



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
COMERCIO INTERNACIONAL.

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS EN HUAQUILLAS
PARA LA EXPORTACION DE PIÑA ORIENTADO AL
MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA
REPUBLICA DEL PERU”**

AUTORA:

JENNY PAOLA VALLEJO PIEDRA

DIRECTOR:

ING. COM. CARLOS PRADO LARA

**MACHALA – EL ORO – ECUADOR
2015**

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, VALLEJO PIEDRA JENNY PAOLA, con cédula de identidad 0103798526 estudiante de la carrera de COMERCIO INTERNACIONAL de la UNIDAD ACAD-EMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS EN HUAQUILLAS PARA LA EXPORTACION DE PIÑA ORIENTADO AL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA REPUBLICA DEL PERU"

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a) Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribucion-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), LA Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
 - b) Adecuarla a cualquier formato o tectología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autora la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 04 de mayo del 2016



VALLEJO PIEDRA JENNY PAOLA

C.I. 0103798526

DEDICATORIA

En primer lugar dedico mis estudios a Dios, por acompañarme y guiar mis pasos, en segundo lugar a mi esposo, a mis idolatrados hijos, a mis padres, a mi querida abuelita Celina Zabala de Vallejo, a toda mi familia y a todas las personas que siempre me han apoyado con sus generosos consejos para seguir adelante en mi carrera profesional.

Jenny Paola

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Jenny Paola", is centered at the bottom of the page. The signature is stylized and somewhat cursive.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a los Docentes de la carrera de comercio internacional por su apoyo en mi formación académica universitaria, a las autoridades de la Unidad de Ciencias Empresariales, y a todas las personas que colaboraron para la culminación de mi carrera universitaria.

Agradezco de manera especial al director del presente trabajo de investigación Ing. Carlos Prado Lara por su valiosa asesoría.

La autora.



ING. COM CARLOS PRADO. Mgs.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACION.

CERTIFICO:

Que el presente proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Internacional denominada: **“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS EN HUAQUILLAS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA ORIENTADO AL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA REPÚBLICA DEL PERÚ”**, fue elaborado por la egresada de la carrea de comercio internacional Sra. Jenny Paola Vallejo Piedra, en forma sistemática, con sujeción al proyecto de investigación, de acuerdo a mis sugerencias y orientaciones, que he revisado su contenido prolijamente, motivo por el cual autorizo su presentación para los fines pertinentes.

Machala, febrero 2014.



INGE. CARLOS PRADO LARA, Mgs.
DIRECTOR

RESPONSABILIDAD DE LA AUTORA

Las ideas, comentarios y criterios expuestos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Machala, Nov. 2015.



JENNY PAOLA VALLEJO PIEDRA

010379852-6

INDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I	9
EL PROBLEMA	9
1.1 JUSTIFICACIÓN	9
1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA	10
1.2.1 EL ARBOL DEL PROBLEMA	12
1.3 FORMULACION DE PROBLEMAS	13
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	13
CAPITULO II	14
MARCO TEORICO	14
2.1 MARCO TEORICO CONCEPTUAL	14
2.2 MARCO CONTEXTUAL	17
2.2.1 PROVINCIA DE EL ORO	17
2.2.2 CONTEXTO DEL CANTON HUAQUILLAS	17
2.2.3 LA PIÑA	18
2.3 MARCO TEORICO LEGAL	21
2.4 MARCO CONTEXTUAL DEL DEPARTAMENTO DE PIURA	21
2.4.1 CARCTERISTICAS DEL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA	21
CAPITULO III	23
METODOLOGIA	23
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	23
3.1 UNIVERSO	23
3.2 TIPOS DE ESTUDIO	23
CAPITULO IV	25
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	25
4.1 Análisis e interpretación de datos de la guía de entrevistas aplicada a representantes de empresas exportadoras de piña.	25
1. Pregunta Nº 1.-	25
¿Indique si su empresa exportadora de piña tiene preferencia arancelaria?	25
CAPITULO V	32
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
5.1 CONCLUSIONES	32
5.2 RECOMENDACIONES	33
CAPITULO VI	34
LA PROPUESTA	34

1. “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIÑA ORIENTADO HACIA EL MERCADO DE PIURA – PERU, DESDE HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”	34
6.1.1 ANTECEDENTES	34
6.1.2 OBJETIVOS	34
6.1.3 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA	35
6.1.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO	35
6.1.5 ADMINISTRACION DE LA PROPUESTA	37
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE PIÑA	40
6.1.6 PRESUPUESTO	42
6.2 EVALUACION ECONÓMICA	44
6.3 EVALUACION SOCIAL	45
6.4 EVALUACION AMBIENTAL	46

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 JUSTIFICACIÓN

La piña tiene gran demanda a nivel internacional, por su agradable sabor. Las exportaciones del Ecuador reflejan que el mercado peruano importa piña en pocas cantidades; lo que muestra que el mercado peruano conoce nuestro producto, por lo que la comercialización en nuestro mercado objetivo se nos facilitara.

En Ecuador existen productores que no mantienen un estándar de calidad de producir la piña, sin embargo las ventas locales del mercado de Huaquillas con dirección al mercado peruano son mucho más altas. Se busca estrategias que se puedan utilizar para incrementar las exportaciones de piña del país hacia el mercado peruano, invirtiendo en controles necesarios y obteniendo normas de calidad.

En la ciudad de Huaquillas provincia de El Oro no se exporta las piñas al Perú debido al desconocimiento de las facilidades de acceso a los mercados internacionales para posicionar el producto, además ante la falta d visión de los inversionistas de incursionar en el mercado, ante esta serie de problemas se ha considerado conveniente plantear como tema de investigación “ **DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS EN HUAQUILLAS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA ORIENTADO AL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA REPUBLICA DEL PERÚ**”. El mismo que consideramos solución al problema planteado.

El presente proyecto está centrado al establecimiento de un plan de negocios en Huaquillas para la exportación de piña hacia el mercado del Departamento de Piura República del Perú. El proyecto se ejecutara en la provincia de El Oro en el cantón fronterizo de Huaquillas, en el cual sus resultados demuestran su factibilidad, construyéndose en una estrategia para acceder al mercado considerado. El estudio se enmarca dentro de las líneas de investigación del

área de Comercio Internacional sobre “Diseño de estrategias de exportación para posicionar empresas en mercados no tradicionales”.

Para la ejecución del presente proyecto de investigación se consideró el acceso a información teórica referencial a través de libros, textos, internet, etc. Con lo que el trabajo esta con información actualizada.

1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES

El Ecuador es un país productivo, rico en su flora y fauna. Una gran variedad de sus productos son exportados a nivel mundial, la piña es considerada como un producto tradicional debido al consumo interno. Este producto se cultiva en la zona tropical y subtropical del litoral.

Un problema que debemos tomar en cuenta es la inversión que se necesita para la producción de piña, dado que si el Ecuador aumenta el volumen de sus exportaciones también tendría que aumentar el número de hectáreas productivas para poder abastecer el mercado internacional.

