 meses plazos.

Institución Financiera: MASTERCARD
Importe del préstamo: $3,222.30
No de cuotas: 12
Tasa anual: 14%
TEM: 1.17%
Tasa cobrada: 1.17%

Tabla 5.6: Tabla de Amortización del Préstamo a Corto plazo

N° de Cuota	Deuda Cap.	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Insoluto
1	3,222.30	37.59	289.32	251.73	2,970.57
2	2,970.57	34.66	289.32	254.66	2,715,91

3	2,715.91	31.69	289.32	257,64	2,458.27
4	2,458.27	28.68	289.32	260.64	2,197.63
5	2,197.63	25.64	289.32	263.68	1,933.95
6	1,933.95	22.56	289.32	266.76	1,667.19
7	1,667.19	19.45	289.32	269.87	1,397.32
8	1,397.32	16.30	289.32	273.02	1,124.30
9	1,124.30	13.12	289.32	276.20	848.10
10	848.10	9.89	289.32	279.43	568.67
11	568.67	6.63	289.32	282.69	285.98
12	285.98	3.34	289.32	285.98	0.00

Elaborado por: Las autoras

Además para poder poner en marcha el negocio es necesario que se obtenga un préstamo de la CFN, la cual ofrece un crédito de inversión para empresas PYMES, en donde se exige como requisito un capital de al menos el 1.4 del préstamo. Este préstamo es concedido por medio del Banco de FOMENTO (ver manual de créditos en www.cfn.fin.ec) y se puede obtener financiamiento de largo plazo hasta 36 meses. Considerando esto se puede ver que se puede obtener un préstamo por un valor de $29,000, que es el monto que falta por financiar, con un plazo para cancelar dicha deuda en 3 años con intereses del 14 %.

Institución Financiera: CFN – BANCO DEL FOMENTO
Importe del préstamo: $29,000
No de cuotas: 36
Tasa anual: 14%
TEM: 1.17%
Tasa cobrada: 1.17%

Tabla 5.7: Tabla de Amortización del Préstamo a Largo plazo

N° de Cuota	Capital	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Insoluto
1	$ 29,000.00	$ 338.33	$ 991.15	$ 652.82	$ 28,347.18

2	$ 28,347.18	$ 330.72	$ 991.15	$ 660.43	$ 27,686.75
3	$ 27,686.75	$ 323.01	$ 991.15	$ 668.14	$ 27,018.61
4	$ 27,018.61	$ 315.22	$ 991.15	$ 675.93	$ 26,342.67
5	$ 26,342.67	$ 307.33	$ 991.15	$ 683.82	$ 25,658.85
6	$ 25,658.85	$ 299.35	$ 991.15	$ 691.80	$ 24,967.06
7	$ 24,967.06	$ 291,28	$ 991.15	$ 699.87	$ 24,267.19
8	$ 24,267.19	$ 283.12	$ 991.15	$ 708.03	$ 23,559.15
9	$ 23,559.15	$ 274.86	$ 991.15	$ 716.29	$ 22,842.86
10	$ 22,842.86	$ 266.50	$ 991.15	$ 724.65	$ 22,118.21
11	$ 22,118.21	$ 258.05	$ 991.15	$ 733.11	$ 21,385.10
12	$ 21,385.10	$ 249.49	$ 991.15	$ 741.66	$ 20,643.44
13	$ 20,643.44	$ 240.84	$ 991.15	$ 750.31	$ 19,893.13
14	$ 19,893.13	$ 232.09	$ 991.15	$ 759.06	$ 19,134.07
15	$ 19,134.07	$ 223.23	$ 991.15	$ 767.92	$ 18,366.15
16	$ 18,366.15	$ 214.27	$ 991.15	$ 776.88	$ 17,589.27
17	$ 17,589.27	$ 205.21	$ 991.15	$ 785.94	$ 16,803.32
18	$ 16,803.32	$ 196.04	$ 991.15	$ 795.11	$ 16,008,21
19	$ 16,008.21	$ 186.76	$ 991.15	$ 804.39	$ 15,203.82
20	$ 15,203.82	$ 177.38	$ 991.15	$ 813.77	$ 14,390.05
21	$ 14,390.05	$ 167.88	$ 991.15	$ 823.27	$ 13,566.78
22	$ 13,566.78	$ 158.28	$ 991.15	$ 832.87	$ 12,733.91
23	$ 12,733.91	$ 148.56	$ 991.15	$ 842.59	$ 11,891.32
24	$ 11,891.32	$ 138.73	$ 991.15	$ 852.42	$ 11,038.90
25	$ 11,038.90	$ 128.79	$ 991.15	$ 862.36	$ 10,176.54
26	$ 10,176.54	$ 118.73	$ 991.15	$ 872.42	$ 9,304.11
27	$ 9,304.11	$ 108.55	$ 991.15	$ 882.60	$ 8,421.51
28	$ 8,421.51	$ 98,25	$ 991.15	$ 892.90	$ 7,528.61
29	$ 7,528.61	$ 87.83	$ 991.15	$ 903.32	$ 6,625.29
30	$ 6,625.29	$ 77.30	$ 991.15	$ 913.86	$ 5,711.44
31	$ 5,711.44	$ 66.63	$ 991.15	$ 924.52	$ 4,786.92
32	$ 4,786.92	$ 55.85	$ 991.15	$ 935.30	$ 3,851.61
33	$ 3,851.61	$ 44.94	$ 991.15	$ 946.22	$ 2,905.40
34	$ 2,905.40	$ 33.90	$ 991.15	$ 957.25	$ 1,948.14
35	$ 1,948.14	$ 22.73	$ 991.15	$ 968.42	$ 979.72
36	$ 979.72	$ 11.43	$ 991.15	$ 979.72	$ 0.00

Elaborado por: Las autoras

5.3. Instrumentos de Evaluación Financiera

5.3.1. Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es una presentación ordenada de los activos, pasivos y patrimonio en un momento dado. Lo cual nos permitirá determinar la Situación Financiera.

A continuación veremos el Estado de Situación Inicial de la empresa “ELIDEB S.A.”:

Tabla 5.8: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL ELIDEB S.A.

ACTIVO		**PASIVO**	
ACTIVO CIRCULANTE		**PASIVO CIRCULANTE**	
Efectivo	$ 4,720	**PASIVO A CORTO PLAZO**	
Stock de Materia Prima	$ 27,358	Obligaciones con Inst. Financieras	$ 3,222
TOTAL CIRCULANTE	**$ 32,078**	**TOTAL CORTO PLAZO**	**$ 3,222**
ACTIVO FIJO		**PASIVO A LARGO PLAZO**	
ACTIVO FIJO CORTO PLAZO		Obligaciones con Inst. Financieras	$ 29,000
Materiales	**$ 3,222**	**TOTAL LARGO PLAZO**	**$ 29,000**
ACTIVO FIJO LARGO PLAZO		**TOTAL PASIVO CIRCULANTE**	**$ 32,222**
Equipos de Producción	$ 45,100		
Muebles y Enseres de Producción	$ 5,360		
Herramientas	$ 62	**PATRIMOMIO NETO**	
Muebles y Equipo de Oficina	$ 3,450	Capital	**$ 72,043**
Equipo de Computación y Software	$5,000	**TOTAL PATRIMONIO NETO**	**$ 72,043**
TOTAL FIJO	**$62,195**		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de Organización y Const.	$ 993		
Arriendos Pagados por Anticipado	$ 9,000		
TOTAL DIFERIDO	**$ 9,993**		
TOTAL ACTIVOS	**$ 104,265**	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**	**$ 104,265**

Elaborado por: Las autoras

En este balance se puede destacar que la empresa posee capital que supera en proporción a los pasivos por lo que no posee altos niveles de apalancamiento. El monto de los activos circulantes es de $ 32,078. De igual manera se tiene activo fijos por $ 62,195 el cual es de antemano el rubro más importante dentro de los activos de la empresa y activos diferidos por $ 9,993.

5.3.2. Consideraciones Presupuestarias

5.3.2.1. Producción y Ventas

Dado los aspectos sobre la distribución que se trataron anteriormente, se tiene que para lograr los objetivos será necesario que la empresa establezca un nivel de producción acorde con la demanda proyectada sobre este producto, pero considerando también las limitaciones de producción de la planta y de los proveedores.

Así dado esto se tiene estimado poder exportar para el primer año 1 container/mes de anguilas congeladas por país, es decir 3 container por mes, tomando en cuenta que este container es de 40 pies y su capacidad es de 25 toneladas (25.000 kilos), el cual será llenado en función a las temporadas de captura de anguilas en las costas ecuatorianas. Así en base a esto se tiene que la producción a vender del primer año es la siguiente:

Tabla 5.9: Presupuesto de venta en kilos

PERÍODO	No DE CONTAINERS	PRODUCCIÓN POR CONTAINER	PRODUCCIÓN PROCESADA
Ene-07	3	18.000 kg	54.000 kg
Feb-07	3	18.000 kg	54.000 kg
Mar-07	3	18.000 kg	54.000 kg
Abr-07	3	18.000 kg	54.000 kg
May-07	3	23.000 kg	69.000 kg
Jun-07	3	23.000 kg	69.000 kg
Jul-07	3	25.000 kg	75.000 kg
Ago-07	3	25.000 kg	75.000kg
Sep-07	3	25.000 kg	75.000 kg
Oct-07	3	23.000 kg	69.000 kg
Nov-07	3	23.000 kg	69.000 kg
Dic-07	3	18.000 kg	54.000 kg
TOTAL	**36**	**257.000 kg**	**771.000 kg**

Elaborado por: Las autoras

Así dado esto la proyección de ventas para nuestra empresa sería:

Tabla 5.10: Presupuesto de ventas del primer año en kilos y dólares

PERÍODO	No DE CONTAINER	PROD. POR CONTAINER	PRODUCCIÓN PROCESADA	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
Ene-07	3	18.000 kg	54.000 kg	$ 1.5199	$ 82,075
Feb-07	3	18.000 kg	54.000 kg	$ 1.5199	$ 82,075
Mar-07	3	18.000 kg	54.000 kg	$ 1.5199	$ 82,075
Abr-07	3	18.000 kg	54.000 kg	$ 1.5199	$ 82,075
May-07	3	23.000 kg	69.000 kg	$ 1.5199	$ 104,873
Jun-07	3	23.000 kg	69.000 kg	$ 1.5199	$ 104,873
Jul-07	3	25.000 kg	75.000 kg	$ 1.5199	$ 113,993
Ago-07	3	25.000 kg	75.000 kg	$ 1.5199	$ 113,993
Sep-07	3	25.000 kg	75.000 kg	$ 1.5199	$ 113,993
Oct-07	3	23.000 kg	69.000 kg	$ 1.5199	$ 104,873
Nov-07	3	23.000 kg	69.000 kg	$ 1.5199	$ 104,873
Dic-07	3	18.000 kg	54.000 kg	$ 1.5199	$ 82,075
TOTAL	**36**	**257.000 kg**	**771.000 kg**		**$ 1,171,843**

Elaborado por: Las autoras

Así se tiene que para el primer año se estima colocar en el mercado asiático 36 contenedores de anguila congelada, con un total de 771.000 kilos vendidos (771 Tn), a un precio FOB de 1.5199 el kilo, lo cual da un total de $ 1,171,842.9 en ventas para el primer año. A partir de ahí se tiene como *primer supuesto* de este análisis financiero el incrementar la producción y por ende las ventas en un 10% anual para los primero 5 años, basados en nuestro esfuerzo de promoción y distribución, y luego un crecimiento del 5% para los 5 años posteriores. Lo cual indicaría que la ventas proyectadas a 10 años serían las siguientes:

Tabla 5.11: Presupuesto de Ventas a 10 años

PERÍODO	No DE CONTAINER	PROD. POR CONTAINER	PRODUCCIÓN PROCESADA	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
AÑO 2007	36	257.000 kg	771.000 kg	$ 1.5199	$1,171,842.90
AÑO 2008	40	257.000 kg	848.100 kg	$ 1.5199	$ 1,289,027.19
AÑO 2009	44	257.000 kg	932.910 kg	$ 1.5199	$ 1,417,929.91
AÑO 2010	48	257.000 kg	1.026.201 kg	$ 1.5199	$ 1,559,722.90
AÑO 2011	53	257.000 kg	1.128.821 kg	$ 1.5199	$ 1,715,695.04
AÑO 2012	56	257.000 kg	1.185.262 kg	$ 1.5199	$ 1,801,479.71
AÑO 2013	59	257.000 kg	1.244.525 kg	$ 1.5199	$ 1,891,553.55
AÑO 2014	62	257.000 kg	1.306.751 kg	$ 1.5199	$ 1,986,130.84
AÑO 2015	65	257.000 kg	1.372.089 kg	$ 1.5199	$ 2,085,438.07
AÑO 2016	68	257.000 kg	1.440.693 kg	$ 1.5199	$ 2,189,709.29

Elaborado por: Las autoras

5.3.2.2. Costos y Gastos

5.3.2.2.1. Costos de Producción

Dado que los pescadores, nuestros principales proveedores, venden el kilo de anguila en $ 0.50, los costos de la Materia Prima son de $ 385,536, este resultado parte del *segundo supuesto* de que este costo es el 32.9% del precio. La Mano de Obra Directa y la Indirecta están por los $ 104,972 y $ 22,609 respectivamente alcanzando el 12.53% y 2.7% de los costos totales de producción del 2007. Como un *tercer supuesto* los Materiales directos e Indirectos son el 6.6% y 22.3% del precio de ventas llegando a los valores de $ 64,806 y $ 260,231 respectivamente. Todo esto arroja un Costo Total de Producción de $838,155.

El *cuarto supuesto* aclara que para la producción de los años siguientes (2008 al 2016) los costos de materia prima variarán en función de las ventas proyectadas o lo que es lo mismo de la producción, la mano de obra directa e indirecta en función de la producción y la inflación dado que si se estima vender más se necesitará de mayor personal y claro está aumentando sus salarios dado que estos no se mantienen fijos a través del tiempo. Por último los materiales directos e indirectos variarán en función de la producción porque a mayor producción mayor material empleado para obtener el objeto del costo.

A continuación se presenta un resumen de los costos que incurre la producción de anguilas en el 2007, pero si desea ver en detalle los rubros que conforman cada cuenta y la proyección del costo de producción en el período de 10 años remítase al ANEXO 11 y ANEXO 12.

Tabla 5.12: Costos de Producción

RUBRO	2007	PORCENTAJE
Materia Prima	$ 385,536	46.00%
M O Directa	$ 104,972	12.52%
M O Indirecta	$ 22,609	2.70%
Mat. Directos	$ 64,806	7.73%
Mat. Indirectos	$ 260,231	31.05%
COSTOS DE VENTAS	**$ 838,155**	**100.00%**

Elaborado por: Las autoras

5.3.2.2.2. Gastos Operativos

Los gastos operativos se desglosan en Gastos de Ventas y Marketing con $ 140,574; Gastos de Sueldos y Salarios Administrativos con $ 49,795; Gastos de Alquiler con $ 54,000 y los Gastos Generales con $ 12,240; dando un total de $256,609.

El *quinto supuesto* sostiene que los cada uno de los rubros que conforman los gastos operativos variarán en función de la inflación que para este y todo los casos donde se mencione este tipo de variación se la considerará del un 4%.[2]

La siguiente tabla presenta un resumen de los gastos operativos del 2007, pero si desea ver en detalle los rubros que conforman cada cuenta y la proyección para el período de 10 años remítase al ANEXO 13 y ANEXO 14.

Tabla 5.13: Gastos Operativos

RUBRO	2007	PORCENTAJE
Gastos de Ventas y Marketing	$ 140,574	55%
Gasto de S. Salarios Administ.	$ 49,795	19%
Gastos de Alquiler	$ 54,000	21%
Gastos Generales	$ 12,240	5%
GASTOS OPERATIVOS	**$ 256,609**	**100%**

Elaborado por: Las autoras

5.3.2.3. Otros Ingresos

Esta categoría se constituye el *sexto supuesto* en que los ingresos que la empresa obtendrá por la venta de sus activos al final de su vida útil en un valor estimado del 10% del valor inicial del activo.[3] Como en el apartado 5.1.1. de este capítulo ya se detalló el valor nominal y años de vida útil de los activos de ELIDEB S.A., nos limitaremos a detallar en la siguientes tablas los ingresos extraordinarios que se recibirán anualmente.

Tabla 5.14: Valor estimado de venta de activos fijos

DESCRIPCIÓN	MONTO	AÑOS A DEPRECIARSE	VALOR ESTIMADO DE VENTA (10%)
Materiales	$ 3,222.30	1	$ 322.23
Equipos de Producción	$ 45,100.00	10	$ 4,510.00
Muebles y Enseres De Producción	$ 5,360.00	10	$ 536.00
Herramientas	$ 62.20	3	$ 6.22
Muebles y Equipos De Oficina	$ 3,450.00	10	$ 345.00
Equipo de Computación y Software	$ 5,000.00	3	$ 500.00

Elaborado por: Las autoras

[2] Estimación de la inflación según el comportamiento de esta variable en los últimos cinco años. Información tomada del Instituto de Estadísticas y Sensos (INEC).
[3] Estos ingresos son fijos en el período de los 10 años por lo cual no se les aplicar ningún tipo de variación.

Tabla 5.15: Ingresos Extraordinarios

PERÍODO	INGRESOS
2007	$ 322.23
2008	$ 322.23
2009	$ 828.45
2010	$ 322.23
2011	$ 322.23
2012	$ 828.45
2013	$ 322.23
2014	$ 322.23
2015	$ 828.45
2016	$ 5,713.23

Elaborado por: Las autoras

(rosa)	Se consideran: Materiales
(celeste)	Se consideran: Materiales, Herramientas y Eq. de Computación y Software
(naranja)	Se consideran: Materiales, Eq. de Producción, M y Ens. de Producción y M. y Eq. de Oficina

5.3.2.4. Depreciación, Amortización y Gastos de Interés

La depreciación mensual asciende a $ 858 lo que son también $ 10.031 anuales. Partiendo de la tabla 5.3 obtenemos que la amortización se obtiene de los gastos que incurre la empresa para constituirse cuyo valor son $ 992.70 y que tienen que amortizarse en 5 años resultando un valor mensual de $17 y su valor anual de $ 199. Por último los gastos de interés parten de la tabla de amortización de la deuda tanto de corto plazo (tabla 5.6) como de largo plazo (tabla 5.7).[4]

5.3.2.5. Impuesto a la Renta y Dividendos

En esta sección se explica el *séptimo supuesto* que la asignación de los dividendos es del 40% sobre la Utilidad después de impuestos, dejando

[4] Estos rubros son fijos en los plazos correspondientes de cada deuda por lo cual no se les aplicará ningún tipo de variación para la proyección de los 10 años.

un 60% de la misma para reinversión para cada año de análisis. Cabe recalcar que a los dividendos se le aplicará el 25% de impuesto a la renta y la porción que corresponde a la reinversión un 15%. En la tabla presentada a continuación se detallan los montos asignados para impuesto. dividendos y utilidades retenidas.

Tabla 5.16: Impuesto a la Renta, Dividendos y Utilidades Retenidas

AÑOS	UNAI	40% DIVID	60% UTI.RET.	Ipto. a pagar	Div. a pagar	U. RET. d. Ipto
2007	$ 53,648	$ 21,459	$ 32,189	$ 10,193	$ 16,094	$ 27,360
2008	$ 63,214	$ 25,286	$ 37,928	$ 12,011	$ 18,964	$ 32,239
2009	$ 73,559	$ 29,424	$ 44,136	$ 13,976	$ 22,068	$ 37,515
2010	$ 82,906	$ 33,162	$ 49,744	$ 15,752	$ 24,872	$ 42,282
2011	$ 92,244	$ 36,898	$ 55,346	$ 17,526	$ 27,673	$ 47,044
2012	$ 91,356	$ 36,543	$ 54,814	$ 17,358	$ 27,407	$ 46,592
2013	$ 88,698	$ 35,479	$ 53,219	$ 16,853	$ 26,609	$ 45,236
2014	$ 85,628	$ 34,251	$ 51,377	$ 16,269	$ 25,688	$ 43,670
2015	$ 82,034	$ 32,814	$ 49,220	$ 15,586	$ 24,610	$ 41,837
2016	$ 81,083	$ 32,433	$ 48,650	$ 15,406	$ 24,325	$ 41,352

Elaborado por: Las autoras

5.3.3. Estado de Resultados

El estado de resultados mide el desempeño a lo largo de algún período, por lo general de un año. Se lo realiza con el objetivo de obtener la utilidad neta de la operación del negocio y se constituye en la base para calcular posteriormente el flujo de caja y a la vez para tener una visión clara sobre los beneficios que genera el proyecto, sujeto siempre a la ley tributaria, de sueldos y utilidades de los trabajadores; y partiendo de los costos e ingresos que han sido calculados anteriormente.

Tabla 5.17: Estado de Resultados mensual del año 2007

RUBRO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2007	%
INGRESOS	**$ 82,075**	**$ 82,075**	**$ 82,075**	**$ 82,075**	**$ 104,873**	**$ 104,873**	**$ 113,993**	**$ 113,993**	**$ 113,993**	**$ 104,873**	**$ 104,873**	**$ 82,075**	**$ 1,171,843**	
(-) COSTO DE VENTAS	$ 61,261	$ 61,261	$ 61,261	$ 61,261	$ 73,825	$ 73,825	$ 78,850	$ 78,850	$ 78,850	$ 73,825	$ 73,825	$ 61,261	$ 838,155	71.52%
(=) UTILIDAD BRUTA	**$ 20,813**	**$ 20,813**	**$ 20,813**	**$ 20,813**	**$ 31,048**	**$ 31,048**	**$ 35,142**	**$ 35,142**	**$ 35,142**	**$ 31,048**	**$ 31,048**	**$ 20,813**	**$ 333,687**	**28.48%**
(-) Gasto de Vtas y Mkt	$ 9,451	$ 9,451	$ 9,451	$ 16,047	$ 11,959	$ 11,959	$ 12,962	$ 12,962	$ 12,962	$ 11,959	$ 11,959	$ 9,451	$ 140,574	12.00%
(-) Gasto de S. y S. Adm.	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 4,150	$ 49,795	4.25%
(-) Gasto de Alquiler	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 4,500	$ 54,000	4.61%
(-) Gastos Generales	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 1,020	$ 12,240	1.04%
(=) UTILIDAD OPERATIVA	**$ 1,693**	**$ 1,693**	**$ 1,693**	**-$ 4,904**	**$ 9,420**	**$ 9,420**	**$ 12,511**	**$ 12,511**	**$ 12,511**	**$ 9,420**	**$ 9,420**	**$ 1,693**	**$ 77,079**	**6.58%**
(+) Otros Ingresos												$ 322	$ 322	0.03%
(=) UTIL. a. INT,DEP y AMO.	**$ 1,693**	**$ 1,693**	**$ 1,693**	**-$ 4,904**	**$ 9,420**	**$ 9,420**	**$ 12,511**	**$ 12,511**	**$ 12,511**	**$ 9,420**	**$ 9,420**	**$ 2,015**	**$ 77,401**	**6.61%**
(-) Depreciación	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 858	$ 10,301	0.88%
(-) Amortiz. Gtos. de Constitución	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 17	$ 199	0.02%
(-) Gastos Financieros	$ 376	$ 365	$ 355	$ 344	$ 333	$ 322	$ 311	$ 299	$ 288	$ 276	$ 265	$ 253	$ 3,787	0.32%
(=) UTILIDAD a. PART A TRAB.	**$ 442**	**$ 452**	**$ 463**	**-$ 6,122**	**$ 8,212**	**$ 8,223**	**$ 11,325**	**$ 11,336**	**$ 11,348**	**$ 8,269**	**$ 8,280**	**$ 887**	**$ 63,115**	**5.39%**
(-) 15% Participación a trabaj.	$ 861	$ 861	$ 861		$ 861	$ 861	$ 861	$ 861	$ 861	$ 861	$ 861	$ 861	$ 9,467	0.81%
(=) UTILIDAD a. IPTOS.	**-$ 419**	**-$ 408**	**-$ 398**	**-$ 6,122**	**$ 7,351**	**$ 7,362**	**$ 10,464**	**$ 10,476**	**$ 10,487**	**$ 7,408**	**$ 7,420**	**$ 27**	**$ 53,648**	**4.58%**
(-) Impuestos					$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 1,274	$ 10,193	0.87%
(=) UTILIDAD RETENIDA	**-$ 419**	**-$ 408**	**-$ 398**	**-$ 6,122**	**$ 6,077**	**$ 6,088**	**$ 9,190**	**$ 9,202**	**$ 9,213**	**$ 6,134**	**$ 6,145**	**-$ 1,248**	**$ 43,455**	**3.71%**

Elaborado por : Las autoras

5.3.3.1. Estado de Resultados previsto a 10 años

Además de las pérdidas y ganancias del año 2007 se ha analizado las pérdidas y las ganancias hasta el año 2016 con sus ingresos en ventas, costos en ventas, los respectivos gastos operativos, gastos e ingresos extraordinarios, gastos financieros y demás cuentas contables respectivas. Aquí el estado de pérdidas y ganancias proyectado a 10 años.

Tabla 5.18: Estado de Resultados anual para el período 2007 – 2016

RUBRO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS	**$ 1,171,843**	**$ 1,289,027**	**$ 1,417,930**	**$ 1,559,723**	**$ 1,715,695**	**$ 1,801,480**	**$ 1,891,554**	**$ 1,986,131**	**$ 2,085,438**	**$ 2,189,709**
(-) COSTO DE VENTAS	$ 838,155	$ 927,585	$ 1,026,765	$ 1,136,788	$ 1,258,872	$ 1,330,993	$ 1,407,565	$ 1,488,887	$ 1,575,283	$ 1,667,097
(=) UTILIDAD BRUTA	**$ 333,687**	**$ 361,443**	**$ 391,165**	**$ 422,935**	**$ 456,823**	**$ 470,487**	**$ 483,989**	**$ 497,244**	**$ 510,155**	**$ 522,612**
(-) Gasto de Vtas y Mkt.	$ 140,574	$ 153,931	$ 168,596	$ 184,698	$ 202,380	$ 212,363	$ 222,839	$ 233,833	$ 245,371	$ 257,480
(-) Gasto de S. y S. Adm.	$ 49,795	$ 51,786	$ 53,858	$ 56,012	$ 58,253	$ 60,583	$ 63,006	$ 65,526	$ 68,147	$ 70,873
(-) Gasto de Alquiler	$ 54,000	$ 56,160	$ 58,406	$ 60,743	$ 63,172	$ 65,699	$ 68,327	$ 71,060	$ 73,903	$ 76,859
(-) Gastos Generales	$ 12,240	$ 12,730	$ 13,239	$ 13,768	$ 14,319	$ 14,892	$ 15,488	$ 16,107	$ 16,751	$ 17,421
(=) UTILIDAD OPERATIVA	**$ 77,079**	**$ 86,836**	**$ 97,066**	**$ 107,713**	**$ 118,699**	**$ 116,950**	**$ 114,329**	**$ 110,717**	**$ 105,983**	**$ 99,979**
(+) Otros Ingresos	$ 322	$ 322	$ 828	$ 322	$ 322	$ 828	$ 322	$ 322	$ 828	$ 5,713
(=) UTIL. a INT,DEP y AMO.	**$ 77,401**	**$ 87,158**	**$ 97,894**	**$ 108,036**	**$ 119,021**	**$ 117,779**	**$ 114,652**	**$ 111,040**	**$ 106,811**	**$ 105,692**
(-) Depreciación	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301
(-) Amortiz. Gtos. de Constitución	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(-) Gastos Financieros	$ 3,787	$ 2,289	$ 855	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(=)UTILIDAD a. PART A TRAB.	**$ 63,115**	**$ 74,369**	**$ 86,540**	**$ 97,536**	**$ 108,522**	**$ 107,478**	**$ 104,351**	**$ 100,739**	**$ 96,510**	**$ 95,391**
(-) 15% Participación a trab.	$ 9,467	$ 11,155	$ 12,981	$ 14,630	$ 16,278	$ 16,122	$ 15,653	$ 15,111	$ 14,477	$ 14,309
(=) UTILIDAD a. de IPTOS.	**$ 53,648**	**$ 63,214**	**$ 73,559**	**$ 82,906**	**$ 92,244**	**$ 91,356**	**$ 88,698**	**$ 85,628**	**$ 82,034**	**$ 81,083**
(-) Impuestos	$ 10,193	$ 12,011	$ 13,976	$ 15,752	$ 17,526	$ 17,358	$ 16,853	$ 16,269	$ 15,586	$ 15,406
(=) UTILIDAD RETENIDA	**$ 43,455**	**$ 51,203**	**$ 59,583**	**$ 67,154**	**$ 74,718**	**$ 73,999**	**$ 71,846**	**$ 69,359**	**$ 66,447**	**$ 65,677**

Elaborado por: Las autoras

Como pudimos observar en la tabla 5.17 en los primeros 3 meses del 2007 se incurre en pérdidas dado que la empresa está empezando y tiene fuertes gastos, sumado que en estos meses los ingresos se proyectan menores que los siguientes meses porque se está en la temporada baja de producción. En el mes de abril la pérdida es mayor dado le fuerte inversión que se da por la feria internacional a la que es necesaria asistir para ampliar la cartera de clientes. En el mes de diciembre vemos otra pérdida menor que la de abril por el mismo motivo de que lo ingresos son bajos por temporada baja. Pero al final del 2007 todas las ganancias de los otros meses pueden sopesar aquellas pérdidas dejando una utilidad de $ 43,455.