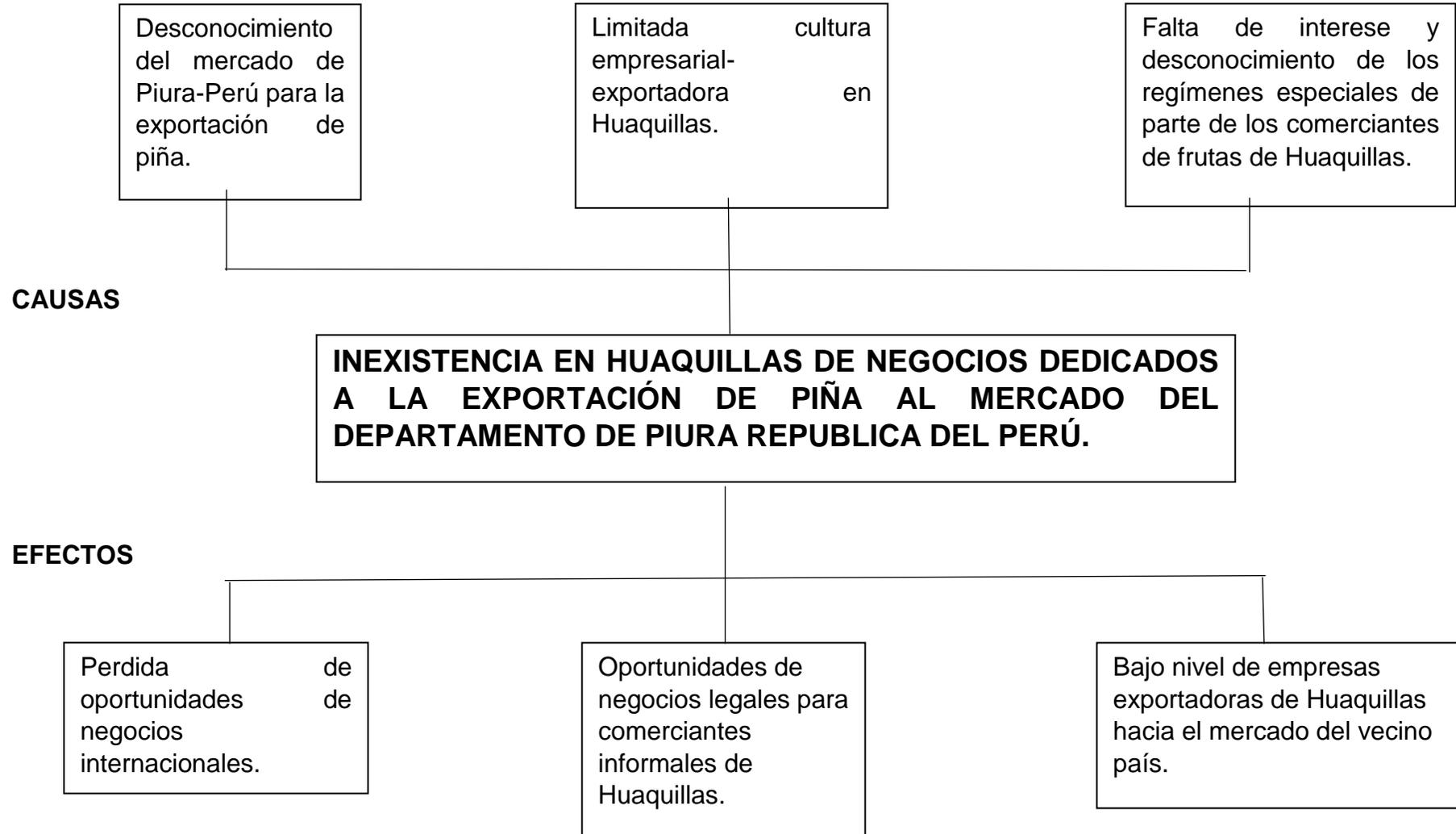
El nuevo enfoque mundial de la apertura de los mercados, la competitividad internacional, representa un desafío para la nueva agro exportadora del país, obligándonos a rediseñar los objetivos y formas de trabajo para hacerle frente a la competencia mundial, a los cambios en cuanto a normas y requisitos de calidad que estos mercados demandan. Así los pequeños y medianos productores agrícolas deberán unir sus esfuerzos encaminados a cubrir esta tendencia mundial, que cada día demanda más, cumpliendo con requisitos internacionales exigentes en cuanto a calidad y servicio.

El Ecuador exporta la variedad MD2 que se caracteriza por: que es jugosa, digestiva, rica en nutrientes y sobre todo porque su pulpa es dulce y aromática.

Debido a que las exportaciones de piña ecuatoriana abarcan varios mercados internacionales, un campo muy difícil de analizar, nuestro análisis se enfoca en la exportación de piña al departamento de Piura-Perú.

Las razones por el cual el Ecuador no ha podido ganar una mayor participación en el mercado peruano, radican en las normas de calidad, porque la mayoría de las personas que venden este producto a ese mercado no cumplen con la certificación de calidad.

1.2.1 EL ARBOL DEL PROBLEMA



1.3 FORMULACION DE PROBLEMAS

1. Formulación del Problema

- ❖ ¿Por qué no existen en Huaquillas negocios dedicados a la exportación de piña al mercado del departamento de Piura República del Perú?

2. Formulación de problemas complementarios

- ❖ ¿Por qué no hay conocimiento del mercado del Departamento de Piura Perú para la exportación de piña?
- ❖ ¿Por qué existe limitada cultura empresarial-exportadora en Huaquillas?
- ❖ ¿Por qué existe falta de intereses y desconocimiento de los regímenes especiales

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1. Objetivo General

Establecer los factores de la no existencia en Huaquillas de negocios dedicados a la exportación de piña al mercado del departamento de Piura-República del Perú.

2. Objetivos Específicos

- ❖ Determinar los beneficios y oportunidades de exportar al mercado internacional Piura-Perú.
- ❖ Identificar el desarrollo estratégico de penetración de mercados.
- ❖ Diseñar las estrategias de planificación de mercado y del proceso de exportación de piña.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1. Plan de negocios

Un plan de negocios consiste en un documento escrito en el cual se describe un negocio o proyecto que esta por realizarse así como los objetivos del negocio o proyecto, las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado meta, la forma en que se van a comercializar los productos, la inversión que se va a realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio.

2. Planificación

Planificar significa organizar los factores productivos a futuro para obtener resultados previamente definidos. Quien planifica traza entonces un plan donde se fijan los recursos que serán necesarios para el logro de los objetivos parciales y globales proyectados. La planificación puede considerarse como un intento de reducir la incertidumbre a través de una programación de las actividades.

3. Negociación

Es la habilidad importante tanto para el mundo empresarial como en el profesional y en la esfera personal. Por lo que definimos a la negociación en el proceso quedos partes, con intereses comunes por un lado y en conflicto por otro se reúnen para proponer y discutir para llegar a un acuerdo comercial.

4. Exportación

La exportación es una actividad importante dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente, junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional.

5. Documentos de Exportación

Se inicia con la tramitación electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada ante una factura o proforma y documentación previa al embarque.