En el Estado de Resultado proyecto para 10 años vemos que las utilidades crecen los primeros 5 años a una tasa promedio del 14.54% alcanzando la mayor utilidad en el año 2011 con $ 74,718 y cubriendo las amortizaciones por gastos de constitución y los pagos de la deuda, cabe recalcar que este crecimiento se refleja del aumento del 20% que tienen los ingresos. Para lo siguientes años las utilidades disminuyen a una tasa del 2.45% dado que los ingresos solo crecen en un 10% y aun así se tienen que cubrir los gastos que aumentan según la inflación, siendo $ 65,677 la menor utilidad presentada para estos cinco últimos años.

5.3.4. Flujo de Caja

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en éste se determine. Es el movimiento de circulante durante un período determinado, que se obtiene mediante diferencia entre los ingresos y egresos realizados por la empresa, para lo que se considerara:

- *Total de la inversión* que se forma de sumar el anticipo de alquiler (tabla 5.8), gastos amortizables (tabla 5.3), activos a largo plazo (tabla 5.2) y el capital de trabajo (tabla 5.4).
- *Pasivo* que se forma de los pasivos de corto y largo plazo (tabla 5.8).

- *Utilidad Acumulada* porque en este rubro se incluye todas las utilidades retenidas y que se acumulan año a año.
- *Depreciación y amortización de gastos de constitución* que se sumarán, sin embargo estos no son desembolsos durante el proyecto.
- *Valor de Salvamento* de las herramientas y el equipo de computación y software que falta por depreciarse.
- *Recuperación de Capital* tomado del rubro de materiales más el activo circulante del estado de situación inicial.

Tabla 5.19: Flujo de Caja de la Empresa anual para el período 2007 – 2016

RUBRO	INICIO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anticipo de Alquiler	-$ 9,000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Gastos Amortizables	-$ 993	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Activos a Largo plazo	-$ 58,972	$ 0	$ 0	-$ 5,000	$ 0	$ 0	-$ 5,000	$ 0	$ 0	-$ 5,000	-$ 53,910
Capital de trabajo	-$ 35,301	$ 0	-$ 38,831	-$ 42,714	-$ 46,985	-$ 51,683	-$ 54,268	-$ 56,981	-$ 59,830	-$ 62,822	-$ 65,963
TOTAL DE INVERSION	**-$ 104,265**	**$ 0**	**-$ 38,831**	**-$ 47,714**	**-$ 46,985**	**-$ 51,683**	**-$ 59,268**	**-$ 56,981**	**-$ 59,830**	**-$ 67,822**	**-$ 119,873**
PASIVO	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(=) UTILIDAD RETENIDA	**$ 0**	**$ 43,455**	**$ 51,203**	**$ 59,583**	**$ 67,154**	**$ 74,718**	**$ 73,999**	**$ 71,846**	**$ 69,359**	**$ 66,447**	**$ 65,677**
UTIL RETENIDA ACUMULADA	**$ 0**	**$ 43,455**	**$ 94,658**	**$ 154,241**	**$ 221,395**	**$ 296,112**	**$ 370,111**	**$ 441,957**	**$ 511,315**	**$ 577,763**	**$ 643,440**
Depreciación	$ 0	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301
Amortización Gtos de Constitución	$ 0	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Amortización de la Deuda	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Dividendos	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Valor de Salvamento	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 3,375
Recuperación de Capital	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 35,301
TOTAL AJUSTES	**$ 0**	**$ 10,499**	**$ 10,499**	**$ 10,499**	**$ 10,499**	**$ 10,499**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 48,976**
FLUJO NETO	**-$ 104,265**	**$ 53,954**	**$ 66,327**	**$ 117,027**	**$ 184,909**	**$ 254,928**	**$ 321,144**	**$ 395,276**	**$ 461,786**	**$ 520,242**	**$ 572,543**

Elaborado por: Las autoras

En el caso del Flujo de caja de los accionistas se utilizó el mismo criterio del Flujo de Caja de la empresa, es decir se toman los mismos rubros pero ahora considerando la amortización de la deuda. Así este flujo de caja permite medir lo que el proyecto genera después de cubrir las deudas con los acreedores reflejando una disponibilidad de efectivo para los accionistas. Para mayor detalle remítase al ANEXO 15 y 16.

Tabla 5.20: Flujo de Caja del Accionista anual para el período 2007 – 2016

RUBRO	INICIO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Anticipo de Alquiler	-$ 9,000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Gastos Amortizables	-$ 993	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Activos a Largo plazo	-$ 58,972	$ 0	$ 0	-$ 5,000	$ 0	$ 0	-$ 5,000	$ 0	$ 0	-$ 5,000	-$ 53,910
Capital de trabajo	-$ 35,301	$ 0	-$ 38,831	-$ 42,714	-$ 46,985	-$ 51,683	-$ 54,268	-$ 56,981	-$ 59,830	-$ 62,822	-$ 65,963
TOTAL DE INVERSION	**-$ 104,265**	**$ 0**	**-$ 38,831**	**-$ 47,714**	**-$ 46,985**	**-$ 51,683**	**-$ 59,268**	**-$ 56,981**	**-$ 59,830**	**-$ 67,822**	**-$ 119,873**
PASIVO	$ 32,222	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(=) UTILIDAD RETENIDA	**$ 0**	**$ 46,674**	**$ 53,149**	**$ 60,310**	**$ 67,154**	**$ 74,718**	**$ 73,999**	**$ 71,846**	**$ 69,359**	**$ 66,447**	**$ 65,677**
UTIL RETENIDA ACUMULADA	**$ 0**	**$ 46,674**	**$ 99,823**	**$ 160,132**	**$ 227,286**	**$ 302,004**	**$ 376,002**	**$ 447,848**	**$ 517,207**	**$ 583,654**	**$ 649,331**
Depreciación	$ 0	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301	$ 10,301
Amortización Gtos de Constitución	$ 0	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 199	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Amortización de la Deuda	$ 0	-$ 11,579	-$ 9,605	-$ 11,039	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Dividendos	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Valor de Salvamento	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 3,375
Recuperación de Capital	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 35,301
TOTAL AJUSTES	**$ 0**	**-$ 1,080**	**$ 895**	**-$ 540**	**$ 10,499**	**$ 10,499**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 10,301**	**$ 48,976**
FLUJO NETO	**-$ 72,043**	**$ 45,594**	**$ 61,887**	**$ 111,879**	**$ 190,800**	**$ 260,820**	**$ 327,035**	**$ 401,168**	**$ 467,677**	**$ 526,133**	**$ 578,434**

Elaborado por: Las autoras

5.4. Indicadores de Evaluación

5.4.1. Costo de Capital Promedio Ponderado

El costo de capital es el rendimiento requerido por un grupo de inversionistas para asumir el riesgo de un proyecto es por eso que se lo considera como un costo de oportunidad.

Esta tasa de oportunidad o tasa de descuento es el valor que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión y representa la medida de la rentabilidad que se exige al proyecto, según el riesgo, entendiéndose como riesgo operativo al grado de variación de las utilidades en relación con la variación de las ventas, de tal manera que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses por el préstamo y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido.

Para el cálculo de la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno) se usará el cálculo del costo promedio ponderado del capital (Rk), el cual se expresa como el promedio ponderado de rendimientos requeridos para el capital, Re; y el rendimiento requerido para la deuda, Rd.

$$TMAR = CCPP = R_k = \left[\left(\frac{Deuda}{Activos} \right) \% * (1 - T) * Rd \right] + \left[\left(1 - \left(\frac{Deuda}{Activos} \right) \% \right) * \mathrm{Re} \right]$$

Donde

T :Tasa de impuesto efectiva según la estructura de reparto de utilidades donde la política de dividendos es 40%.

Rd : Es la tasa de interés que cobra el banco para la deuda.

Re : Es la tasa mínima que exige el inversionista para colocar una inversión en el sector y para dicho valor es conveniente calcularlo utilizando el método CAPM ajustado con el riesgo país, el cual es el modelo más utilizado donde:

$$\mathrm{Re} = RF + \beta(Rm - Rf) + Rp$$

La teoría moderna de la toma de decisiones en incertidumbre introduce un marco conceptual genérico para medir el riesgo y el rendimiento de un activo (proyecto) que se mantiene como parte de una cartera y en condiciones de equilibrio de mercado. Este marco conceptual se denomina "Modelo de Valoración de Activos o CAPM". Así es que esta teoría nos dice que se puede invertir en cualquier proyecto que ofrezca un retorno que compense la beta del proyecto, es decir un retorno esperado por encima de la línea del mercado.[5]

Donde

- RF : Es la tasa de rentabilidad libre de riesgo o de más mínimo riesgo.
- β: Es el parámetro de elasticidad del sector con respecto a variaciones de mercado.
- Rm : Es el riesgo de mercado.
- Rf : La tasa promedio libre de riesgo durante el mismo período de cálculo de la Rm.
- Rp : Riesgo país.

Dado esto si escogemos el βeta (sensibilidad del sector con respecto al mercado) tenemos que este es de 1.1 para el sector pesquero, según los reportes ofrecidos por www.smartmoney.com donde la prima de mercado

[5] Capítulo 4 del libro "Principios de Finanzas Corporativas" de Richard Brealey & Stewart Myers, ED. Mc. Graw – Hill, 5ta. Edición, Madrid, 1998.

fue calculada en base al modelo propuesto anteriormente, así tenemos que los datos obtenidos a la fecha para calcular este modelo son:

- RF : La tasa de los bonos del tesoro de los Estados Unidos, la cual es 4.52% (fuente: finance\\yahoo.com).
- β : 1.1 para el sector pesquero.
- Rm : Rendimiento promedio de acciones el cual es de 12.2% (fuente: finance\\yahoo.com).
- Rf : La tasa promedio de libre de riesgo durante el mismo periodo de calculo de la Rm, la cual es de 3.8% (fuente: finance\\yahoo.com)
- Rp : El riesgo país al cierre es de 574 puntos (5.74%) (fuente: Banco Central del Ecuador al 15 de septiembre del 2006).

Dado estos datos, el riesgo se lo puede obtener de la siguiente forma:

$$\mathrm{Re} = RF + \beta(Rm - Rf) + Rp$$

$$\mathrm{Re} = 4.52\% + 1.1 * (12.2\% - 3.8\%) + 5.74\% = 19.50\%$$

Con un $\mathrm{Re} = 19.50\%$ y dado que el nivel de apalancamiento es como se detalla a continuación se tiene que:

Tabla 5.21: Distribución del apalancamiento de ELIDEB S.A.

APALANCAMIENTO	MONTO	%
CAPITAL	$ 72,043	69%
PRÉSTAMO CORTO PLAZO	$ 3,222	3%
PRÉSTAMO LARGO PLAZO	$ 29,000	28%
TOTAL	**$ 104,265**	**100%**

Elaborado por: Las Autoras

por lo tanto el CCPP es el siguiente:

$$TMAR = CCPP = \left[\left(\frac{Deuda}{Activos} \right) \% * (1-T) * Rd \right] + \left[\left(1 - \left(\frac{Deuda}{Activos} \right) \% \right) * \mathrm{Re} \right]$$

$$T = 25\% \left(40\% \right) + 15\% (60\%) = 19\%$$

$$CCPP = 31\% * 81\% * 14\% + 69\% * 19.50\%$$

$$TMAR = CCPP = R_k = 17\%$$

$$Rd < CCPP < \mathrm{Re}$$

$$14\% < 17\% < 19.50\%$$

El CCPP es el rendimiento corporativo después de impuestos, el cual contendrá el rendimiento requerido para la deuda o para los acreedores (Rd) y el rendimiento requerido para el capital o para los accionistas (Re).

5.4.2. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) representa la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual, es decir, suele estimarse calculando el valor presente de los saldos finales del flujo de caja proyectado, para este caso a los 10 años de vida útil del proyecto, descontándolo a una tasa adecuada o pertinente para el inversionista que es la TMAR.

El objetivo de esto es mostrar un instrumento de decisión de invertir o no en el proyecto, analizando que si los costos generados por el mismo no son suficiente para generar beneficios, el VAN será negativo y si los costos son capaces de generar beneficios y además obtener un remanente, entonces se obtendrá un VAN positivo.

Tomando los saldos del Flujo de Caja de la empresa (tabla 5.19), considerando la inversión inicial de $ 104,265 y descontando los flujos al 17% del CCPP se obtiene un VAN de $ 912,468 (VAN > 0) significando este resultado que el proyecto de inversión para la exportación de anguilas se paga a sí mismo y además genera una significativa rentabilidad.

$$VAN = \sum \frac{FCemp_t}{(1+R_k)^t} - inversión\ \ inicial$$

Tabla 5.22: Saldos del F. de Caja de la empresa

AÑO	FLUJO NETO
0	-$ 104,265
1	$ 53,954
2	$ 66,327
3	$ 117,027
4	$ 184,909
5	$ 254,928
6	$ 321,144
7	$ 395,276
8	$ 461,786
9	$ 520,242
10	$ 572,543
R_k	**17%**
VAN	**$ 912,468**

Elaborado por: Las autoras

Tomando los saldos del Flujo de Caja del accionista (tabla 5.20), considerando la inversión inicial que éste debe hacer es de $ 72,043 y descontando los flujos al 19.50% del Re se obtiene un VAN de $ 818,920 (VAN > 0) significando este resultado que el proyecto de inversión para la exportación de anguilas para el caso que fuera financiado completamente por las aportaciones de los socios se paga a sí mismo y además genera una significativa rentabilidad.

$$VAN = \sum \frac{FCacc_t}{(1+R_e)^t} - inversión\ \ inicial$$

Tabla 5.23: Saldos del F. de Caja del accionista

AÑO	FLUJO NETO
0	-$ 72,043
1	$ 45,594
2	$ 61,887
3	$ 111,879
4	$ 190,800
5	$ 260,820
6	$ 327,035
7	$ 401,168
8	$ 467,677
9	$ 526,133
10	$ 578,434
R_e	**19.50%**
VAN	**$ 818,920**

Elaborado por: Las autoras

5.4.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) nos indica el porcentaje de rentabilidad que espera ganar el inversionista como premio a la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada. Matemáticamente quiere decir que este indicador evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período en donde los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Alternativamente a los resultados de este indicador también se lo puede interpretar como la tasa mínima que el inversionista estaría en capacidad de cubrir sin perder dinero, en el supuesto que el 100% de la inversión fuese financiada con recursos provenientes de fondos de préstamo y las cuotas se pagaran con ingresos en efectivo producidos por la propia actividad a medida que se vayan produciendo.[6]

La TIR se compara con la tasa de oportunidad de la empresa. Si la tasa calculada (TIR) es mayor que ésta, el proyecto es factible y sino debe rechazarse. En el caso de análisis del flujo de caja de la empresa presenta

[6] Tomado del “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos” del Eco. Luis Barreno, 1era Edición 2004.

una TIR del 90% claramente superior al Rk de 17% y aceptable de inversión lo que significa que por cada dólar invertido se recupera $ 0.90 dólares más. Ahora para el caso de análisis del flujo de caja del accionista se presenta una TIR del 110% mayor que el Re de 19.50% siendo también aceptable la decisión de inversión recuperando $1.10 en cada dólar invertido.

Después de realizar el análisis de estos dos flujos de caja por separado podemos llegar a la conclusión de que la opción con deuda seria más viable ya que esta arroja mayor rentabilidad sobre el proyecto (mayor TIR) y además permite establecer el negocio con una menor inversión.

5.4.4. Período de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo que transcurre hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión traídos a valor presente es igual a su costo. Constituye un método tradicional de evaluación de inversiones y es el tiempo que toma desde que se pone en marcha un proyecto hasta recuperar o cubrir la inversión total durante la vida útil del proyecto.

Considerando el flujo de caja de le empresa tenemos que si cada uno de sus saldos es traído a valor presente y es reducido de la inversión inicial se tiene que ésta se recupera en el tercer año de proyección tal como lo podemos ver en la siguiente tabla.

Tabla 5.24: Tiempo de recuperación de la inversión considerando el F. Caja de la empresa

PERÍODO	SALDO INVERSIÓN	FUJO DE CAJA	V. P. FLUJO DE CAJA
1	$ 104,265	$ 53,954	$ 46,114.52
2	$ 58,150.88	$ 66,327	$ 48,453
3	$ 9,698.34	$ 117,027	$ 73,068
4	-$ 63,369.64		

Elaborado por: Las autoras

Y si consideramos el flujo de caja de lo accionistas se tiene que estos recuperan su inversión en el segundo año, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 5.25: Tiempo de recuperación de la inversión considerando el F. Caja del accionista

PERÍODO	SALDO INVERSIÓN	FUJO DE CAJA	V. P. FLUJO DE CAJA
1	$ 72,043	$ 57,173	$ 47,843.33
2	$ 24,199.77	$ 71,491	$ 50,063.10
3	-$ 25,863.32		

Elaborado por: Las autoras

5.4.5. Índices Financieros

El análisis de los índices financieros es el método por el cual no se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Los índices financieros son herramientas de análisis que permiten observar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa.

5.4.5.1. Rentabilidad sobre la inversión total

Rendimiento sobre la inversión = Utilidad Neta / Activo Total
Rendimiento sobre la inversión = 43,455/ 104,265
Rendimiento sobre la inversión = 41.68%

El proyecto genera un rendimiento sobre la inversión del 41.68%, entre mayor índice mejor resultado; en este caso se presenta un nivel rentable aceptable.

5.4.5.2. Rentabilidad sobre el capital propio

Rentabilidad de capital = Utilidad neta / Capital

Rentabilidad de capital = 43,455 / 72,043
Rentabilidad de capital = 60.3%

El proyecto genera una rentabilidad sobre el capital de 60.3%, es decir, mide el porcentaje de rendimiento sobre la inversión propia del negocio, mientras mayor sea el índice obtenido se tendrá un mejor resultado.

5.4.5.3. Índice de apalancamiento

Apalancamiento = Deuda Total / Activo Total
Apalancamiento = 32,222 / 104,265
Apalancamiento = 30.9%

Este índice nos indica que el 30.9% está financiado con recursos externos, mientras que el 69.1% de los activos se financia con capital propio.

5.4.5.4. Índice de cobertura de la deuda

Cobertura de la deuda = Utilidad antes de Impuestos / Amortización más intereses
Cobertura de la deuda = 53,648 / 15,366
Cobertura de la deuda = 3,49

Determina que la empresa está en condiciones de cubrir por cada dólar de deuda 3,49 veces.

5.4.5.5. Rentabilidad sobre ventas

Margen neta de utilidad = Utilidad Neta / Ventas
Margen neta de utilidad = 43,455 / 1,1718,842
Margen neta de utilidad = 0,04

Determina que por el ingreso de cada dólar de ventas, el margen de utilidad neta es de 0,04 dólares.

5.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entres costos fijos, variables y los beneficios. Este es importante en el análisis de un proyecto, pues nos permite conocer si un nivel logrado de ventas y de costos es óptimo. El punto de equilibrio no es más que la cantidad de producción en que los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, con la que la utilidad de operación es cero.[7]

La utilidad general del punto de equilibrio es que puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias, estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Para determinar el de punto de equilibrio se define matemáticamente en:

- Valores:

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{1 - \frac{Costos\ Variables}{Ventas}} = \frac{Costos\ Fijos}{\%\ Margen\ de\ Contribución}$$

- Cantidad:

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{P.Vta.Unit. - Cto.Var.Unit.}$$

A continuación se presenta una tabla que describe los puntos de equilibrios para cada uno de los años proyectados. Remítase al ANEXO 17 para mayores detalles.

---

[7] Capítulo 3 del libro “Contabilidad de Costos, un enfoque general” de Horngren, Foster & Datar. ED. Prentice Hall, 10ma. Edición.

Tabla 5.26: Puntos de Equilibrio del período proyectado 2007 - 2016

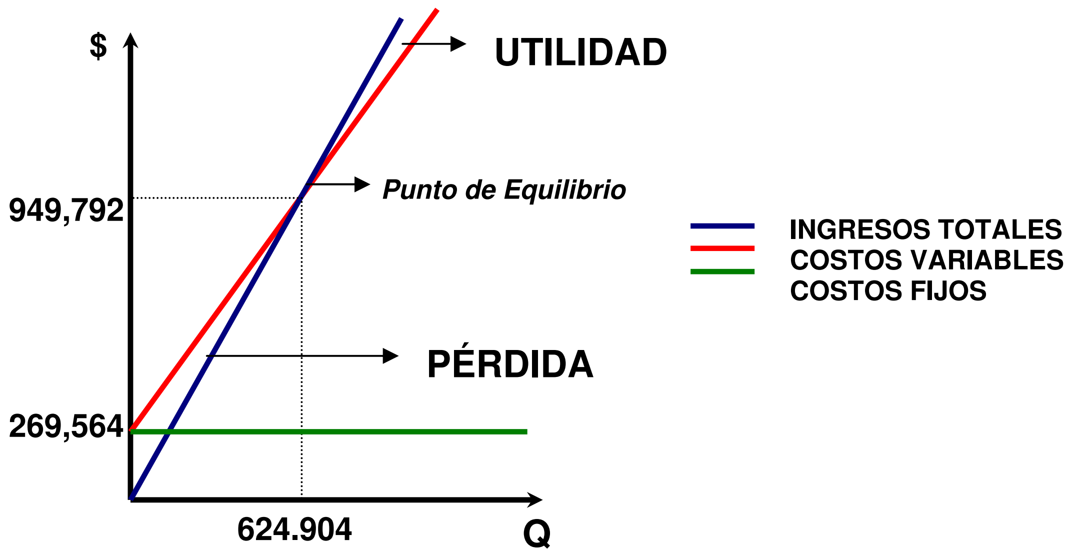
RUBRO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS TOTALES	$ 1,172,165	$ 1,289,349	$ 1,418,758	$ 1,560,045	$ 1,716,017	$ 1,802,308	$ 1,891,876	$ 1,986,453	$ 2,086,267	$ 2,195,423
VOLUMEN DE VENTA EN KILOS	771.212	848.312	933.455	1'026.413	1'129.033	1'185.807	1'244.737	1'306.963	1'372.634	1'444.452
COSTOS VARIABLES	$ 839,476	$ 923,424	$ 1,015,766	$ 1,117,343	$ 1,229,077	$ 1,290,531	$ 1,355,057	$ 1,422,810	$ 1,493,951	$ 1,568,648
MARGEN CONTRIBUCION	$ 332,689	$ 365,926	$ 402,992	$ 442,702	$ 486,940	$ 511,777	$ 536,818	$ 563,643	$ 592,316	$ 626,775
% MARGEN CONTRIBUCION	28.38%	28.38%	28.40%	28.38%	28.38%	28.40%	28.37%	28.37%	28.39%	28.55%
GASTOS FIJOS	$ 265,787	$ 289,267	$ 315,597	$ 345,166	$ 378,418	$ 404,299	$ 432,468	$ 462,904	$ 495,805	$ 531,383
% DE GASTOS FIJOS	23.00%	22.00%	22.00%	22.00%	22.00%	22.00%	23.00%	23.00%	24.00%	24.00%
PUNTO DE EQUILIBRIO SIN DEUDA	**$ 936,450**	**$ 1,019,242**	**$ 1,111,076**	**$ 1,216,336**	**$ 1,333,575**	**$ 1,423,804**	**$ 1,524,120**	**$ 1,631,421**	**$ 1,746,334**	**$ 1,861,289**
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS	**616.126**	**670.598**	**731.019**	**800.274**	**877.410**	**936.775**	**1'002.777**	**1'073.374**	**1'148.980**	**1'224.613**
GASTOS FINANCIEROS	$ 3,787	$ 2,289	$ 855	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL DE GASTOS FIJOS	$ 269,574	$ 291,556	$ 316,452	$ 345,166	$ 378,418	$ 404,299	$ 432,468	$ 462,904	$ 495,805	$ 531,383
PUNTO DE EQUILIBRIO CON DEUDA	**$ 949,792**	**$ 1,027,308**	**$ 1,114,086**	**$ 1,216,336**	**$ 1,333,575**	**$ 1,423,804**	**$ 1,524,120**	**$ 1,631,421**	**$ 1,746,334**	**$ 1,861,289**
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS	**624.904**	**675.905**	**733.000**	**800.274**	**877.410**	**936.775**	**1'002.777**	**1'073.374**	**1'148.980**	**1'224.613**

Elaborado por: Las autoras

Los valores que muestra el punto de equilibrio en unidades (kilos) significa el número de kilos que la empresa debe vender al año para no perder ni ganar, es decir para llegar a su equilibrio. El mismo sentido se aplica si consideramos los valores en dólares, siendo la cantidad mínima en ventas para lograr cubrir todos los costos sin incurrir en pérdidas.

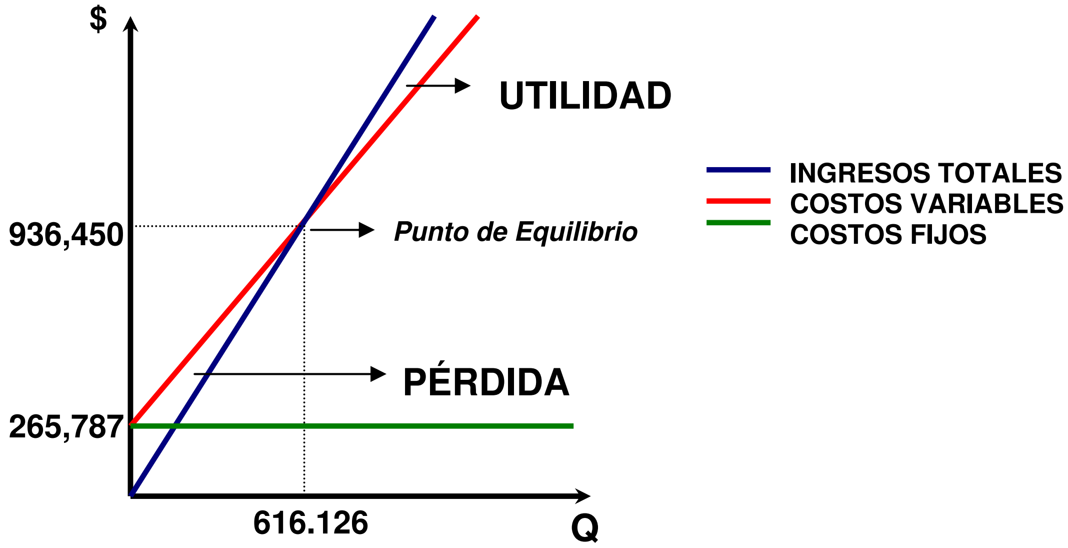
A continuación se ilustran gráficamente los puntos de equilibrio para el año 2007 y el año 2016.