Los datos que se consignaran en la DAE son:

Del exportador

- ❖ Descripción de mercadería por ítem de la factura
- ❖ Datos del consignatario
- ❖ Destino de la carga
- ❖ Cantidades
- ❖ Peso y demás datos relativos a la mercadería.

Los documentos digitales que acompañan la DAE a través del ECUAPASS son:

- ❖ Factura comercial original.
- ❖ Autorizaciones previas (cuando el caso amerite)
- ❖ Certificado de origen electrónico (cuando el caso amerite)

6. Mercados

Un mercado se define como un lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta mercancías o servicios.

7. Mercados tradicionales

Es donde se reúnen de manera cotidiana y permanente compradores y vendedores para el intercambio de productos.

8. Mercados no tradicionales

Surgen como nueva meta para los países exportadores porque son países que anteriormente no se frecuentaba para las relaciones comerciales siendo así una nueva oportunidad de intercambio comercial.

9. Regímenes aduaneros

Tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control de aduana, de acuerdo con las leyes y reglamentos aduaneros, según la naturaleza y objetivos de la operación.

10. Acceso a los mercados

Las condiciones impuestas por el gobierno para que un producto pueda ingresar a un territorio aduanero en condiciones no discriminatorias. Regulado a través de medidas en frontera, entre otras, los aranceles, contingentes arancelarios, restricciones cuantitativas y otras medidas no arancelarias.

11. Preferencias arancelarias

Reducciones totales o parciales que un país aplica a su arancel nacional, exclusivamente a favor de otro u otros países que son socios dentro de un determinado tipo de acuerdo (acuerdo de preferencias comerciales, sistema generalizado de preferencias, zona libre de comercio).

12. Oferta

Para la economía la oferta, está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 PROVINCIA DE EL ORO

El Oro es una provincia del suroeste del Ecuador, en la región costa. La capital de la provincia de El Oro es la ciudad de Machala, considerada como la “Capital Bananera del Mundo”.

- **Superficie:** 5.850 Km²
- **Población:** 559.846 habitantes.
- **Cantones:** Atahualpa, Arenillas, Balsas, Chilla, El Guabo, Huaquillas, Las Lajas, Machala, Marcabelí, Pasaje, Piñas, Portovelo, Santa Rosa y Zaruma.
- **Límites de la Provincia:** **Norte** con la provincia del Guayas y Azuay, **Sur** con la provincia de Loja y la República del Perú, **Este** con la provincia de Loja, **Oeste** con el Océano Pacífico.
- **Actividades Económicas:** la provincia sustenta su comercio en las exportaciones de camarón, cacao, café, frutas tropicales, pero el principal es el banano. La ganadería también juega un papel importante en el comercio, principalmente en las zonas de Machala, Santa Rosa, Piñas y Zaruma.

2.2.2 CONTEXTO DEL CANTON HUAQUILLAS

En un cantón ubicado en la provincia ecuatoriana de El Oro, el puente internacional que extiende sobre el canal internacional, que sirve de límite entre Ecuador y Perú conecta a Huaquillas con el Distrito peruano de Aguas Verdes. Ambos tienen un inmenso movimiento comercial pueden ser formales o informales.

Datos generales:

- **Ubicación:** está ubicado en la parte sur-occidental de la provincia de El Oro
- **Límites:** Norte y este con el Cantón Arenillas, Sur con Perú, Oeste con el Archipiélago de Jambelí.
- **Población:** 40.285 hab. Aprox.
- **Actividad Económica:** Huaquillas es un centro de actividades comerciales, las ventas son por mayor y menor se vende todo tipo de producto ya sea nacional o importado. Expende víveres de primera necesidad entre los pueblos.
- **Lugares Turísticos:** Puerto Hualtaco donde se disfruta de comida de mariscos y se puede recorrer en lancha el Archipiélago de Jambelí.

2.2.3 LA PIÑA

El cultivo de la piña en el Ecuador esta favorecido, porque se tiene características geográficas adecuadas para su desarrollo, existen en la región Litoral localidades especiales en las provincias de Guayas, Santo Domingo delos Tsáchilas, Los Ríos, El Oro, Esmeraldas y Manabí, donde el clima, la altitud y el suelo son propicios.

En el país existían alrededor de 5.750 hectáreas de superficie sembrada de piña en variedades como Cayena Lisao Hawaiana y Golden Sweet o MD2.

La incidencia del clima es de suma importancia para el cultivo de piña considerándose dentro de los factores climáticos en orden de importancia a la temperatura, precipitación, luminosidad y vientos factores climáticos que en el litoral alcanzan valores moderados.

1. Zonas de Producción de la Piña

Las principales zonas de producción de la piña se desarrollan en las provincias de la costa por ser una fruta tropical:

Guayas, Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, El Oro, Esmeraldas, Manabí, las tres primeras provincias son las que poseen las mejores condiciones para la producción de piña.

2. Variedad de la piña

Las variedades de piña que se comercializa a nivel mundial son: Cayenne, Red Spanish Queen, Permambuco, Sugarloaf y Golden Sweet.

La Golden Sweet o también conocida como MD2 se caracteriza por su sabor, dulce, tamaño y aroma. Esta variedad es la más exportada en el Ecuador.

En Santo Domingo de los Colorados puede verse grandes extensiones de esta variedad la misma que cuenta con gran demanda internacional. En el Ecuador también se cultiva la piña Perolera conocida como la milagreña.

3. Valor Nutricional de la Piña

Por cada 100g	
Energía (k cal) 45.0	45,0
Proteínas	0.5
Carbohidratos	11.5
Fibras	1.2
Calcio	12.0
Hierro	0.5
Magnesio	14.0
Sodio	3.0
Potasio	250.0
Fosforo	11.0
Vitamina E	0.1
Niacina	0.3
Ácido fólico	11.0
Vitamina C	20.0
Vitamina A	13.0
Composición Nutricional de la Piña	

La piña contiene vitamina A, B, C, carbohidratos, fibras, minerales, tiene pocas calorías y contiene una enzima llamada bromelina que ayuda a la digestión.

4. Procedimientos para Exportar desde Ecuador

Todas las exportaciones deben presentar la declaración aduanera única de exportación y llenado según las instrucciones contenidas en el manual de despacho de exportaciones en el distrito aduanero donde se tramita la exportación.

5. Documentos a Presentar

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Ruc del exportador
- Factura comercial original
- Certificado de origen
- Registro como exportador en la página web de la Aduana Ecuatoriana.
- Documento de transporte

2.3 MARCO TEORICO LEGAL

- Código de la producción de comercio e inversiones
- Ley de facilitación aduanera
- Reglamento de la ley de facilitación aduanera

2.4 MARCO CONTEXTUAL DEL DEPARTAMENTO DE PIURA

2.4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE PIURA

Piura es la primera ciudad fundada por los españoles en Sudamérica en el año 1532. El nombre de Piura deriva de la palabra quechua PIRHUA que significa granero o depósito de abastecimiento.

En tiempos remotos Piura era una base de abastecimientos de los pobladores aborígenes.

1. Principales Ciudades

Ayabaca y huancabamba están ubicadas en la zona de la sierra piurana, Morropon que comparte su territorio entre la zona costera y andina, las provincias de Piura son Paita, Talara, Sechura y Sullana ubicadas en la zona costera.