Gráfico 5.1: Pto. de Equilibrio en el F.C. emp. Año 2007



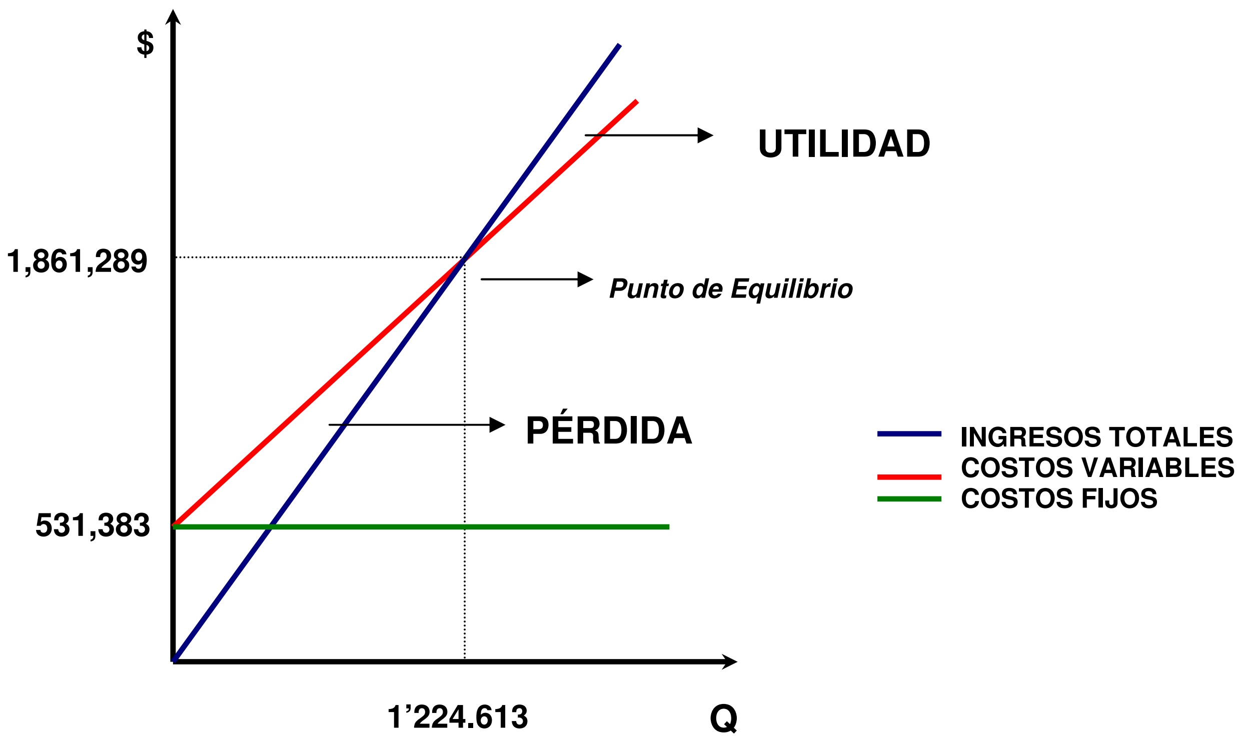
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5.2: Pto. de Equilibrio en el F.C. acc. Año 2007



Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5.3: Pto. de Equilibrio en el Flujo de Caja Año 2016



Elaborado por: Las autoras

5.6. Análisis de Sensibilidad

A partir de un análisis de sensibilidad se podrá analizar el nivel de factibilidad del proyecto ante diversas variaciones de los principales componentes del flujo de caja y así verificar cual sería la TIR y el VAN del proyecto ante estas variaciones.

En la siguiente tabla se puede apreciar un resumen de las variaciones en la TIR y VAN ante variaciones de tres rubros importante en el flujo de caja que son las ventas, los costos de materia prima y los costos de material directo. Los valores exactos de los cambios en estas variables los podrá encontrar desde el ANEXO 18 al ANEXO 34.

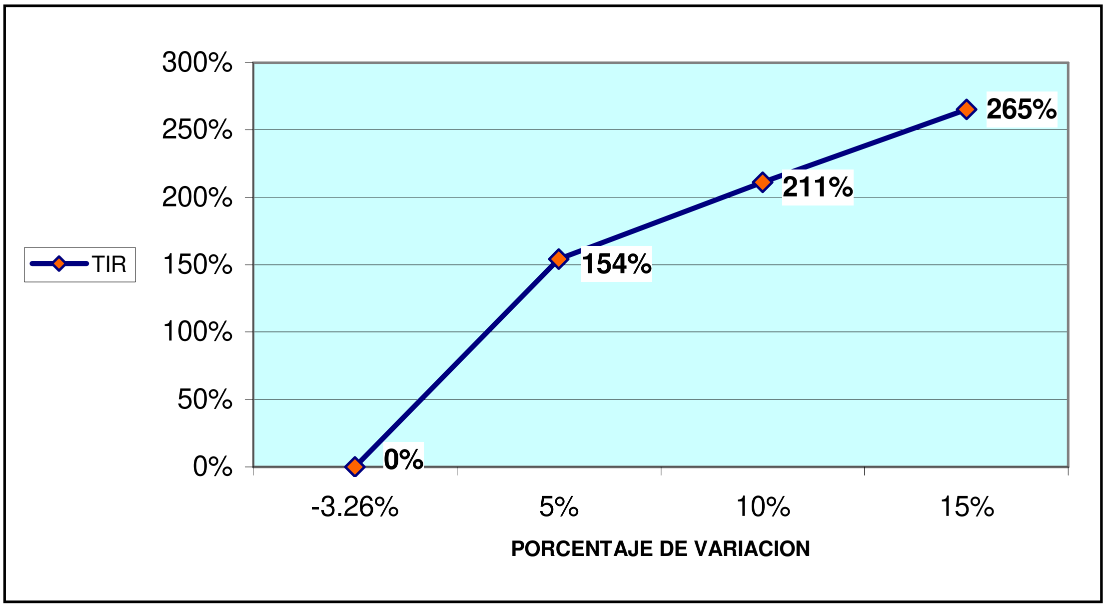
Tabla 5.27: Variación en TIR y VAN ante cambios en ventas y costos

RUBRO	VARIACION	TIR	VAN	ANALISIS
SUBEN LAS VENTAS	5%	154%	$ 2,159,300.59	SE ACEPTA
	10%	211%	$ 3,406,132.90	SE ACEPTA
	15%	265%	$ 4,652,965.22	SE ACEPTA
BAJAN LAS VENTAS	PUEDE DISMINUIR HASTA UN 3.26% PARA QUE SE ACEPTE			
AUMENTO DEL CTO. DE MAT. PRIMA	5%	65%	$ 502,260.44	SE ACEPTA
	10%	30%	$ 92,052.60	SE ACEPTA
	PUEDE AUMENTAR HASTA UN 11%			
DISMINUCION DEL CTO. DE MAT. PRIMA	5%	113%	$ 1,322,676.10	SE ACEPTA
	10%	134%	$ 1,732,883.93	SE ACEPTA
	15%	154%	$ 2,143,091.76	SE ACEPTA
AUMENTO DEL CTO. DE MAT. DIRECTOS	5%	86%	$ 843,515.05	SE ACEPTA
	10%	82%	$ 774,561.82	SE ACEPTA
	15%	78%	$ 705,608.60	SE ACEPTA
	PUEDE AUMENTAR HASTA UN 65% PARA QUE SE ACEPTE			
DISMINUCION DEL CTO. DE MAT. DIRECTOS	5%	94%	$ 981,421.49	SE ACEPTA
	10%	98%	$ 1,050,374.71	SE ACEPTA
	15%	102%	$ 1,119,327.94	SE ACEPTA

Elaborado por: Las autoras

Así se tiene que ante variaciones positivas de los ingresos por venta la TIR se eleva, como también lo podemos ver en el siguiente gráfico, en donde se nota que si el ingreso por ventas aumenta en un 15% la TIR alcanzará un 265% dando como resultado un proyecto sumamente rentable, mas al mismo tiempo se ve que el proyecto esta dispuesto a soporta una disminución del ingreso por venta de hasta un 3.41%, para que aun sea factible tanto a corto como a largo plazo.

Gráfico 5.4: Variación de la TIR ante cambios en los ingresos por ventas

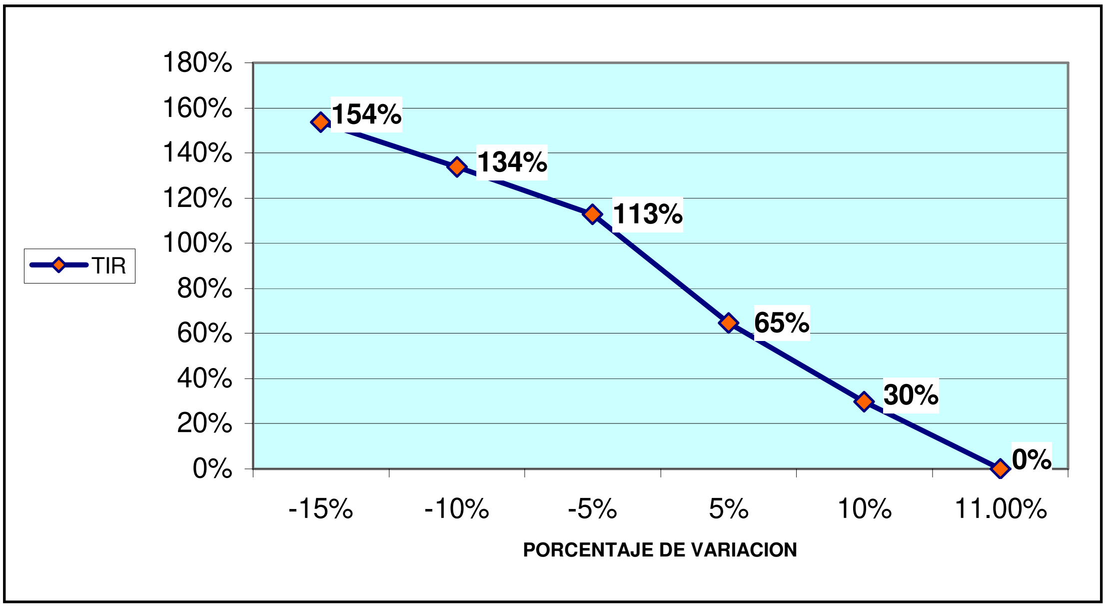


Elaborado por: Las autoras

Continuando con el análisis y remitiéndonos a la tabla 5.27, se puede notar que al aumentar el costo de la materia prima en un 5% y 10% la TIR tiene valores de 65% y 30% respectivamente, además es importante señalar que el proyecto tolera un aumento del costo de la materia prima de hasta el 11% para que el mismo siga siendo factible, de la misma forma con relación a los costos de materiales directos, se nota que el proyecto soporta un aumento de hasta el 65% y aun así el proyecto cumple con las expectativas ya que la TIR sigue siendo mayor que la TMAR.

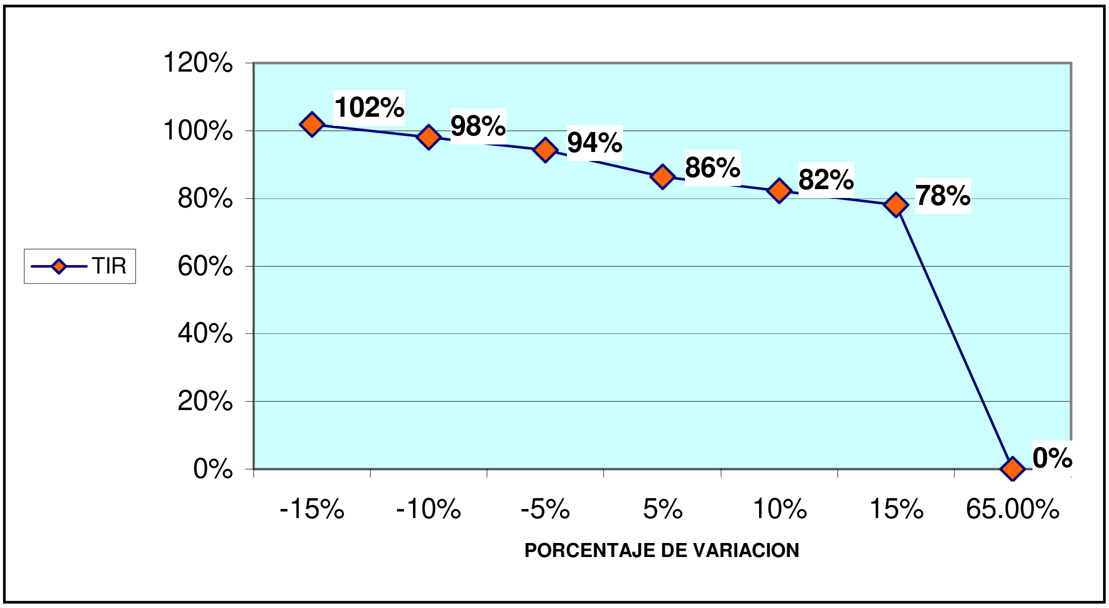
Así mismo finalmente se puede ver que una disminución de los costos de la materia prima y de los otros materiales directos afecta positivamente a la rentabilidad del proyecto tal como se ve en los siguientes gráficos:

Gráfico 5.5: Variación en la TIR ante cambios en los costos de materia prima



Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5.6: Variación en la TIR ante cambios en los costos del material directo



Elaborado por: Las autoras

CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se ha podido establecer las siguientes conclusiones:

- La anguila es un producto no tradicional, por lo tanto con está investigación se está incentivando la diversificación de la producción para incrementar nuestra balanza comercial.

- La anguila es un producto de alto consumo a nivel mundial, apreciado fundamentalmente por su calidad de carne, sabor y contenido nutricional, tienen alta aceptación especialmente en merados externos por lo que ha sido considerada un producto de alta exclusividad en Europa y alimento necesario en Asia.

- La producción del país por este concepto es marginal, ya que es un recurso que no se ha explotado por la falta de información de las bondades y beneficios que podría generar, actualmente el Instituto de Pesca del Ecuador esta desarrollando proyectos de difusión y capacitación sobre la explotación de nuevos productos hidrobiologicos dado que las costas ecuatorianas son ricas en estos recursos.

- Desde el punto de vista financiero del Flujo de Caja de la empresa, la ejecución del proyecto presenta un VAN positivo igual a $72,043 y una TIR del 81% mayor al costo de oportunidad CCPP (17%), además según el Flujo de Caja del accionista se obtiene un VAN de $648,149 y una TIR del 74% mayor a la tasa de rendimiento mínima requerida por el accionista (19.50%), concluyendo de esta manera que el proyecto es rentable tanto para la empresa como para el accionista ya que se paga a si mismo y además genera una significativa rentabilidad.