2. Población

La población de Piura es de 1´769.555 de personas

3. Superficie

Tiene una superficie de 35.892,49 Km² equivalente al 3% del territorio peruano, de la superficie total mencionada debe tenerse en cuenta que 1.32 Km² corresponde a la superficie insular de la isla Foca que está en la provincia de Paita.

4. Moneda

Es el Nuevo Sol

5. Principales productos que exporta

Las exportaciones tradicionales como el petróleo (Petróleo), la pesca (Aceite de pescado y Harina de pescado).

Las exportaciones no tradicionales son lideradas por el sector pesquero seguido por la minería no metálica y el agropecuario.

CAPITULO III

METODOLOGIA

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 UNIVERSO

En lo respecta al universo del presente proyecto de investigación se aplicó una guía de entrevista a 10 representantes de empresas productoras, la cual sirve como información primaria para fomentar la propuesta del plan.

3.2 TIPOS DE ESTUDIO

1. Estudio Descriptivo

En cuanto a la utilización del método descriptivo se lo fundamenta en los diversos factores externos e internos en los cuales se determinara las unidades de investigación, como también los instrumentos o técnicas que se aplicaran.

2. Método Analítico

En relación al método analítico se emitieron criterios relacionados con información primaria y secundaria en las cuales se afirma o se deshecha el planteamiento de las diferentes hipótesis que se marcan dentro de este trabajo de investigación.

3. Método Deductivo

Con este método se analizan los factores macros que tienen relación con la producción, comercialización y la calidad de la piña, factores básicos para el planteamiento de un plan de negocios para exportar piña hacia el mercado del Departamento de Piura-Perú.

4. Método Histórico

Se aplica en el proceso de análisis de la información estadística relacionada con la producción y comercialización de la piña y de establecer cuáles son las condiciones o facilidades para la exportación de la piña.

5. Método Hipotético

El método hipotético permite demostrar la facilidad de las hipótesis particulares, las cuales tienen su fundamento en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

6. Fuentes de Recopilación de Información

Se consideró varias fuentes de información entre las que se destacan las estadísticas, documentos, revistas especializadas y páginas de internet como fuentes secundarias. También se recaba información primaria a través de entrevistas a personas especializadas en el objeto de estudio.

7. Técnicas de Recopilación de Información

Entre las técnicas aplicadas tenemos las entrevistas a representantes de empresas productoras y exportadoras de piña, y la observación de empresas dedicadas a la exportación de piña.

8. Recopilación Documental

Se diseñó una guía de entrevistas que se aplicó a los representantes de empresas productoras y exportadoras de piñas.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de datos de la guía de entrevistas aplicada a representantes de empresas exportadoras de piña.

1. Pregunta N° 1.-

¿Indique si su empresa exportadora de piña tiene preferencia arancelaria?

Cuadro N° 1

Criterios	Nº personas entrevistadas	Participación %
Si	6	60 %
No	4	40%
Total	10	100%



Autora

Análisis

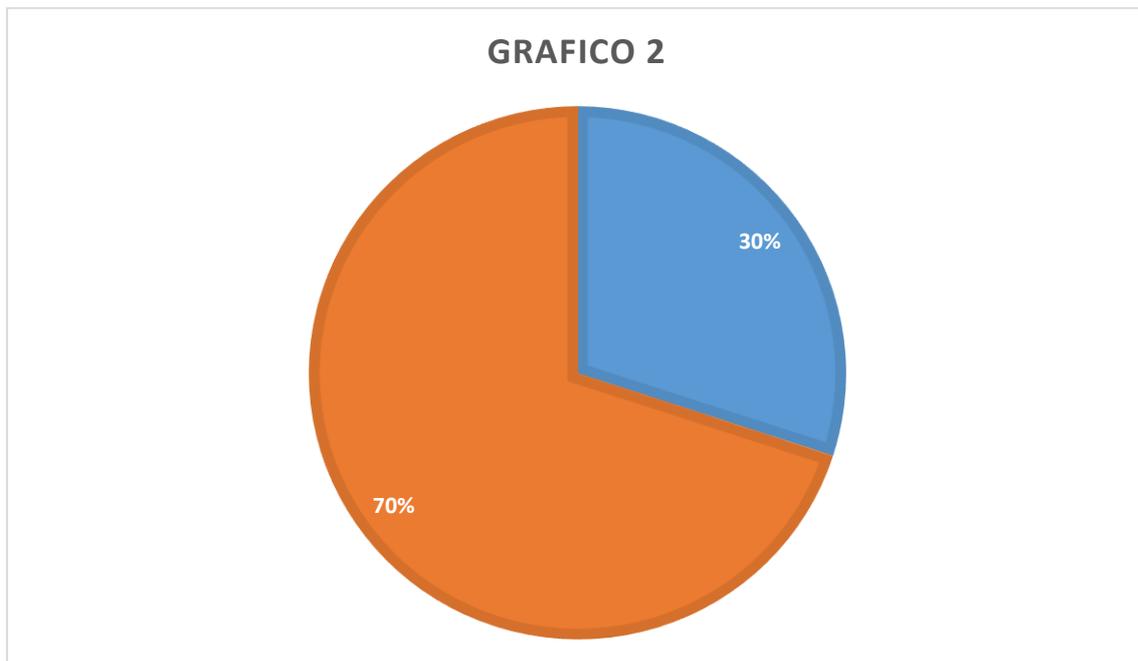
En los referente a los criterios acerca del acogimiento de algún tipo de preferencia arancelaria del producto a representantes de empresas exportadoras de piña se ha obtenido la siguiente información: el 60% de participantes indican que Si su producto se acoge a preferencia arancelaria y el 40 % de los entrevistados indican que NO se acogen a algún tipo de preferencia arancelaria.

2. Pregunta N° 2.-

¿El producto que usted exporta tiene bajas exigencias para ingresar a un mercado?

Cuadro N° 2

Criterios	N° de Personas Entrevistadas	Participación %
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%