- La factibilidad operativa y financiera del proyecto permite proponer un proyecto que explote un recurso que actualmente no esta siendo aprovechado en el país y que es altamente rentable en su comercialización, con un alto consumo en los países asiáticos, lo cual crea una ventaja competitiva dentro de este sector ya que se aprovecharía la coyuntura actual de escasez en los países Europeos para posicionar a la empresa a nivel internacional con un producto que sea aceptado en el mercado y que cumpla con los requerimientos de los compradores.

- Desde el punto de equilibrio la cantidad mínima en ventas necesaria para cubrir los costos del proyecto sin incurrir en pérdidas será de $949,792 en el caso que el proyecto se financie vía capital propio y con deuda; y $936,450 para el caso que el proyecto sea financiado solo por la vía capital propio.

- El desarrollo del presente proyecto generará al país una posibilidad de empleo, en especial en mano de obra no calificada y una apertura de la oferta exportable de un producto no tradicional lo que implica un ingreso de divisas para el Ecuador

RECOMENDACIONES

Para que sea exitosa la comercialización del producto, es importante considerar los siguientes aspectos.

- Llevar a cabo el proyecto, ya que "ELIDEB S.A. "brindará al país la oportunidad de aumentar el rubro de ingresos de productos no tradicionales por la exportación de uno de los productos de mar más apetecidos por la calidad de su carne, su sabor y contenido nutricional hacia países asiáticos y en un futuro hacia los mercados de Europa y América sin descartar la posibilidad de fomentar el consumo de la Anguila Remiger entre los ecuatorianos y así también aprovechar los beneficios del producto.

- Realizar campañas informativas y publicitarias de las bondades nutricionales que ofrece el producto y educar al consumidor a través de una estrategia de colocación del producto .

- Dado que la carne de anguila es de fácil deterioro es necesario monitorear estándares de calidad en la forma de procesamiento del producto con el objeto de preservar la calidad del producto ya que esta será la herramienta diferenciadora de nuestro producto en los mercados internacionales que son muy exigentes en este aspecto.

- Capacitación constante y oportuna al personal que involucre la gestión del proyecto hacia el mejoramiento continúo de procesos que impulsen un mayor crecimiento comercial operacional y económico.

- Ofertar el producto a precios inferiores de nuestros competidores externos, esto brinda seguridad para el desarrollo del proyecto.

- Una vez alcanzadas las metas financieras establecidas se recomienda analizar la posibilidad de expandir la exportación de productos hidrobiológicos para que si se considerara factible esta opción poder al final de la vida del proyecto comprar la planta y expandir las instalaciones.

- Se recomienda a la parte gerencial una acción permanente en cuanto a la estructuración de la estrategia de marketing la cual ayudará a posicionar al producto por lo que será necesario que exista una participación en el mayor número de ferias internacionales y locales destacando el producto que ofrece la empresa.

Una vez cubierta la demanda asiática dada la rentabilidad de exportar anguilas se recomienda extender las exportaciones a Estados Unidos y Cánada los cuales presentan alta demanda sobre el producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Blank-Taquín "Ingeniería Económica". Editorial. Mc Graw Hill, 4ta Edición.
- Brealy, Richard & Myers, Stewart. “Principios de Finanzas Corporativas”. Editorial Mc. Graw – Hill, 5ta Edición, Madrid, 1998.
- David, Fred "Conceptos de Administración Estratégica". Editorial Prentice Hall, 5ta Edición.
- Emery, Douglas R. “Fundamentos de Administración Financiera". Editorial Pearson Education, 1ra Edición, 2000.
- Emery & Finnerty “Administración Financiera Corporativa”. Editorial Prentice may, 2000.
- Fernández, Pablo “Valoración de Emporesas”. Editorial gestión 2000.
- Kotler-Armstrong (2003) "Mercadotecnia". Editorial Prentice Hall, 6ta Edición.
- Malhotra, Naresh (1997) "Investigación de Mercados". Editorial Prentice Hall, 2da Edición.
- PROMPEX-PERÚ (2003) “Breve perfil biológico, pesquero y comercial de la anguila”.
- Sapag Chain, Nassir/Reinaldo (1988) "Preparación y Evaluación de Proyectos". Editorial MC Graw Hill, 3ra Edición.
- Weston-Copeland (1999) "Manual de Administración Financiera". Editorial MC Graw Hill, 1ra Edición.
- Welsh-Hilton-Gordon (1985) "Presupuesto". Editorial Prentice Hall, 5ta Edición.
- Weston, J. Fred & Brigham, Eugene F. “Fundamentos de Administración Financiera”. Editorial Mc Graw – Hill, 10ma Edición.
- Westwood (1986) "Planeación de Mercados". Editorial Serie Empresarial, 1ra Edición.
- Matías García Fronti (2003) “Ventas y Marketing”, Editorial Omicron System.
- Eco. Luis Barreno “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos” (2004) 1era Edición
- Horngren, Foster & Datar “Contabilidad de Costos, un enfoque general” de. Editorial Prentice Hall, 10ma. Edición.
- Antonio Vallarino M., Paloma Moreno P. e Ismael Ortuño S. “El Pescado en la Dieta” (2003)

ANEXO 1
REQUISITOS DE IMPORTACIÓN IMPUESTOS POR CHINA

Controles de importación impuestos por China son:

- *Licencias de Importación*. Que consisten en licencias de importación, licencias automáticas de importación para productos mecánicos y eléctricos, y licencias de importación para comercio procesado vinculado; para plantas medicinales, substancias de ozono, productos químicos de uso militar, substancias químicas usadas en la manufactura de drogas ilícitas, equipos de manufactura de CD-ROM, y productos mecánicos y eléctricos.

- *Aprobación de Importación.* Consiste en controles de importación para toda clase de materiales de desecho.

- *Certificado de Importación*. Consiste en licencias de importación automáticas o los certificados de importación de grandes productos industriales, certificado chino obligatorio, el certificado ITA; para animales vivos, productos animales, productos vegetales, químicos, farmacéuticos, plásticos, cauchos, piel animal, madera, textiles, calzado, vidrios y derivados, metales, maquinaria eléctrica y no-eléctrica, grabadores y reproductores de sonido, equipo de televisión, y vehículos.

- *Permiso de importación*. Consiste en un control bajo CITES, bajo la convención de narcóticos, substancias psicotrópicas y productos químicos nocivos de las Naciones Unidas.

- *Prohibición de Importación*. Para productos eléctricos y mecánicos remanufacturados, algunos fertilizantes y productos químicos, ropa y textiles usados, desechos de origen animal, y savias vegetales y extractos.

- *Inspección*. Para cerca del 70% de los productos de todo el esquema tarifario.
- *Registro*. Para pesticidas
- *Cuota de tasa de tarifa*. Para maíz, arroz, aceites vegetales, aceite de palma, azúcar, lana, algodón, y fertilizantes.
- *Cuota absoluta.* Para vehículos de pasajeros.
- *Controles anti-dumping*. Para ciertos químicos orgánicos, plásticos, cauchos, papel, hierro y acero.

La política china de importaciones, en términos generales, ha estado dirigida, de manera prioritaria, a dotar al país de bienes, mercaderías, equipos y tecnologías avanzadas necesarios para el crecimiento y desarrollo económico. También son prioridades los productos y mercaderías importantes que no existen o son escasas localmente.

El Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación Económica con el Extranjero (MOFTEC por sus siglas en inglés) es el ente oficial encargado de conceder la autorización para realizar importaciones y/o exportaciones a las empresas chinas. Sin su autorización, ninguna empresa puede importar y/o exportar.

En general las mercancías de importación se dividen en cuatro categorías:

1. Mercancías de Prohibida Importación. Como armas, municiones y explosivos; moneda y documentos negociables falsos; documentos impresos o guardados en medios magnéticos, fotografías, films que puedan resultar detrimentales para la situación política, económica y cultural del país; drogas ilícitas; venenos; animales o plantas portadores de enfermedades o provenientes de países donde hay epidemias; vestimenta usada; ciertos colorantes y aditivos que podrían resultar nocivos para la alimentación humana, de acuerdo al Ministerio de Higiene; entre otros.

2. Mercancías de Restringida Importación. Para las cuales se utilizan sistemas regulatorios de cuotas y licencias. Para la importación de este tipo de mercancías es necesario aplicar al departamento competente del MOFTEC para la obtención de la cuota y/o licencia respectiva.

Las mercancías sujetas a licencias de importación corresponden a cuatro categorías de productos: máquinas (capítulo 84 del arancel); compuestos químicos (capítulo 29 del arancel); productos químicos orgánicos e inorgánicos (capítulo 28, 29 del arancel); y derivados halogenados de hidrocarburos (subpartida 29.03)

Las mercancías sujetas a licencias y cuotas (al mismo tiempo) de importación corresponden a 8 categorías de productos: combustibles minerales (subpartida 27.10); caucho natural (subpartida 40.01); neumáticos (subpartida 40.11); vehículos y partes (cap. 87); motocicletas y partes (subpartida 87.11); cámaras fotográficas y partes (subpartida 90.06); relojes de pulsera (cap. 91) y grúas (subpartida 87.05)

Además de lo anterior, en junio de 1999 se pusieron en efecto nuevas reglas que restringen o prohíben la importación de mercaderías para ser usadas en el comercio de procesamiento (maquila). Esta medida tiene por objeto lograr un cambio en la dirección del comercio de procesamiento para que tienda a producir mercaderías con mayor contenido tecnológico y mayor valor agregado. En este sentido, las siguientes categorías de productos están prohibidas: vestimenta usada; publicaciones usadas de contenido licencioso; desechos radioactivos o industriales dañinos; automóviles chatarra; automóviles usados o componentes usados; semillas, fertilizantes; alimento, aditivos o antibióticos usados en el cultivo o cría de cualquier ítem de exportación.

3. Mercancías de Libre Importación. Para las cuales no hace falta tramitar ningún permiso especial (todos los productos que Ecuador exporta actualmente a China caen dentro de esta categoría).

4. Mercancías Sujetas a Cuotas Arancelarias. Aquellas que son gravadas por dos clases de aranceles, los preferenciales y los no preferenciales. Si la cantidad de mercancía importada no sobrepasa una cuota fijada por el MOFTEC, se aplican los aranceles preferenciales. Los aranceles no preferenciales entran en juego cuando un importador quiere importar por sobre la cuota establecida. Estrictamente hablando, esta medida no impide la importación, pero sí la desmotiva gravando la mercancía con aranceles muy elevados (no preferenciales) si va a significar exceder la cuota establecida.

Hay 11 categorías de productos sujetos a cuotas arancelarias (56 partidas en total): Trigo (1-10% arancel) dentro de la cuota y (71% arancel) fuera; maíz (1-10%) dentro y (28-71%) fuera; arroz y harina de maíz (1-9%) dentro y (22, 56, 71%) fuera; aceite de soya, palma y colza (9%) dentro y (52.4%) fuera; azúcar (20%) dentro y (65.9%) fuera; lana sin cardar y cardada (1%) dentro y (38%) fuera; algodón (1%) dentro y 54.4%) fuera; fertilizantes (1-4%) dentro y (50%) fuera.

A más de las anteriores, que se convierten en barreras no arancelarias, China utiliza barreras fitosanitarias y de sanidad animal para prohibir el ingreso de productos de países y regiones que no han firmado con ese país acuerdos bilaterales.

Las barreras fitosanitarias prohíben la importación de frutas y vegetales frescos de la familia de los tomates, berenjenas y del género capsicum (los pimientos pertenecen a este género). Actualmente la única fruta fresca que Ecuador puede exportar a China es banano, el resto de frutas ecuatorianas están impedidas de entrar.

Las barreras de sanidad animal impiden la exportación de productos de origen animal (cárnicos, lácteos, algunas partidas de cueros y pieles, entre otros) si provienen de países y/o regiones que no han firmado acuerdos bilaterales con China. Al momento Ecuador no puede exportar a China productos cárnicos, lácteos, cueros (algunos tipos sí es posible), pieles, etc.

ESTÁNDARES DE ETIQUETADO PARA COMESTIBLES Y BEBIDAS

El contenido de la información a ser impresa en los empaques o envolturas debe estar en idioma chino, por lo menos. Se pueden usar otros dos lenguajes, pero el tamaño de las letras no deberá ser más grande que el de los caracteres chinos.

- Se debe indicar el nombre del producto.
- Se debe de indicar la tabla de ingredientes.
- El contenido debe estar expresado en términos de volumen para los líquidos y en términos de peso para los sólidos. Habrán de usarse las abreviaciones mililitro (ml), litro (L), gramo (g), kilogramo (kg).
- Se debe indicar el nombre y dirección del manufacturador y distribuidor, indicando el país de origen.
- Se debe indicar la fecha de producción, período de garantía de calidad o tiempo máximo de almacenamiento (formato año, mes, día).
- Se debe indicar la forma de almacenamiento recomendada (si la hay).
- Se debe indicar la forma recomendada de consumo (opcional).
- Se debe indicar las calorías y nutrientes (opcional).

ANEXO 2

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES PARA EL COMERCIO EXTERIOR – PAÍS CHINA

Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation (MOFTEC)
2, DONG Changan Avenue
Tel.: (008610) 65198114
Fax: (008610) 65198039
URL: www.moftec.gov.cn
Email: moftec@moftec.gov.cn

China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT)
1, Fuxingmenwai Street BEIJING 100860
Tel.: (008610) 68013344
Fax: (008610) 68030747
E-mail: ccpitwebqpublic.bta.net.cn
Url: www.ccpit.org

Shangai Trade Point
27, Zhongshan Road, 1st Flor SHANGAI 200002
Tel.: (008621) 63232188
Fax: (008621) 63232439
E-mail: tpsftcc@public.sta.net.cn
Url: www.tpsha.gov.cn

Trade Point Beijing
190, Chaonei Street, Dongcheng District
Tel.: (008610) 65250671
Fax: (008610) 65130181
E-mail: tpbj@tpbjc.gov.cn

Url: www.tradepoint.com.cn

Beijing International Trade Research Institute
Tower Number 12, 15th Floor
Jian Guo Men Wai Da Jie BEIJING 100022
Tel.: (008610) 65001661
Fax: (008610) 65002005

China Chamber of International Commerce
(CCOIC)
Xi Nan Cun 33#-3-108
Nan Kai University
TIANJIN 300071
Tel: (008622) 27483686
Fax: (008622) 27483686
Email: panglin@public.tpt.tk.cn

ANEXO 3

REQUISITOS DE IMPORTACIÓN IMPUESTOS POR COREA DEL SUR

Los controles de importación impuestos por Corea del Sur son:

- *Licencias de importación y permisos*. Para vehículos, productos regulados por CITES, y artículos manufacturados por el capítulo 96 de la tarifa.