Autora

Análisis

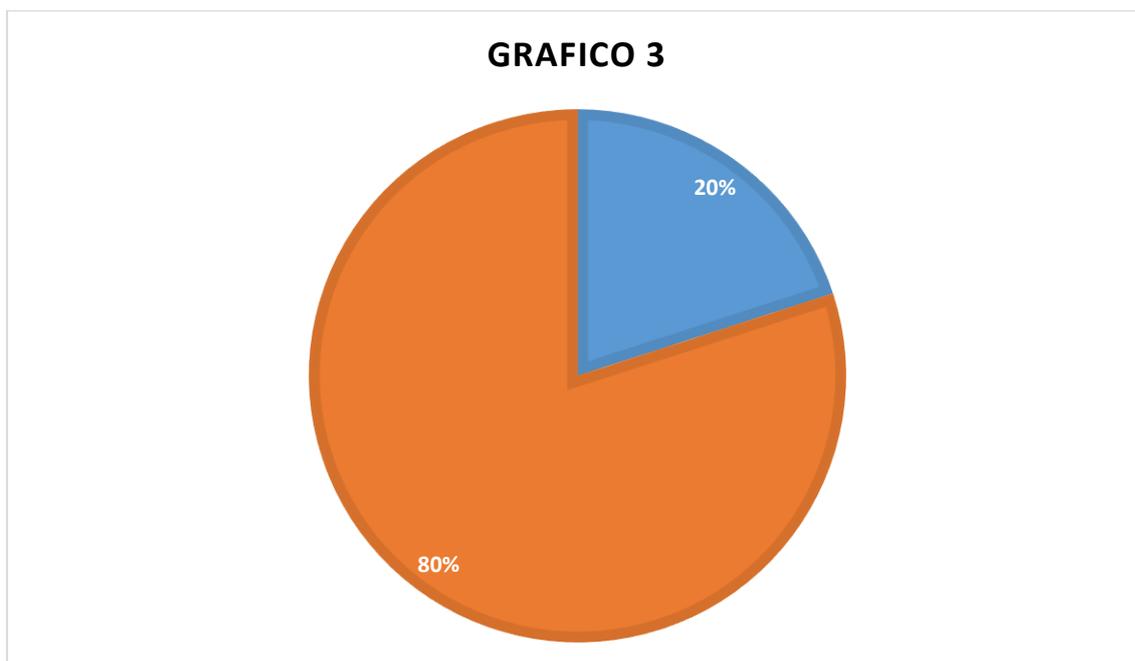
De acuerdo a los criterios acerca de si el producto exportado tiene bajas exigencias para ingresar a un mercado: a 3 entrevistados que es el 30% del total de la participación dicen que SI seguidamente 7 entrevistados especifican que NO tienen bajas exigencias lo que representa el 70% del total.

3. Pregunta N°3.-

¿Especifique usted si recibe algún incentivo por parte del gobierno por la actividad que desempeña?

Cuadro N° 3

Criterios	N° de Personas Entrevistadas	Participación %
Si	2	20%
No	8	80%
Total	10	100%



Autora

Análisis

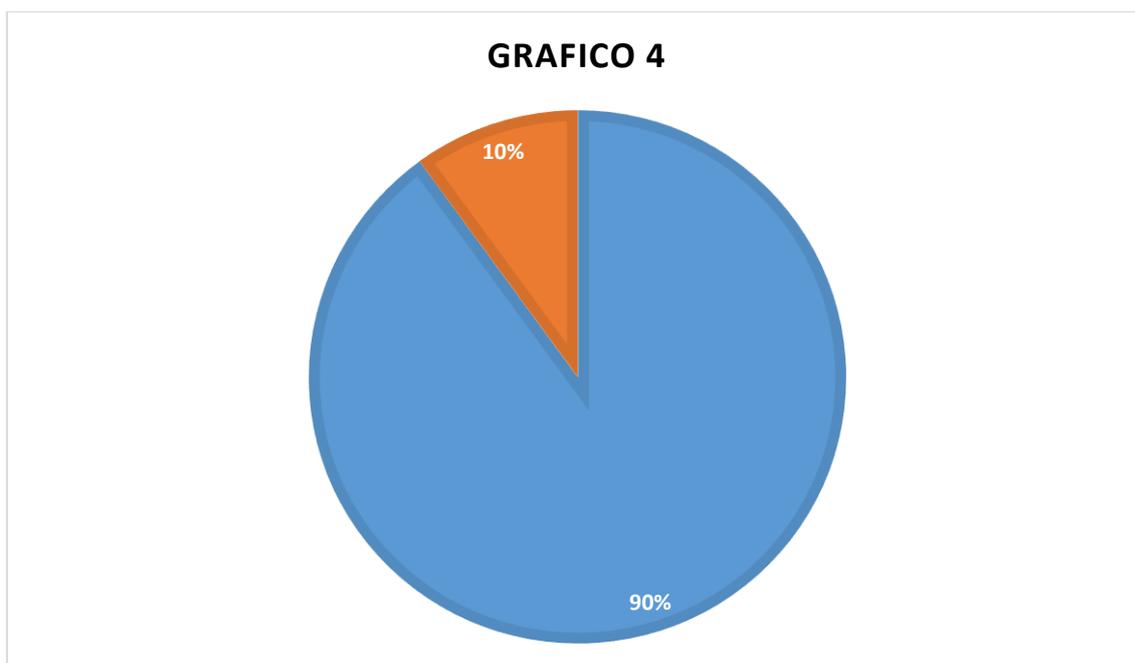
Según las respuestas obtenidas SI han recibido incentivo por parte del gobierno por la actividad que desempeña esto es el 20% del total de participación, el 80% entrevistados dicen que NO reciben ningún tipo de incentivo por parte del estado.

4. Pregunta N° 4.-

¿Indique si usted negocia bajo los acuerdos y normativas internacionales?

Cuadro N° 4

Criterios	N° de Personas Entrevistadas	Participación %
Si	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%



Autora

Análisis

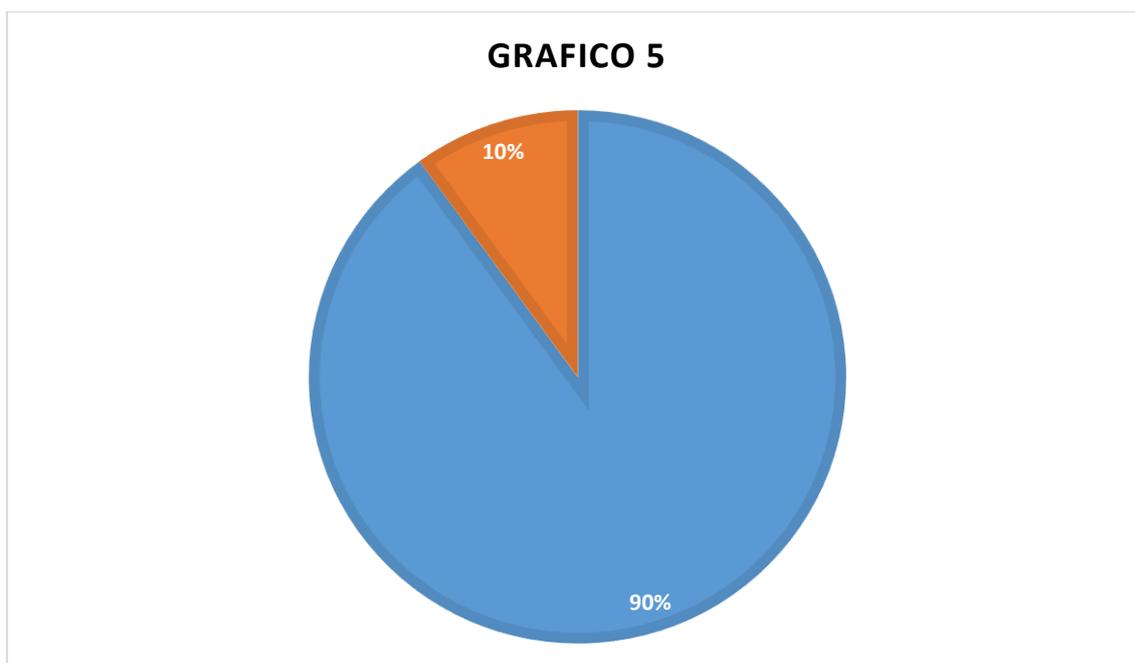
Según las respuestas obtenidas se ha determinado que un 90% especifican que SI se negocia bajo acuerdos y normativas internacionales y un entrevistado manifiesta que NO se negocia bajo acuerdos y normativas comerciales.

5. Pregunta N° 5.-

¿Especifique usted si al país donde exporta se realizan inspecciones?

Cuadro N° 5

Criteria	N° de Personas Entrevistadas	Participación %
Si	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%



Autora

Análisis

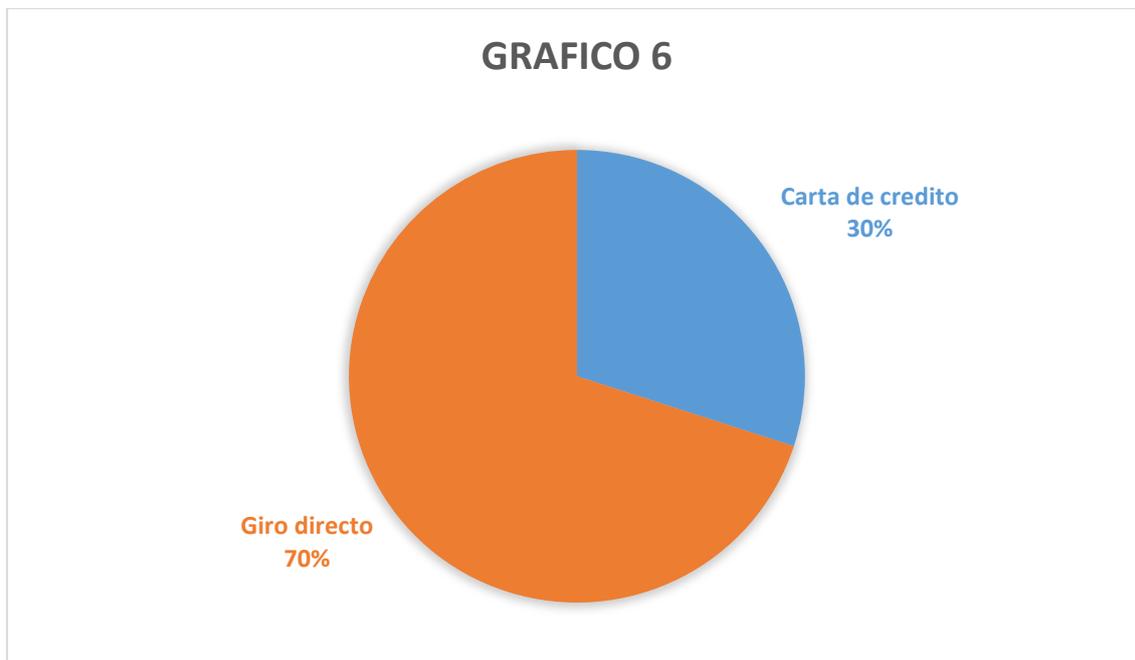
Según las respuestas obtenidas se ha establecido la siguiente información que un 90% manifiesta que SI seguidamente de 1 entrevistado manifiesta que NO se realizan inspecciones en el país.

6. Pregunta N° 6.-

¿Señale usted cual es la forma de pago con la que negocia sus exportadora?

Cuadro N° 6

Crterios	Nº de Personas Entrevistadas	Participación %
Carta de Crédito	3	30%
Giro Directo	7	70%
Total	10	100%



Autora

Análisis

Según las respuestas obtenidas la forma de pago con la que se negocia la exportación se ha determinado que un 70% realizan giro directo y un 30% por medio de carta de crédito.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Los beneficios que tiene una empresa exportadora de piña son gran estímulo para la comercialización, como por ejemplo las preferencias arancelarias que se otorgan al producto al momento de ingresar al mercado de Piura, como los requisitos sanitarios básicos para la piña, además aceptan la presentación de los documentos certificados por instituciones ecuatorianas al momento que el comprador peruano va a proceder a nacionalizar las piñas.

En lo que respecta a la penetración de mercados existen una serie de factores que no han sido mejorados como la falta de capacitación del sector empresarial para avanzar en el proceso de internacionalización del producto, lo que los ha mantenido sin crecimiento en los últimos años pero ante la eventual necesidad de incursionar en nuevos mercados que demanden las piñas se ha diseñado una serie de estrategias para penetrar el mercado, como envió de nuestra piña, participar en ferias internacionales.

Otro de los factores que tiene incidencia es que las empresas no realizan estudios de mercado para buscar alternativas con relación al mercado donde está enviando el producto, como también no aplican correctamente el proceso secuencial de exportación lo que se refleja en los retrasos que se producen al momento de embarcar la carga o enviar los documentos al comprador de Piura.

También se ha establecido que en la provincia de El Oro, específicamente Huaquillas no existe una empresa registrada que se dedique a la exportación de piñas motivo por el cual es importante hacer una propuesta de creación de una empresa exportadora de Piña que este dirigida principalmente hacia el mercado de Piura-Perú.

5.2 RECOMENDACIONES

- Capacitar a los inversionistas con el objeto de hacerles conocer las facilidades que ofrecemos al momento de permitir el ingreso de un producto a sus mercados, para lo cual se deben dar cursos prácticos sobre la temática relacionada en el presente proyecto al mercado del Departamento de Piura.
- Analizar las diferentes etapas que permiten a la empresa ingresar con su producto a los diferentes mercados internacionales, como es el caso del mercado de una importante región del vecino país del sur que otorga facilidades por el idioma, como por la exigencia de mínimos requisitos.
- Implementar un estudio de factibilidad con viabilidad contable y financiera, que permita demostrar que se puede instalar una empresa exportadora de piña en el Cantón Huaquillas de la provincia de El Oro, con el objetivo de exportar a los mercados internacionales de la parte sur del continente americano especialmente el mercado Peruano.

CAPITULO VI

LA PROPUESTA

1. “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIÑA ORIENTADO HACIA EL MERCADO DE PIURA – PERU, DESDE HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”

6.1.1 ANTECEDENTES

El Ecuador goza de un amplio reconocimiento por ser un país productor de frutas tropicales entre las que se destacan principalmente: el banano, piñas, mangos, papayas y maracuyás así como otras frutas de clima tropical y templado.

Por esta razón se ha considerado la necesidad de crear una empresa exportadora en el cantón Huaquillas ya que existe una gran demanda de Piña en el mercado de Piura-Perú.

En el presente proyecto se presenta una propuesta que tiene la ventaja de ser factible y viable debido a que los ingresos superan los egresos, lo cual genera utilidad que beneficia su ejecución siendo atractiva a los inversionistas.

También se presenta una nueva alternativa de exportación que contribuye al desarrollo del sector comercial como el beneficio de productores de piña de los diversos cantones de la provincia de El Oro y volver atractivos los precios de comercialización interna como también el crecimiento del comercio exterior de Huaquillas y del país.

6.1.2 OBJETIVOS

- Demostrar la factibilidad para la implementación de una empresa exportadora de piña en el cantón Huaquillas.
- Establecer nuevas fuentes de trabajo para disminuir el índice de desempleo en el cantón Huaquillas.
- Mejorar el nivel de ingresos de divisas para el País.

- Desarrollar una nueva alternativa exportadora que contribuya al desarrollo del comercio internacional de Huaquillas.

6.1.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En cuanto a la propuesta se implementara una empresa exportadora de piñas para exportar inicialmente 9.600 unidades a un precio FOB unitario de \$0.80 cada piña, se exportara mensualmente al comprador que esta ubicado en Piura, además se adquirirá piñas en las provincias de El Oro, Guayas y Los Ríos el valor total de la venta por cada envío es de \$ 7.680 en un contenedor de 20 pies, dando un ingreso anual de \$ 92.160.

6.1.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En lo que respecta a la ingeniería del presente proyecto se considera la compra de piñas especialmente en la provincia de El Oro, para su exportación al mercado del Departamento de Piura- Perú, para lo cual se han establecido los siguientes pasos:

1. El primer paso que se ha considerado es la negociación y firma de un contrato anual entre representantes de la empresa, el comprador peruano del departamento de Piura lo cual es imprescindible dado que garantiza la exportación del producto por el lapso de un año.
2. También se ha considerado la comercialización interna con proveedores de la provincia de El Oro, Guayas, Los Ríos para lo cual se adquirirá 14.976 kg en forma mensual, para esto se firmara contratos de compra venta con el fin de garantizar el abastecimiento del producto.
3. El comercializador da la orden a los proveedores de piña la entrega del producto en las instalaciones ubicadas en la ciudad de Huaquillas considerando los requisitos mínimos de calidad en que debe estar el producto para ser aceptado.

4. El jefe de comercialización internacional procederá a contratar los servicios de un Agente de Aduana para que realice la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), para lo cual le entrega la Factura Comercial y la Lista de Empaque, como del certificado de Origen.
5. El jefe de comercialización internacional coordinara con el representante de la empresa peruana el día, la hora de embarque, a su vez presenta una carta de responsabilidad del contenedor adjuntando una garantía.
6. El representante de la empresa exportadora realizara la gestión de obtención de certificados de origen, como también coordina con el representante de la empresa verificadora el día, hora y lugar de la inspección del producto antes del embarque, lo que permitirá garantizar al comprador que se está cumpliendo con sus exigencias.
7. En las bodegas la empresa exportadora procederá a llenar el contenedor, se lo sella para su posterior movilización para lo cual se constata que el contenedor se encuentra en perfectas condiciones emitiendo el conocimiento de embarque respectivo.
8. Autorizada la entrega del contenedor el representante contratara un transportista autorizado que se encargara de llevar el contenedor desde los patios de la empresa exportadora hasta su destino final.
9. Una vez que la piña llega al país destino del comprador este procederá a realizar un giro internacional por el valor correspondiente al embarque recibido. El banco corresponsal ubicado en Piura-Perú realizara una transferencia internacional al banco autorizado en Ecuador.
10. El banco que recibió la transferencia internacional comunicara al representante de la empresa exportadora de piña para que justifique el ingreso de divisas la misma que deberá hacer mediante una carta con todos los documentos de la exportación.

6.1.5 ADMINISTRACION DE LA PROPUESTA

1. Junta general de accionistas

La junta general de accionistas es el órgano supremo de gobierno de la empresa en el que se adoptan por mayoría las decisiones societarias y estatutarias. Todos los accionistas quedan sometidos a los acuerdos aprobados en la misma.

2. Gerente general

El gerente general es la persona de máxima autoridad en la gestión y dirección administrativa de la empresa, además es el que ejecuta las decisiones de la junta general como también informa sobre el desarrollo administrativo y financiero de la empresa.

Además tiene como objetivo garantizar el cumplimiento de las metas de los planes de comercialización y ventas.

a. Funciones

- Seleccionar y contratar el personal
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Plantear y desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo junto con los objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de la junta general.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y análisis se están llevando correctamente.
- Mantener buenas relaciones con los clientes para el buen funcionamiento de la empresa.

3. Secretaria

Es la gestora del directivo con el que colabora para que este no deba preocuparse más que en las toma de decisiones que beneficien el

progreso de la compañía, su misión es brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas.

4. Jefe de comercialización internacional

En la empresa es el máximo responsable del departamento comercial, en dependencia directa del gerente general de la empresa, tiene bajo su responsabilidad el cumplimiento de los objetivos de ventas de la misma.

5. Asistente comercial

Es la persona que apoya al personal del departamento comercial que pudiera ser el gerente, el jefe, el supervisor.

a. Funciones

- Lista de precios con o sin impuestos
- Control de descuentos, bonificaciones, compras y cambio de precio en las facturas
- Facturación
- Compras
- Retenciones a proveedores
- Control de crédito a clientes
- Estadísticas de venta.

6. Jefe de comercialización nacional

Es el encargado de negociar las condiciones necesarias con los proveedores, sobre todo con los más importantes es una de las tareas principales.

7. Dirección financiera y auditoria

El gerente administrativo financiero tiene varias áreas de trabajo a su cargo en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas, el inventario y todo el proceso de administración financiera de la organización.

Sus responsabilidades son:

Analizar los aspectos financieros

Análisis de la cantidad necesaria de inversión

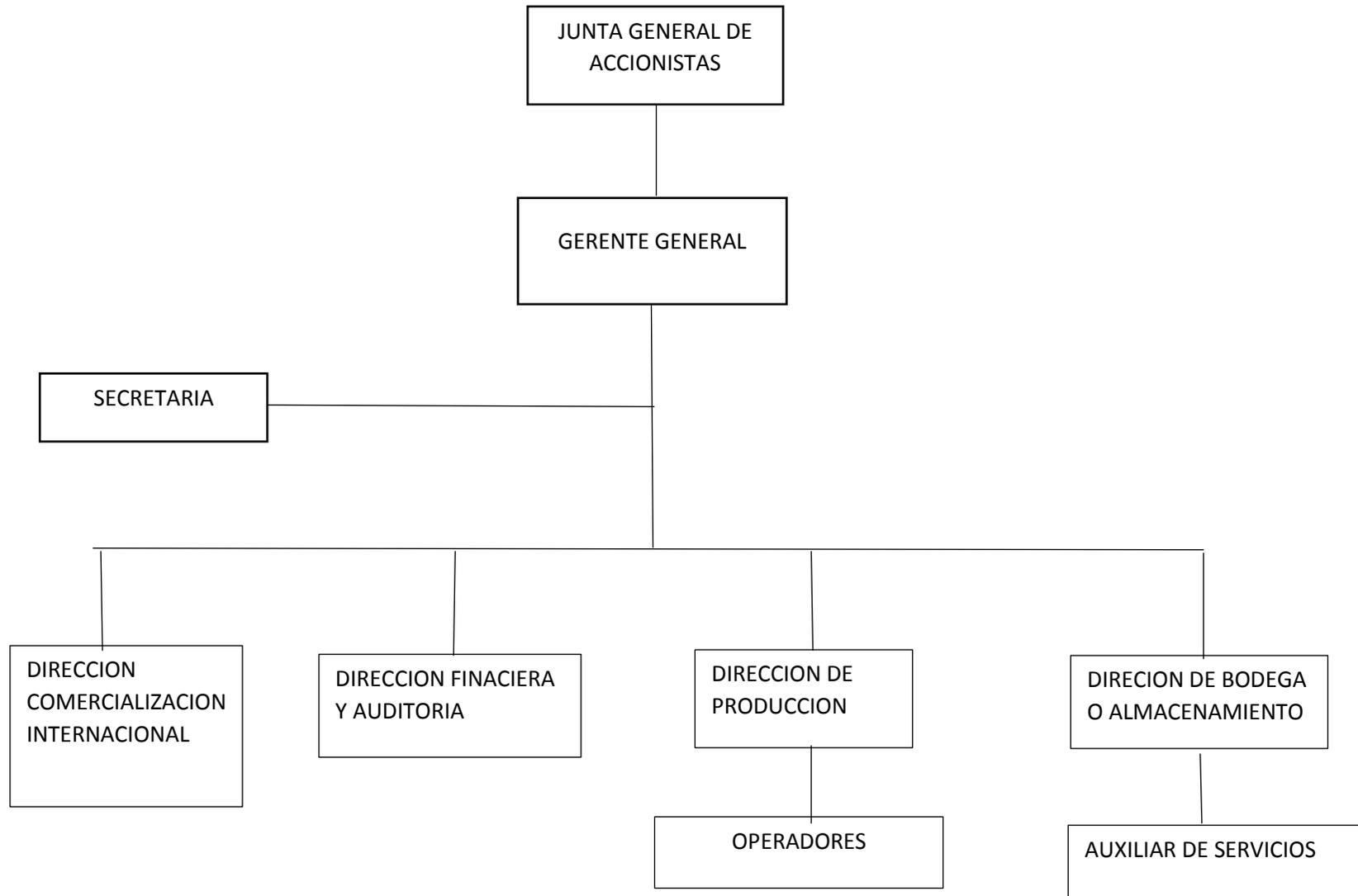
Análisis de cuentas específicas e individuales del balance general

Ayuda a elaborar las decisiones específicas que se deba tomar.

8. Auxiliar de servicios

Es el encargado de abrir las oficinas y hacer la limpieza de las mismas, preparar café, realizar la limpieza de las bodegas de almacenamiento, realizar depósitos, brindar apoyo en cualquier departamento que fuere necesario.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE PIÑA



9. Estrategias de implementación de la propuesta

Adecuación de las instalaciones de las maquinarias para el almacenamiento y bodegaje de la piña considerando los procedimientos operativos para mantener en buen estado la piña.

Considerar la firma de un contrato de compra-venta de piña con productores-proveedores del país por un lapso de un año.

Negociar el embarque mensual de 500 cajas que contiene 24 unidades cada una, a un precio FOB unitario de \$0.80 centavos por. Además la forma de pago que se ha negociado el pago con un giro directo.

Una vez que se inicie la fase de exportación de la piña al mercado de Piura los involucrados o especialistas deberán buscar nuevos nichos de mercado para consolidarse en el sector para optimizar los ingresos.

10. Resultados esperados

Consolidarse en el mercado de Piura como una empresa internacional proveedora de piñas de excelente calidad que logra posicionarse y garantizar la permanencia durante un largo periodo.

Evaluar y monitorear los procesos de exportación realizados con el objeto de mejorar o rediseñar la logística que facilite el envío del producto al comprador internacional.

6.1.6 PRESUPUESTO

1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas constituyen todos los bienes tangibles adquiridos por la empresa para el desarrollo de las actividades a realizarse en los departamentos de la empresa exportadora.

2. Costo anual del proyecto

El costo anual del proyecto refleja todos los desembolsos a garantizarse para la exportación de la piña incluyendo las actividades relacionadas a los gastos administrativos, gastos de venta y exportación.

3. Inversión total del proyecto

La empresa para el normal desarrollo de sus actividades necesita de una inversión total que comprende las inversiones fijas y el capital de trabajo.

4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es uno de los rubros necesarios en el proyecto pues constituye el patrimonio disponible que se requiere para cubrir las operaciones en la empresa al inicio de sus actividades.

5. Estado de situación inicial

La empresa exportadora de piña al iniciar su actividad comercial debe de realizar el estado de situación inicial donde se registra las cuentas que pertenecen a grupos de activo, pasivo y capital.

6. Origen y uso de los fondos

En relación al origen y uso de fondos que tiene relación con la inversión fija y el capital de trabajo permitiendo reflejar la distribución de la inversión total que requiere la exportadora de piña.

7. Ingreso anual del proyecto.

Refleja los valores obtenidos por la venta de piña que se exportara a Piura para lo cual se enviara productos de excelente calidad.

8. Egreso anual del proyecto

Los egresos proyectados constituyen todos los valores inmersos en el proceso de exportación de la empresa exportadora de piña, considerando aumentar un porcentaje cada año.

9. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias permite determinar las ganancias obtenidas durante el tiempo de las exportaciones de piña realizadas por la empresa también las perdidas ocasionadas por algún desperfecto o en la entrega del producto.

10. Balance general

Se lo elabora al finalizar el periodo contable teniendo como finalidad demostrar la situación financiera de la empresa exportadora de piña para lo cual está considerado los activos, pasivos y patrimonio, la utilidad obtenida en el estado de pérdidas y ganancias. Este balance permite realizar un análisis profundo a los inversionistas.

6.2 EVALUACION ECONÓMICA

La evaluación económica consiste en calcular el grado de rendimiento de la empresa, recursos financieros a la implementación de una unidad exportadora, es decir permite medir cuánto dinero se compromete como inversión y cuanto se recobraría periodo a periodo como retribución al efectivo invertido.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio examina la relación entre producción, utilidades y costos.

También considera cambios en la estructura de precio y costos que pueden contribuir a una mayor rentabilidad.

La aplicación de la fórmula para encontrar el equilibrio se debe considerar los costos fijos, costos variables.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es aquella tasa que iguala al valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder el dinero invertido.

Evaluación financiera

La evaluación financiera consiste en la aplicación de varias razones financieras.

6.3 EVALUACION SOCIAL

La actividad del proyecto reviste la oportunidad de exportar la piña en estado natural desde el cantón Huaquillas de la provincia de El Oro hacia el mercado del departamento de Piura en la república del Perú.

En lo relacionado a la evaluación social el presente proyecto de la empresa ofrecerá una alternativa de fuentes de trabajo a personas en las áreas administrativas y operativas.

6.4 EVALUACION AMBIENTAL

En el caso de la ejecución del proyecto se ha considerado la EXPORTACION DE PIÑA EN ESTADO NATURAL, LA CUAL NO SUFRE NUNGUN PROCESO DE TRANSFORMACION, a más en el proceso de maduración de la fruta que no emite gases tóxicos motivo por el cual no tiene ningún inconveniente en autorizar sus funcionamiento y deberá cumplir con todos los requisitos técnicos para su funcionamiento.

WEBGRAFIA

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DEL ECUADOR

WWW.SENAE.GOB.EC

BANCO CENTAL DEL ECUADOR

WWW.BCE.FIN.EC