- *Aprobación de Importación y Autorizaciones*. Para piedras, sales, preparados de carnes y pescados, bebidas, alcohol, vinagre, productos químicos industriales, químicos orgánicos, productos farmacéuticos, pinturas, perfumería y preparados cosméticos, preparaciones dentales, explosivos, bienes fotográficos, plásticos y sus derivados, materiales de desecho, pieles y cuero, papel, alfombras y textiles, perlas o piedras semipreciosas, reactores nucleares, maquinaria eléctrica, productos ópticos y fotográficos, muebles, piezas de arte, y antigüedades.

- *Certificados de Importación*. Para reactores nucleares, maquinaria eléctrica, plásticos y sus derivados, lana, alfombras y textiles para la cobertura de pisos, productos de cerámica, perlas, piedras preciosas, y juguetes.

- *Prohibición de importación*. Para ganado o productos relacionados con BSE (enfermedad de las vacas locas por sus siglas en inglés), frutas y plantas que sean reguladas por la Ley de Control de Epidemias, comidas que sean reguladas por la Ley de Control Sanitario, ciertos químicos y productos narcóticos, diamantes brutos que sean regulados bajo el Esquema de Certificación de Procesos Kimberly y que sean importados de países no-miembros, maquinaria eléctrica que esté sujeta a las Leyes sobre el Desagüe, Excrementos, y Desechos de Granjas, y bienes militares que sean regulados por las Naciones Unidas y que sean importados de ciertos países.

- *Inspecciones y Examinaciones*. Para productos farmacéuticos, minerales, combustibles minerales, ceras, preparados cosméticos, reactores nucleares, productos fotográficos caucho, animales vivos, pescado, productos de origen natural, frutas, vegetales, cereales, maltas, semillas, barcos, botes y calzado.

- *Cuotas de tasas tarifarias*. Para productos agrícolas, tabaco y sustitutos del tabaco, químicos orgánicos y maquinaria eléctrica.

- *Controles Anti-Dumping*. Para pilas alcalinas de manganeso, encendedores de bolsillo, y CD-RWs (discos compactos regrabables).

CONSEJO ECONÓMICO DE LA CUENCA DEL PACÍFICO (PBEC: PACIFIC BASIN ECONOMIC COUNCIL)

Ecuador y Corea del Sur forman parte de los veinte comités miembros que integran el Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico que es una asociación de líderes empresariales de todo el Pacífico, fundada en 1967, que promueve la expansión del comercio y la inversión a través del desarrollo de mercados abiertos.

El PBEC está conformado por 1.200 empresas e instituciones de veinte comités miembros que integran el PBEC-Internacional: Australia, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Ecuador, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, Méjico, Nueva Zelanda, Perú, Rusia, Singapur, Taipei Chino y Tailandia.

Cinco son los temas sobre los que dirige sus esfuerzos, encaminados a mejorar el ambiente de negocios en la Cuenca del Pacífico para todos los miembros de la organización:

- Asesorar a los gobiernos para mejorar el clima de negocios en sus países;
- Generar inversión extranjera para apoyar objetivos de desarrollo económico;
- Reducir las barreras administrativas al comercio internacional en la región;
- Estimular el desarrollo y acelerar la implementación de nuevas tecnologías;
- Equilibrar el desarrollo económico con la necesidad de cuidar el medio ambiente.

Estos objetivos se los cumple a través de varios mecanismos, siendo los principales:

- Una Reunión General Internacional anual en la que se tratan los temas de mayor importancia para la región y el mundo y que a su vez sirve de punto de contacto de negocios y colaboración para todos los participantes;
- Trabajo a través de las Comisiones de Barreras Administrativas, Medio Ambiente, Productos Alimenticios, Inversión Extranjera Directa, Servicios y Tecnología, así como a través de Grupos de Trabajo para temas que así lo requieran.
- Misiones para identificar y desarrollar oportunidades de negocios.
- Información, servicios y enlace entre las compañías miembros para identificar, aumentar y mejorar sus oportunidades de negocios.

ANEXO 4

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES PARA EL COMERCIO EXTERIOR – PAÍS COREA DEL SUR

KOREA TRADE – INVESTMENT PROMOTION AGENCY (KOTRA)
TRADE INFORMATION LIBRARY
300-9, Yumgok – Dong, Seocho-gu
P.O Box 101
Seoul
Tel: (00822) 34607114
Fax: (00822) 34607777
Email: skywalk@kotra.or.kr
Url: www.kotra.or.kr

KOREA INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATION (KITA)
KOREA TRADE INFO. SERVICES (KOTIS)
Korea World Trade Center
159-1, Samsung-Dong, Kangnam-gu
Seoul 135-729
Tel: (00822) 3163114
Fax: (00822) 5515422
Email: kotisweb@kotis.net
Url: www.kita.or.kr

KOREA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (KCCI)
International Affairs Division
45, Namdaemunro 4-ga
C.P.O Box 25
Seoul 100-743
Tel: (00822) 3163114

Fax: (00822) 7579475

Email: trade@kcci.or.kr

Url: www.kcci.or.kr

ASSOCIATION OF FOREIGN TRADING AGENTS OF KOREA (AFTAK)

Department of Trade Promotion

Hankangro 2-ka

Yongsan-ku

Seoul 140-012

Tel: (00822) 7921581/4

Fax: (00822) 7854373

Email: webmaster@aftak.or.kr

Url: www.aftak.or.kr

THE KOREAN COMMERCIAL ARBITRATION BOARD (KCAB)

Arbitration Department

159, Samsung-Dong, Kangnam-gu

World Trade Centre

P.O Box 50

Seoul 135 729

Tel: (00822) 5512006

Fax: (00822) 5512020

ANEXO 5
REQUISITOS DE IMPORTACIÓN IMPUESTOS POR JAPÓN

Los controles de importación impuestos por Japón son:

- *Aprobación de importación*. Para animales y productos animales, farmacéuticos, cosméticos, implementos médicos, azúcar, artículos cubiertos bajo convenios internacionales, como productos pesqueros, artículos de seda, diamantes brutos, desechos, etc.

- *Autorización de importación*. Para productos pesqueros, químicos, artículos de seda, vida silvestre, etc.

- *Certificados de importación*. Para vida silvestre, plantas y contenedores o envolturas.

- *Permisos de importación*. Para sustancias químicas, explosivos, animales acuáticos, y productos lácteos.

- *Prohibición de importación*. Para armas, cannabis, narcóticos, sustancias sicotrópicas, drogas estimulantes, sustancias envenenadoras, etc.

- *Inspecciones, Registros, y Notificaciones*. Para pesticidas, animales domésticos y productos animales, fertilizantes, comidas, utensilios, envolturas/contenedores, gas a presión y sus equipos, sustancias químicas, productos de petróleo, perros, gatos, etc.

- *Controles anti-dumping*. Para solamente fibras sintéticas que se originen de otros países de Asia oriental.

- *Cuotas absolutas*. Para animales, seda, máquinas, vehículos, equipo óptico, etc.

ANEXO 6

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES PARA EL COMERCIO EXTERIOR – PAÍS JAPÓN

Japan External Trade Organization

2-5, Toranomon 2-chome Minato-ku Tokyo

Tel: (813) 35825770

Fax: (813) 35827376

Web site: www.jetro.go.jp

Email: tdc@jetro.go.jp

Japan Foreign Trade Council, Inc.

4-1, Hamamatsu-Cho, 2-ch, Minato-ku Tokyo

Tel: (813) 34355952

Fax: (813) 34355979

Web site: www.jftc.or.jp

Email: mail@jftc.or.jp

The Japan Chamber of Commerce and Industry

2-2, Marunouchi 3-chome Chiyoda-ku Tokyo

Tel: (813) 32837851

Fax: (813) 32166497

Web site: www.jcci.or.jp/home-e

Email: info@jcci.or.jp

Osaka Chamber of Commerce and Industry

2-8, Hommachibashi Chuo-ku, Osaka

Tel: (816) 69446400

Fax: (816) 69446248

Web: www.osaka.cci.or.jp

Email: intl@osaka.cci.or.jp

ANEXO 7

LISTADO DE POTENCIALES COMPRADORES EN EL MERCADO ASIÁTICO

Así dado esto tenemos a los siguientes potenciales clientes:

País: Japón
Empresa: Tomoda Selling & Sailing Co., Ltd.
Contacto: Mitsunori Hironaka
Dirección: Citysqea Tukiji 804, 5-4-6 Tsukiji Cyuo-ku Tokyo, Japón
Teléfono(s): 81 3 55507281
Fax(s): 81 3 55500028
E-mail: tokyo1@tomoda.co.jp

País: Japón
Empresa: Shinko Gyorui Limited
Contacto: Sr. Sakamoto
Teléfono(s): 81 7 86727007
Fax(s): 81 7 86521877
E-mail: l-sakamoto@maruha-shinko.co.jp

País: Japón
Empresa: Higashimaru International Co.
Contacto: Sr. Kuniyuki
Dirección: 2F Yumoto Bldg., 1-2-6 Higashi-Nihonbashi, Chuo-Ku, Tokio 103-0004
Teléfono(s): 81 3 3863 5953
Fax(s): 81 3 3863 9467
E-mail: kuniyukia@hic-jp.co.jp

País: Japón

Empresa: Oita Foreign Trade Association, Inc

Contacto: Isao Hikita

Dirección: Oita International Trade Center Bldg. 4F, #6, Ozai, Oita City 870-0266

Teléfono(s): 097 592 5932

Fax(s): 097 593 3338

E-mail: ofta@mbinfoweb.ne.jp

País: Japón

Empresa: Tango Trading Company (K.K. Tango Tsusho)

Contacto: Akio Yogioka

Dirección: 1-22, Shinsen-Cho, Shibuya-Ku, Tokio 150-0045

Teléfono(s): 03 3770 8246

Fax(s): 03 3770 8247

E-mail: obc1871@pop06.odn.ne.jp

Web: www.obu.18710

País: Japón

Empresa: Azuma Foods Co. Ltd.

Contacto: Toshinobu Azuma

Dirección: 3095-45, Nagal, Komono-Cho, Mie-Gun, Mie 510-1311

Teléfono(s): 0593 96 5577

Fax(s): 0593 96 5588

E-mail: info@azumafoods.co.jp

Web: www.azumafoods.co.jp

País: Japón

Empresa: Eiko Water-Front Corporation (K.K. Eiko Boueki)

Contacto: Makoto Fukada

Dirección: 9-15, 7-Chome, Matsumaedai, Moriya-Machi, Kita-Soma-Gun, Ibaraki 302-0102

Teléfono(s): 81 297 481219

Fax(s): 81 297 480998
E-mail: searich@mb.infoweb.ne.jp

País: Japón
Empresa: Eikoh Trading Inc. (K.K. Eikoh Tsushou)
Contacto: Akimitsu Kono
Dirección: Tanaka Bldg. 6F, 14-1, Shinmachi, Kanagawa-Ku, Yokohama 221-0043
Teléfono(s): 045 453 5671
Fax(s): 045 453 1488
E-mail: enews@etinc.co.jp
Web: www.etinc.co.jp

País: Japón
Empresa: Cosmo Shoji Inc. (K.K. Cosmo Shoji)
Dirección: 14-11, Kuramae 4-Chome, Taito-Ku, Tokyo 111-0051
Teléfono(s): 03 3851 1493
Fax(s): 03 3866 1406
E-mail: cosmosho@nyfty.ne.jp
Web: http://homepage1.nyfty.com/cosmosho

País: Japón
Empresa: Howa Boeki Co. Ltd. (Howa Boeki K.K.)
Contacto: Kam Ting Choi
Dirección: Howa Bldg., -3-6-17, Temma, Kita-Ku, Osaka 530-0043
Teléfono(s): 06 6881 3828
Fax(s): 06 6352 1515
E-mail: mina@howaboeki.co.jp

País: Japón
Empresa: Uniya Trading Co., Ltd. (Y.K. Uniya Trading)
Contacto: Kiyokazu Uniya

Dirección: Takayama Bldg. 4F, 2-9, 6-Chome, Kusunoki-Cho, Chuo-Ku, Kobe.
Teléfono(s): 078 382 0490
Fax(s): 078 361 1637
E-mail: uniyatrd@ss.iij4u.or.jp

País: Japón
Empresa: Nagasaki Prefecture Trading Corporation (K.K. Nagasakiken Boekikosha)
Contacto: Masanobu Miyazaki
Dirección: 3-1, Daikoku-Machi, Nagasaki City, Nagasaki 850-0057
Teléfono(s): 095 823 0708
Fax(s): 095 826 1728
E-mail: eigyo@nagasaki-prefecture-trading.co.jp

País: Japón
Empresa: S & B Foods Inc. (S & B Shokuhin K.K.)
Contacto: Masaru Yamazaki
Dirección: 38-8, Miyamoto-Cho, Itabashi-Ku, Tokyo, Tokyo 174-8651
Teléfono(s): 03 3558 9799
Fax(s): 03 3558 8981
E-mail: sbshiire@bf6.so-net.ne.jp
Web: www.sbfoods.co.jp

País: Japón
Empresa: Kohyo Co., Ltd
Contacto: Tsutomu Ota
Dirección: 5-4-19, Shinsho, Yokkaichi City, Mie 510-0064
Teléfono(s): 0593 54 5411
Fax(s): 0593 54 3447
E-mail: kohyo@kohyoj.co.jp
Web: www.kohyoj.co.jp

País: Japón
Empresa: Royal of Japan,Ltd. (K.K. Royal of Japan)
Contacto: Kaname Matsuzawa
Dirección: 1-1-1, Ebisu-Minami, Shibuya-Ku, Tokio 150-0022
Teléfono(s): 03 3715 8273
Fax(s): 03 3715 8299
E-mail: import@royalofjapan.co.jp , export@royalofjapan.co.jp

País: Japón
Empresa: Takahama Shokuhin Kogyo Co., Ltd.
Contacto: Kazuo Takahama
Dirección: 3-1-10, Teizan-Dori, Shiogama City, Miyagi 985-0011
Teléfono(s): 022 367 6111
Fax(s): 022 367 1008
E-mail: postmaster@takahama.co.jp
Web: www.takahama.co.jp

País: Japón
Empresa: Kondo Trading Co., Ltd. (Kondo Boueki K.K.)
Contacto: Kanako Kondo
Dirección: 1-9-7, Saga, Koto –Ku, Tokio 135-0031
Teléfono(s): 03 3630 4663
Fax(s): 03 3630 4778
E-mail: info@kondotrading.com
Web: www.kondotrading.com

País: Japón
Empresa: Kirin International Trading Inc.
Contacto: Katsunori Urabe
Dirección: No. 26-1, Jingumae 6-Chome, Shibuya-Ku, Tokio 150-0001
Teléfono(s): 03 3407 0541

Fax(s): 03 3407 0697
E-mail: admin.@kirin-kit.co.jp

País: Japón
Empresa: K.K. Ocean Beauty
Contacto: Shin Kaneko
Teléfono(s): 03 3542 9301
Fax(s): 03 3542 9385

País: Japón
Empresa: Momokawa Foods, Inc.
Contacto: Keiji Momokawa
Teléfono(s): 03 3272 7321
Fax(s): 03 3272 7324

País: Japón
Empresa: North Japan Maritime Corporation Internacional
Contacto: Hideo Atsumi
Teléfono(s): 0225 93 1772
Fax(s): 0225 22 8845

País: Canadá
Empresa: Majestic Seafood Products Inc
Contacto: Sr. Luis Cheng
Teléfono(s): 6042733248
Fax(s): 6048210835
E-mail: martes@lynx.net

País: Canadá
Empresa: North Atlantic Agraponies Ltd.
Contacto: Louis Macdonald
Teléfono(s): (709) 645 2903

Fax(s): (709) 645 2080

País: Canadá
Empresa: Springhill Fish Farms Inc.
Contacto: Dariusz M. Reiss
Dirección: P.O. Box 719, Springhill Nova Scotia, Canada BOM 1X0
Teléfono(s): (902) 597 2832
Fax(s): (902) 597 2832

País: China
Empresa: Zhejiang Chemicals I /E Corp. Zhoushan Branch
Contacto: Shao Hong Sen
Dirección: 76 West Jiefang Road, Zhoushan City, Zhejiang China. PC: 316000
Teléfono(s): 2044133
Fax(s): 0580-2027199 / BP: 2028118-2220 / Tlx. 378027 TRANS CN

País: Corea del Sur
Empresa: Ocean Trading International Inc.
Dirección: Floor 15, Hwasung B/D, 315-1, Changan 2-Dong, Tongdaemun GU, Seoul, Corea
Teléfono(s): 82 2 221 49677
Fax(s): 82 2 224 54457
Email: chundam@hitel.net

País: Corea del Sur
Empresa: Ocean Plaza Co., Ltd.
Contacto: Y. J. Jung
Dirección: Room No. 7, Cheng – Kwa Bldg., #2nd FL. #600, Garak-dong, Songpa-gu, Seoul, 138-701, Corea
Teléfono(s): 82 2 6415 7700 1
Fax(s): 82 2 6415 7702

Email: ocean06@hananet.net

País: Corea del Sur
Empresa: Wang Sung Fisheries Co. Ltd.
Contacto: Hong Ilpo
Dirección: 600, Karak-dong, Song Pa-ku, Seoul, Corea
Teléfono(s): 02 448 2577
Fax(s): 02 408 6593
Email: korintrd@hotmail.com

País: Corea del Sur
Empresa: Jung Poong Corp.
Contacto: Kwan-Soon Lee
Dirección: # 822 Jeil Office Bldg, 99-3 Garak-Dong Songpa-Gu, Seoul, Corea
Teléfono(s): 82 2 404 8135
Fax(s): 82 2 3401 1504
Email: ok@seafoodok.com

País: Corea del Sur
Empresa: Youngkang Trading Corp.
Contacto: Kim Jeong Dae
Dirección: RM 204 Chungmo-Shopping, PT 643, Nambumin-Dong, Seo-Ku, Pusan
Teléfono(s): 82 51 2431757
Fax(s): 82 51 5566746
Email: jkbogfish@netsgo.com

ANEXO 8

DETALLE DE LOS REQUISITOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO

- **Requisitos para solicitar el Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito cuerpo de Bomberos.**

1.Fotocopia del R.U.C (Registro Único del Contribuyente del Establecimiento).

2.Fotocopia Original de la Factura del Compra del Extintor (mínimo de 5 libras).

Con estos documentos el Representante legal deberá acercarse a las Oficinas del Cuerpo de Bomberos donde le entregan la orden de pago para solicitar el certificado, el costo depende del tamaño de la planta, para el caso de la fabrica el costo aproximado es de $125 y el depósito se lo efectúa solo en el Banco de Guayaquil, con la copia de la papeleta de depósito se acerca al cuerpo de Bomberos para solicitar la inspección de la instalaciones y luego de 2 días se le entrega el certificado de Seguridad.

- **Registro de la Patente Municipal para Persona Jurídica**.

Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras esta obligado a obtener su Registro de Patente Municipal, los requisitos son los siguientes:

1. Formulario para registro de patente para persona jurídica.
2. Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento del representante legal.
3. Copia del R.U.C de la compañía.

4. Copia de la escritura de constitución
5. Original y copia del Certificado de Seguridad (Otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).

El costo de este trámite es de $ 12 y se lo realiza en el Municipio de la localidad.

- **Requisitos para solicitar la habilitación o Funcionamiento de Locales Comerciales, Industriales y de Servicios.**

1. Pago de la tasa única de trámite de tasa de habilitación el cual tiene el valor de $2.
2. Solicitud de Habilitación.
3. Copia de la cédula de ciudadanía
4. Copia del RUC
5. Copia del nombramiento del representante legal.
6. Carta de autorización de la persona que realiza el trámite.
7. Copia de la patente.

- **Requisitos y trámites que el exportador de cumplir**

1. **FUE Formulario Único de Exportación**
    - **Adquisición del FUE**
        - ✓ Se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central y se llena según las instrucciones indicadas al reverso.

    - **Plazo de validez**

        - ✓ Indefinido: si el producto a exportarse no tiene restricción (cupos, autorizaciones o precio referencial).

- ✓ 15 días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal: si el producto tiene algún tipo de restricción o debe cumplir trámites complementarios; sirviendo para exportar una sola vez. También tiene esta duración cuando se trata de productos perecibles en estado natural, negociados a consignación o para mercaderías con destino a zonas francas; en estos casos son válidas las exportaciones parciales.

❖ **Modificaciones**

- ✓ Es factible modificar el FUE antes del embarque. Si el destino cambia, se debe modificar el FUE antes de los 10 días posteriores. Si no se exporta, se debe devolver en un plazo máximo de 30 días a partir de la fecha de caducidad del FUE.

❖ **No se requiere tramitar FUE**

- ✓ Efectos personales, equipaje no acompañado.
- ✓ Envíos de socorro por catástrofes naturales o siniestros.
- ✓ Féretros y ánforas con restos humanos.
- ✓ Admisión temporal con reexportación en el mismo estado.
- ✓ Menaje de casa y equipo de trabajo, pudiéndose hacer este tipo de exportaciones una vez cada tres años.
- ✓ Obsequios no comerciales, cuyo valor FOB no excedan los USD 200.
- ✓ Exportaciones al amparo de la Ley de Inmunidades, Privilegios y Franquicias diplomáticas.
- ✓ Exportaciones en envíos de paquetes postales o carga a través de la Empresa Nacional de Correos, empresas privadas, courier .

❖ **Consideraciones adicionales**

- ✓ Para exportar café (crudo, verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café), cacao (en grano, polvo o derivados), banano y plátano se debe declarar el precio mínimo referencial; fijado por Acuerdo Interministerial entre el MICIP y el MAG.
- ✓ Para exportar camarón y productos pesqueros, se debe declarar el precio mínimo referencial fijado por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.
- ✓ Si el precio de venta al exterior es igual o superior al mínimo referencial, el exportador debe consignar el precio real de venta en el FUE; en caso de ser inferior, deberá consignar el precio mínimo referencial.

2. Factura Comercial y Lista de Bultos

Se deberá elaborar una factura comercial que comprenda un original y 5 copias. La factura debe contener:

- ✓ N° del Formulario Unico de Exportación, FUE.
- ✓ Subpartida arancelaria del producto.
- ✓ Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- ✓ Forma de pago.
- ✓ Información del comprador (nombre y dirección).

❖ **Nota aclaratoria**

- ✓ En la práctica, para el trámite del FUE se suele elaborar una factura comercial provisional y una factura comercial definitiva después del embarque.
- ✓ La lista de bultos no tiene carácter obligatorio, pero constituye una ayuda para el inventario de los productos en

las diferentes instancias de la exportación. Es una lista detallada de lo que contiene cada caja, numerándolas.

- ✓ Luego de elaborada la factura comercial con las 5 copias, se presenta junto con el FUE en el Banco Corresponsal para la obtención del visto bueno.

3. Trámites Aduaneros

- ❖ **Declaración aduanera**

Se hace un documento escrito adjuntando:

- ✓ FUE aprobado
- ✓ Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea, carta o porte
- ✓ Factura comercial
- ✓ Autorizaciones previas
- ✓ Certificado de inspección
- ✓ Otros requisitos exigibles

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

Realizado el despacho de la mercadería, el exportador deberá confrontar en la Aduana el Documento de Embarque (guía aérea, carta de porte o conocimiento de embarque) y las cantidades embarcadas.

4. Ingreso de divisas

Los exportadores están obligados a ingresar al país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB mediante depósito en cuentas corrientes, de ahorros o de inversión a su nombre, en los bancos y sociedades financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el país, sean o no corresponsales del Banco Central. Las divisas pueden ingresarse antes o después del embarque de las mercaderías, debiéndose especificar en el FUE.

- ✓ Si se ingresan antes el depósito de las divisas así realizado será considerado definitivo.
- ✓ Si se ingresan después el depósito deberá efectuarse máximo hasta la fecha de vencimiento del plazo estipulado con su comprador extranjero para el pago de la mercancía; plazo que también deberá hacerse constar en el FUE.

❖ **Nota Aclaratoria Entrega de Divisas**

- ✓ Para **mercaderías sujetas a un precio mínimo referencial**, el exportador debe ingresar divisas en base a estos precios.
- ✓ Para **exportaciones a consignación** de productos perecibles en estado natural, el valor del ingreso de las divisas se determinará de acuerdo a los documentos originales remitidos por el importador.
- ✓ Son de ingreso obligatorio las divisas correspondientes al valor agregado nacional, incorporado en los **bienes reexportados bajo el régimen de maquila**. El ingreso de divisas debe efectuarse durante el proceso de maquila y hasta 15 días posteriores a la emisión del Acta de Finiquito que emite el Ministerio de Finanzas y Crédito Público.

- **Nota Aclaratoria No Entrega de Divisas**

  - ✓ Se trata de **exportaciones que no requieren visto bueno**, ni las diferencias de hasta USD 5 entre el valor del comprobante de ingreso de divisas y el valor FOB de la exportación.

  - ✓ Se trata de **trueque**, recibiéndose un producto por el 100% del valor FOB del producto que se envía. Si el valor exportado es superior a la importación, se ingresará la diferencia en el plazo del contrato.

  - ✓ Son **exportaciones temporales para perfeccionamiento pasivo o reimportación** en el mismo estado. A menos que no se haga reimportación, debiéndose ingresar las divisas al valor FOB de exportación y pagarse la cuota redimible de la CORPEI.

  - ✓ Se **exporten muestras sin valor comercial** hasta por USD 5000 o su equivalente en otras divisas, en un año calendario.

- **Deducciones. Gastos que pueden rebajarse del valor FOB**

  - ✓ Hasta el 15% por pago de comisiones al exterior y gastos consulares.
  - ✓ Hasta el 30% de valor FOB, por exportación de productos del mar (congelados o industrializados) cuya pesca se haya realizado usando barcos extranjeros; con contrato de leasing.
  - ✓ Costo del papel kraft y almidón o de insumos y materias primas ingresados bajo el régimen de admisión temporal a

depósitos industriales, para ser utilizados como cajas de cartón para exportaciones.

- ✓ Estas deducciones se registran en el FUE y se detallan en la factura comercial.

5. Justificación de divisas

Justificación del cumplimiento de la obligación de ingreso de divisas

a) En el caso de las divisas depositadas antes del embarque de las mercancías, el exportador entregará los comprobantes de depósito a los bancos o sociedades financieras, previo a dicho embarque. Para la aplicación de las divisas así depositadas, deberá hacer constar en cada Formulario Unico de Exportación y en cada factura comercial, al momento de la declaración aduanera, el número de los comprobantes y los valores que se aplican a la respectiva exportación; y,

b) En el caso de las divisas depositadas después del embarque de las mercancías, el exportador deberá entregar a los bancos o sociedades financieras, dentro del plazo que tiene para ingresar las divisas, los comprobantes de depósito y una carta instructiva que contendrá el número de los comprobantes y de los Formularios Unicos de Exportación a los cuales deberán aplicarse dichas ventas, así como los valores correspondientes a cada exportación.

- ❖ **Nota Aclaratoria**

  - ✓ En las exportaciones a consignación y en todos los casos de deducción y de excepción, los exportadores deberán presentar a los bancos los documentos justificativos que señale el Reglamento de Comercio Exterior expedido por el Gerente General del Banco Central, dentro de los plazos que éste establezca.

6. Declaración-cupón cuota redimible CORPEI

En el momento del ingreso de divisas, el exportador deberá efectuar también el pago de la cuota redimible de la CORPEI. La Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI, determina en el literal e) del artículo 22:

"Las cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; excepto aquellas de US$ 3.333,oo (tres mil trescientos treinta y tres dólares de los Estados Unidos de América) o menores, las cuales deberán aportar US$ 5,oo (cinco dólares de los Estados Unidos de América); del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 pormil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación, excepto aquellas menores a US$ 20.000,oo (veinte mil dólares de los Estados Unidos de América), las cuales deberán aportar US$ 5,oo (cinco dólares de los Estados Unidos de América)."

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de 500 USD, generan un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; sin reconocer intereses y garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto.