



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
ESPECIALIDAD: COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MAIZ EN
GRANOS A COLOMBIA DE LA EXPORTADORA HIDROVO
EXPHIMUSA, AÑO 2014

Previo a la obtención de título de:

Ingeniero Comercial

AUTOR

Darwin Lizardo Chica Chica

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, M.Sc.

Quevedo–Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Darwin Lizardo Chica Chica**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente

Darwin Lizardo Chica Chica

C.I 1311100893

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, MSc**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **Darwin Lizardo Chica Chica**, realizó la tesis previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, Titulada: **FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MAIZ EN GRANOS A COLOMBIA DE LA EXPORTADORA HIDROVO EXPHIMUSA, AÑO 2014**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

f. _____
ING. ANTONIO GONZALO ÁLAVA MURILLO, MSc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

TESIS DE GRADO

Presentado al Honorable Consejo Directivo de la Unidad de Estudios a Distancia,
como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Aprobado:

Ing. Freddy Tobias Salazar Montalván. M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Erika Yessenia Ballesteros. M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Wendy Carranza Quimi. M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR
2015

AGRADECIMIENTO

A través del siguiente documento dejo constancia a las personas que de una u otra manera contribuyeron al desarrollo de la siguiente investigación:

Al Ing. Eduardo Díaz Ocampo, MSc, Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo ya que con su excelente administración al frente de esta alma mater permitió llegar con éxito al final de esta preparación académica.

A los Ingenieros Guadalupe Del Pilar Murillo Campusano, Roberto Pico Saltos, Vicerrectores de esta prestigiosa institución ya que permitieron con sus aportes al desarrollo de las carreras que oferta la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

A la Ing. Mariana Reyes Bermeo MSc, Directora de la Unidad de Estudios a Distancia por su aporte valioso al frente de esta entidad académica.

Al Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, Director de la Tesis de Grado por su apoyo incondicional para seguir adelante con mis estudios.

A mis maestros que fueron mi guía que a más de aportar en mi formación como un profesional brindaron sus consejos y amistad.

También quiero agradecer al señor Ignacio Hidrovo gerente propietario de la Exportadora Hidrovo y a cada una de las personas que laboran en dicha institución ya que sin la ayuda de ellos no hubiera sido posible culminar este proyecto.

Darwin Lizardo Chica Chica

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a mis padres, en especial a mi madre por su apoyo incondicional al fin de lograr obtener una carrera y por creer en mi capacidad a pesar de haber pasado muy duros momentos.

A mi querido hijo Darwin Joseph que a más de ser mi gran alegría es mi fuente de motivación para superarme cada día y luchar por obtener un mejor futuro.

A mi esposa quien es mi mejor amiga quien me brinda sus palabras de aliento para no decaer y seguir adelante con mis metas.

También a mis abuelos y a mis profesores que supieron guiarme por el camino del conocimiento y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome a conseguir que este sueño se haga realidad.

Muchas gracias y que Dios los bendiga.

Darwin

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis de grado busca estudiar la factibilidad para exportar maíz en granos a Colombia mediante la implementación de métodos, técnicas y fuentes de investigación a fin de conocer si existe la viabilidad para exportar dicha gramínea, fue necesario conocer el proceso que sigue la Exportadora Hidrovo S.A en lo que se refiere a la comercialización del maíz, se analizó los procesos aduaneros que se debe seguir para abastecer a las empresas de Colombia cuando se inicie la exportación.

En lo que respecta a demanda de maíz dicho país requiere de abastecimiento para la industria ya que existe empresas que utilizan dicho producto para materia prima, pero existe un déficit de exportación de maíz de 350.002 toneladas según fuente del concejo consultivo de maíz en el Ecuador.

Se estableció la viabilidad económica y financiera del proyecto ya que los datos estimados de los ingresos en el primer año es de 176.000,00 existiendo crecimientos anuales del 6% (índice de inflación de Colombia), ya que los estudios económicos realizados a dicha empresa demuestra que para el primer año de operaciones la utilidad neta es de 95.954,83 dólares esto significa que la empresa tiene una gran utilidad para enfrentar una eventualidad financiera, por lo que se demuestra que es conveniente invertir en dicho proyecto para exportar maíz a Colombia ya que se generará valor agregado para la empresa más allá del retorno del capital invertido ya que el valor actual neto es de 71.466,04 y la tasa interna de retorno es de 43% lo que significa la rentabilidad de la inversión.

En resumen existe la factibilidad para exportar maíz desde la Exportadora Hidrovo S.A, hasta la Republica de Colombia, existiendo los recursos económicos, tecnológicos y humanos para su efecto y una alta demanda de empresas colombianas que requieren de la gramínea proveniente de Ecuador.

ABSTRACT

This thesis aims to study the feasibility to export corn grain Colombia, through the implementation of methods, techniques and research sources in order to know if there is viability export the grass, so it was necessary to know the process exporting follows Hidrovo SA in relation to the marketing of maize, customs processes to be followed to supply companies Colombia when the export is initiated analyzed.

With respect to demand for corn that country requires supply for industry as there companies which use the product for feedstock, but there is a shortage of corn export 350,002 tonnes by source of advisory council of corn in Ecuador.

Economic and financial feasibility is established as the estimated revenue in the first year of 176.000,00 existing data is annual growth of 6% (inflation index Colombia), as economic studies demonstrating that undertaking that for the first year of operations net income is \$ 95,954.83 this means that the company has great utility to face a financial event, so it proves to be wise to invest in the project to export corn to Colombia since added value for the company beyond the return on invested capital is generated as the net present value is 71466.04 and internal rate of return is 43% which is the return on investment.

In short there is the feasibility to export maize from the Exporting Hidrovo SA, to the Republic of Colombia, existing economic, technological and human resources to its effect and a high demand for Colombian companies that require grass from Ecuador.

INDICE GENERAL

	Página
Portada	i
Declaración de autoría y cesión de derechos	ii
Certificación de Director de Tesis	iii
Miembros del tribunal	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen ejecutivo	vii
Abstrac	viii
Índice general	ix
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de figura	xv
Índice de anexos.....	xvi
Esquema de codificación	xvii

CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción.....	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Delimitación del problema	4
1.5. Justificación	4
1.6. Objetivos	5
1.6.1. General.....	5
1.6.2. Específicos	5
1.7. Hipótesis.....	5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica	7
2.1.1. Estudio de factibilidad	7
2.1.2. Estudio de mercado	8
2.1.3. Diferenciación de producto	9
2.1.4. Oferta.....	9
2.1.5. Demanda	10
2.1.6. Investigación de mercado	10
2.1.7. Estudio técnico.....	11
2.1.8. Inversión	12
2.1.9. Capital.....	13
2.1.10. Producción	13
2.1.11. Proyección de la inversión	14
2.1.12. Capital de trabajo	14
2.1.13. Financiamiento.....	14
2.2. Fundamentación conceptual	15
2.2.1. Mercado regional	15
2.2.2. Mercado internacional.....	15
2.2.3. Origen de la producción de maíz en Colombia	15
2.2.4. Incoterms	16
2.2.5. Registros de marcas y patentes.....	16
2.2.6. Precio de exportación	17
2.2.7. Incentivos a las exportaciones	18
2.2.8. Restricciones al comercio internacional	19
2.2.9. Transporte internacional	20
2.2.10. Régimen de muestras	20
2.2.11. Plan de exportación	20
2.2.12. Logística de exportación	21
2.3. Fundamentación legal	21
2.3.1. Ley de compañías	21

2.3.2. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones	22
2.3.3. Procedimientos para exportar desde Ecuador	32

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos	35
3.2. Tipos de investigación	36
3.3. Fuentes de investigación	37
3.4. Técnicas de investigación	37
3.5. Población y muestra	38
3.6. Procedimiento metodológico	39

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados	42
4.1.1. Resultados de la encuesta realizada a los comerciantes de maíz	42
4.1.2. Encuestas a los compradores de maíz de la República de Colombia ...	49
4.1.3. Estudio de factibilidad	54
4.1.3.1. Estudio de mercado	54
4.1.3.2. Estudio de mercado internacional	58
4.1.3.3. Estudio técnico	62
4.1.3.4. Base legal	65
4.1.3.5. Estudio económico	65
4.1.3.6. Evaluación financiera	80
4.2. Discusión	86

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	89
5.2. Recomendaciones	90

CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

6.1. Literatura citada de libros	92
6.2. Literatura citada de internet	93
Anexos.....	94

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
1	Materiales y equipos. 35
2	Comerciantes de maíz 38
3	Compradores de maíz 38
4	Oferta 54
5	Demanda 55
6	Demanda insatisfecha 56
7	Precio de maíz en Colombia (pesos) 57
8	Precio de maíz en Colombia (dólares) 57
9	Régimen de impuestos 59
10	Terrenos..... 66
11	Construcciones 66
12	Vehículos 67
13	Maquinarias y equipos. 67
14	Equipos de oficina 68
15	Equipos de computación 68
16	Muebles y enseres 68
17	Activos diferidos 69
18	Inversión total..... 70
19	Materia prima 70
20	Mano de obra directa 71
21	Insumos..... 71
22	Mano de obra indirecta 72
23	Materiales indirectos 72
24	Mantenimiento y reparación 72
25	Gastos administrativos 73
26	Gastos de ventas 74
27	Gastos financieros..... 74

28	Capital de trabajo	75
29	Financiamiento	75
30	Depreciación y amortización	76
31	Proyección de costos	76
32	Costos fijos y variables	78
33	Proyección de ingresos	79
34	Estado de situación inicial	80
35	Estado de resultado	81
36	Flujo de caja	82
37	Flujo de caja para el cálculo del VAN.....	83

ÍNDICE DE FIGURA

	Página
1 Tiempo de comerciante	42
2 Actividad comercial	43
3 Proveedores de maíz	43
4 Venta de maíz	44
5 País de exportación	45
6 Rango de toneladas	45
7 Afiliación	46
8 Documentación en las aduanas	46
9 Medio de transporte.	47
10 Afiliación a la cámara de comercio.....	47
11 Amenazas a las exportaciones.....	48
12 Nichos de mercados	49
13 Tiempo de comerciante.....	50
14 Origen de los proveedores de maíz	50
15 Control y seguimiento.....	51
16 Rango de toneladas	52
17 Permiso o licencia	52
18 Régimen monetario	53
19 Características del maíz	53
20 Precio del quintal de maíz	54
21 Proyección de la oferta	55
22 Maíz duro amarillo.....	56
23 Canales de comercialización	58
24 Mapa de Colombia	58
25 Industrialización.....	60
26 Macro localización.....	62

INDÍCE DE ANEXOS

	Página
1 Encuesta aplicada a los comerciantes de maíz del Rosario	95
2 Encuestas aplicada a los importadores de maíz de Colombia	99
3 Tabla de amortización del crédito	102
4 Fotos	104

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Título / Tittle	M	FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MAIZ EN GRANOS A COLOMBIA DE LA EXPORTADORA HIDROVO EXPHIMUSA, AÑO 2014.
2	Creador / Creator	M	Darwin Lizardo Chica Chica, Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
3	Materia / Subject	M	Comercio exterior.
4	Descripción / Description	M	Esta investigación se realizó en la parroquia El Rosario, cantón El Empalme, en las dependencias de la Exportadora Hidrovo, y busca realizar un estudio de factibilidad para exportar maíz en granos a Colombia.
5	Editor / Publisher	M	UED; Carrera, Ing. Comercial; Darwin Chica.
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	Junio 2015
8	Tipo / Type	M	Proyecto de Investigación, Artículo.
9	Formato / Format	R	doc MS Word 97; .pdf.
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente / Source	O	Recopilación bibliográfica
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	La investigación pretende verificar si es factible exportar maíz en granos a Colombia.
15	Derechos / Rights	O	Ninguno

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

En la actualidad el negocio internacional tiene su auge dentro de la economía mundial, en los últimos años las políticas comerciales de los países se han visto inmersos en una serie de procesos sistemáticos en sus normas y estándares debido a la regularización del mercado. La mayoría de las naciones exportan productos como parte de sus estrategias entre ellos el maíz que en los últimos años se han convertido en un producto líder en la exportación internacional.

El cultivo de maíz en los últimos años se ha extendido a muchas zonas geográficas del país y a nivel internacional es considerado de excelente calidad mismo que sirve para la industria y la elaboración de alimentos en zonas rurales. Dentro del territorial nacional existe un alto índice de empresas comercializadoras que se encargan de la exportación directa hacia otros países como: Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia considerados como el principal mercado meta para los comerciantes ecuatorianos.

Existe un alto índice de exportación de esta gramínea por parte del Ecuador como principal productor, según datos del Ministerio de Agricultura la mayor parte de las cosechas provienen de las provincias costeras de Guayas, Manabí y Los Ríos.

La Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” fue creada en el año 2010, es una empresa dedicada a la compra y venta al por mayor de productos agrícolas tales como cacao, café fue establecida con la finalidad de convertirse en la referencia comercial para los agricultores del cantón Pichincha y los sectores aledaños. Está ubicada en la parroquia El Rosario, cantón El Empalme Provincia del Guayas, su planta principal se encuentra ubicada en la vía Manta – Quevedo en la sector puente Velasco Ibarra, en la actualidad se ha convertido en un referente comercial de la zona, por lo que ha visto la necesidad de implementar nuevos nichos de mercado a nivel internacional, fijando a Colombia como principal destino para exportar esta gramínea.

Se ha considerado realizar un estudio de factibilidad para la exportación de maíz en granos a Colombia que contribuya al desarrollo económico de la Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA, en la que aplicarán estudios tales como de mercado, técnico, operativo y financiero con la finalidad de determinar la viabilidad del mismo.

1.2. Planteamiento del problema

Existe un desconocimiento en la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” sobre la factibilidad económica en la exportación de maíz en granos a Colombia, en la actualidad es de riesgo proceder para ello se necesita de la aplicación de un estudio de factibilidad.

Es necesario para la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” saber cuál es la rentabilidad de exportar un producto agrícola muy comercial como el maíz con la finalidad de desarrollarse económicamente a nivel nacional e internacional cuya efectividad se comprobará con un análisis de viabilidad financiera el cual comprende el estudio de mercado y el estudio técnico, los cuales tienen por objeto proveer información para cuantificar el monto de la inversión y de los costos de operación pertinentes al proyecto.

La determinación del problema surge o radica a partir de que el propietario tiene la necesidad de ampliar su mercado comercial de venta de maíz hacia los países vecinos específicamente Colombia y poder desarrollar la solución a esa necesidad, se necesita de la ejecución de un proceso técnico o un estudio de factibilidad que sea el soporte adecuado para la toma de decisiones.

1.3. Formulación del problema

¿En qué medida el estudio de factibilidad para la exportación de maíz en granos a Colombia contribuirá al desarrollo económico de la Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA?

1.4. Delimitación del problema

14.1. Objeto de estudio

Medir la factibilidad para exportar maíz en granos a Colombia.

14.2. Campo de acción

Estudio de factibilidad

1.4.3. Area del conocimiento

Comercio internacional

1.4.4. Lugar

Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA

1.4.5. Tiempo

240 días

1.5. Justificación

En la actualidad se ha considerado al comercio internacional como un mecanismo directo por las naciones para mantener procesos comerciales y arancelarios a nivel internacional existe una serie de productos que son considerados como materia prima siendo eje principal para la industrialización, uno de esos productos es el maíz amarillo considerado dentro del Ecuador como la principal meta hacia otros países, se diseñara un plan de exportación de esta gramínea hacia Colombia siguiendo lineamientos de investigación como son las encuestas, entrevistas a personas de organismos estatales y privadas, relacionadas con el sistema de comercialización especialmente externas.

La presente investigación se justifica ya que es un aporte muy significativo para la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA en la cual se determinará mediante un estudio de factibilidad si la exportación de maíz en granos hacia el mercado Colombiano existiendo una demanda de empresas que requieren que sean abastecidos de esta gramínea procedente de Ecuador. Finalmente se procederá al diseño de la propuesta alternativa marcando la pauta que exigen todos los estándares aduaneros de ambas naciones, para comprobar si es factible la exportación de maíz a Colombia.

1.6. Objetivos

1.6.1. General

Estudiar la factibilidad para exportar maíz en granos a Colombia para contribuir al desarrollo económico de la Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA, año 2014.

1.6.2. Específicos

Determinar la demanda y oferta existente del mercado colombiano a través de un estudio de mercado internacional.

Establecer la capacidad de producción exportable a través del estudio técnico.

Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.

1.7. Hipótesis

La exportación de maíz en granos a Colombia, incide positivamente en la rentabilidad de la Exportadora Hidrovo Exphimusa.

CAPÍTULO II
MARCO TEORICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Factibilidad

(Eglash, 2008), es la identificación de la viabilidad que requiere un proyecto o un plan de negocio para iniciar sus operaciones. Todo proyecto, idea del negocio de contar con un estudio de factibilidad que conlleve a demostrar si la inversión está destinada al éxito al fracaso, obedece a los estudios técnicos, legales y operacionales luego el análisis financiero y económico.

Para conocer si la empresa es viable o no el inversionista debe evaluar el proyecto mediante el análisis de la inversión, existen algunos métodos como flujo de caja, tasa interna de retorno, relación costo beneficio entre otros establecido para la viabilidad de proyectos.

(Sapag, 2007), generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto mediante el análisis técnico, legal y económico para conocer si el proyecto es viable o factible. La factibilidad debe comprender todo los estudios establecidos para un plan de negocios.

Entre los estudios más importante para estudiar una factibilidad tenemos: estudio legales, económicos, organizacional, esto determinará si el proyecto es viable o no ponerlo en marcha.

En la presente investigación que consiste en implementar un plan de negocios para exportar maíz a Colombia, se siguió todos los procedimientos legales para conocer si es viable la ejecución de dicho proyecto. Varios actores han dividido la factibilidad en los siguientes tipos:

Factibilidad económica

Factibilidad financiera

Factibilidad legal

Factibilidad operacional

Factibilidad comercial

Factibilidad técnica

La factibilidad de un proyecto permite analizar las variables técnicas exigidas en un determinado mercado, por lo que el inversionista debe analizar el mercado permanentemente el mercado a fin que la operación se lleve de la manera más efectiva y que el proyecto sea efectivo en toda su magnitud.

2.1.2. Estudio de mercado

(Concha, 2007), se define al estudio de mercado como la oportunidad que tienen los clientes para analizar cada uno de los factores que inciden dentro de un plan de negocios, el estudio de mercado abarca diferentes factores desde el análisis de la oferta y la demanda hasta el comportamiento de la competencia.

2.1.2.1. Tamaño del mercado

(Concha, 2007), el tamaño del mercado incide de manera positiva dentro del análisis de un plan de negocios, ya que es necesario delinear que aspecto debe abarcar el mercado dentro del tamaño, mismos que satisfagan las necesidades de los clientes. Para analizar el tamaño del mercado es necesario analizar cada uno de los factores que determinan la capacidad de producción de un determinado negocio.

2.1.2.2. Distribución geográfica del mercado

(Tuija, 2009), la distribución geográfica del mercado se considera a la distribución de los segmentos de ventas en diferentes zonas de la población. Los estudios del mercado consideran distribuir por áreas donde se analicen cada uno de los segmentos donde se ofertará un producto diferente-

2.1.2.3. Características específicas de mercado

(Tuija, 2009), es necesario identificar cada una de las características específicas que inciden en el mercado, por lo que se puede ver afectado las actividades que se realicen en una empresa, Las actividades se ven reflejadas en series de periodos a años.

2.1.2.4. Segmento de mercado

(Tuija, 2009)), define al segmento como la parte total de un nicho de mercado, donde se evidencia o se conoce los componentes que inciden directa e indirectamente en el proceso de comercialización de un determinado producto. El segmento de mercado cumple funciones específicas ya que de ellos depende el análisis de la oferta y la demanda para tomar las decisiones que no afecten al total de ventas obtenidas en un periodo.

2.1.3. Diferenciación de producto

(Tuija, 2009), dentro de un análisis de mercado se tiene que diferenciar cada uno de los productos a ofertar, dentro del mercado la competencia juega un papel importante para la toma de decisiones, se define a la diferenciación de los productos como los cambios realizados en la presentación física e imágenes de los productos a través de la publicidad que se realice en la empresa que realice dicho análisis.

Dentro de un plan de negocios o estudio de factibilidad el análisis de diferenciación de un producto se debe realizar al inicio que se inicie las operaciones de ventas o comercialización.

2.1.4. Oferta

(Malhotra, 2008), la cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores esta dispuestos a vender en un periodo dado a un precio en

particular. La cantidad ofrecida no es la que a una empresa le gustaría vender, sino la que en definitiva está dispuesta a vender. Sin embargo, la cantidad ofrecida no es necesariamente igual que la cantidad que en realidad se vende si los consumidores no quieren comprar la cantidad que una empresa tiene pensando vender, los planes de venta de la empresa se verán frustrados. Al igual que la cantidad demandada, la cantidad ofrecida se expresa como cantidad por unidad de tiempo.

2.1.4.1. Ley de oferta

La ley de oferta afirma:

Con todo lo demás constante, cuando mayor es el precio del bien, mayor será la cantidad ofrecida. Un precio más alto lleva a una mayor cantidad ofrecida del bien, debido a que el costo de producir una unidad adicional del bien aumenta conforme aumenta la cantidad producida. Para inducirlos a incurrir en un costo más alto y aumentar la producción, se debe compensar a las empresas con un precio mayor.

2.1.5. Demanda

(Kotler, 2008), es la voluntad y capacidad de un individuo o consumidor para adquirir un bien o servicio en un periodo de tiempo y lugar determinado. Si un individuo solo tiene voluntad o solo capacidad para adquirir un bien o servicio, entonces no está demandado.

2.1.6. Investigación de mercado

(Bonta, 2008), sostiene que la investigación de mercado es el proceso de recopilación de proceso y análisis de información, respecto a temas relacionados con mercadotecnia, como clientes competidores y el mercado.

2.1.7. Estudio técnico

(Cotrina, 2011), se define al estudio técnico como la parte operativa de una investigación donde da a conocer todos los procedimientos técnicos que se debe seguir para llevar a cabo un plan de negocios o plan estratégico. El estudio técnico define los procesos estratégicos y tecnológicos la cual el inversionista debe adquirir para llevar a cabo dicho negocio.

(Castro, 2011), dentro de un plan de negocios el estudio técnico permite conocer los insumos necesarios para que una empresa inicie sus operaciones técnicas, la mayoría de las empresas deben desarrollar dicho estudio para que a un futuro la parte operativa y de producción no se vea afectada. El estudio técnico debe abarcar datos reales de los equipos de oficina, muebles y equipos de computación esto servirá para que la idea del negocio se efectúe.

2.1.7.1. Localización

(Castro, 2011), es la localización geográfica de la idea del negocio que permitirá identificar las principales características técnicas y referenciales que a lo largo el inversionista desarrollará. Una adecuada localización debe abarcar un estudio macro y micro de los segmentos de mercado que se obtengan dentro de la investigación. La localización se la define como la parte más operativa y técnica de un negocio por reunir las características geo referenciales para que los consumidores lleguen hacia el producto

(Eglash, 2008), una adecuada localización del proyecto permite al inversionista a largo y mediano plazo mantener una tasa de rentabilidad porcentual que conlleve a mejorar factores técnicos y operacionales. Dentro de la actual investigación el proyecto se localizará en un sitio estratégico para los productores y consumidores del mismo.

2.1.7.2. Promoción

(Bloom Paul, 2009), en la actualidad el marketing exige la implementación de estrategias promocionales a fin que se alcancen las metas establecidas al inicio de un plan de negocios.

(Hoskisson, 2009), es la obtención de datos relacionados a la venta de un producto o a la socialización de un servicio. La promoción juega un papel importante dentro del marketing mix que permitirá afianzar un mayor nivel de ventas, toda publicidad siempre presenta tres elementos básicos: el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

2.1.7.3. Costos

(Bloom Paul, 2009), todo costo de producir un bien o un servicio viene expresado por el valor de los factores que hemos aplicado en el proceso de producción.

(Bloom Paul, 2009), en los análisis económicos los costos juegan un papel importante ya que define la parte financiera de la inversión. Existen varios tipos de costos entre ellos son totales y variables, ambos costos interrelacionan la parte de equilibrio del proyecto. En todo plan de negocios se debe analizar constantemente los costos an inicio de toda inversión,

2.1.8. Inversión

(Sapag, 2007), la inversión se refiere a la manera más directa de poner en marcha un negocio, existen varios tipos de inversiones que permiten la postergación del capital en el consumo del mercado. Las inversiones deben reflejar todo lo relacionado con la puesta en marcha de una idea del negocio o a la final del proyecto

(Flores, 2008), en el ámbito de las empresas se define a la inversión como el resumen total de las inversiones donde se refleja los costos totales es decir la

proyección total que la empresa debe requerir para reflejar todos los recursos que se necesita para iniciar las operaciones. En todo plan de negocios se debe estructurar detalladamente las inversiones mismas que ayudaran a los inversionistas a tomar las mejores decisiones al final de un periodo.

Las inversiones reflejan gastos en tecnologías, maquinarias, vehículos, terrenos entre otros.

2.1.9. Capital

(Flores, 2008), en análisis económico el capital se lo define como el enfoque total de la producción, mismo que está constituido por todos los elementos que constituyen el plan de negocios como maquinarias, instalaciones, terrenos y otros datos que constituyen la producción al consumo. El capital de una empresa refleja la magnitud o el tamaño del negocio donde se da a conocer que rubros se necesitan para iniciar las operaciones.

(Flores, 2008), es el financiamiento que se produce de las aportaciones directas de sus inversionistas que conlleva a poner en marcha un negocio o un proyecto, el capital refleja los recursos humanos, tecnológicos o financieros para que la empresa inicie sus operaciones a corto, largo o mediano plazo. Toda empresa debe realizar un análisis financiero, económico para conocer la realidad situacional de la empresa que inicia sus actividades. El capital en resumen refleja que aspectos debe jugar una inversión.

2.1.10. Producción

(Urquiza, 2008), es la actividad que define a una empresa para sus operaciones, la producción se la define como la creación o la producción de productos o la actividad que se dedica la empresa, se lo define como un factor productivo de la empresa donde incide de manera directa en el incremento del nivel de venta o producción, mientras más es la producción más es el nivel de ingresos operacionales para una empresa.

(Castro, 2011), es la acción reflejada dentro de la empresa a producir productos a cabo de llevar un nivel productivo alto o incrementar el nivel de ventas, existen varias empresas dedicadas a producir dentro de una nación, las empresas productivas se encargan de satisfacer el mercado local a fin que los productos lleguen a los consumidores finales.

2.1.11. Proyección de la inversión

(Flores, 2008), se define a la proyección de la inversión como la expansión que se tiene dentro de un negocio a través del análisis de todos los elementos que se detallan en el proceso. Cuando una empresa que realiza exportación de un determinado producto es necesario proyectar los gastos en embalaje, operaciones, etiquetados y costos determinados en el proceso de exportación hacia un país.

2.1.12. Capital de trabajo

(Sapag, 2007), es el resumen que la empresa cuenta para proceder a realizar sus operaciones, en este segmento del análisis se cuenta con el detalle de la inversión desde la mano de obra directa e indirecta y todos los elementos como maquinarias, tecnologías, capital humano para que la empresa inicie sus operaciones.

2.1.13. Financiamiento

(Flores, 2008), es el detalle que muestra la disponibilidad que tiene la empresa para iniciar sus operaciones, en este segmento se detalla la manera como la empresa financiara el inicio de una nueva inversión, las maneras más detalladas son: recursos propios o préstamos bancarios a corto y largo plazo.

Toda empresa debe contar con su financiamiento para que el proyecto se lleve a cabo de la mejor manera posible, El actual proyecto cuenta con la manera que financiara el proyecto, las cuales son recursos propios y préstamos bancarios.

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Mercado regional

(Globin, 2013), el Mercado regional es el lugar donde los jugadores pueden comprar y vender materias primas, recursos de fabricación, mobiliario, y trampas, utilizando el menú mercado y correo. Como sugiere el nombre, el mercado regional está restringido a una región, no está disponible a nivel de todo el servidor.

2.2.2. Mercado Internacional

(Globin, 2013), existen varias definiciones sobre el mercado internacional, varios autores han definido conceptos básicos el intercambio comercial de bienes o productos enfocados a satisfacer un determinado mercado de una localidad, en la actualidad la mayoría de los países están ligados al comercio internacional regulados por sus determinadas condiciones o Incoterms.

El mercado internacional se ha convertido en el motor comercial de los países, existe naciones que dependen directamente de la exportación y utilizan al mercado internacional como fuente dentro de su presupuesto, toda exportación está ligada a los tratados de los países.

2.2.3. Origen de la producción de maíz en Colombia

(Colombia, 2014), el maíz es uno de los cultivos más importantes de la producción nacional. Su área corresponde a una tercera parte del total sembrado en cultivos de ciclo corto, ocupando el primer lugar en superficie y el tercero en producción después de la papa y el arroz. El maíz es el cultivo más difundido en el país dada su especial adaptación a las principales condiciones agro climáticas y socioeconómica, a su producción se dedican unas 400.000 familias. El área cultivada en el año 2003 ocupó una extensión de 588 mil hectáreas, que

generaron 21.7 millones de jornales, lo cual equivale a unos 126 mil empleos directos. La producción nacional en el año 2003 fue de 1, 384,919 toneladas, que generaron ingresos a los productores cercanos a los 673 mil millones de pesos, lo que a una tasa de cambio promedio de 2,800 pesos por dólar, equivale a 240 millones de dólares.

2.2.4. Términos internacionales del comercio (Incoterms)

2.2.4.1. Artículo principal: Incoterms

(Globin, Estudios de mercados internacionales, 2013), son instrumentos comerciales que gozan de normativa legal que inciden directamente en la aplicación de contratos cotidianos dentro del proceso de exportación de un determinado país.

Contienen trece condiciones o cláusulas que permiten a los inversionistas contar con un marco jurídico y optimizar recursos dentro de los procesos de exportación que defienden la operatividad jurídica antes de exportar un producto, toda nación debe regular sus Incoterms de manera periódica y sustancial a fin de llevar a cabo una regulación permanentemente del mercado internacional.

2.2.5. Registro de marcas y patentes

2.2.5.1. Patente

(González, 2011), la patente es un conjunto de derechos que la ley concede al inventor, entendiéndose por tal al autor o creador de un objeto o producto que tiene como principal característica la de su novedad, en el sentido de que no ha sido conocido ni puesto en práctica o a prueba en el Estado que expide la patente ni en el extranjero. También se entiende por patente el documento en sí donde se hace constar por parte del Estado el reconocimiento de tales derechos para su titular. Las patentes de invención reconocen el derecho exclusivo a fabricar, ejecutar, producir, utilizar o vender el objeto de la patente como explotación

industrial y lucrativa. Junto a las patentes de invención existen las de introducción, que otorgan el derecho a fabricar, ejecutar, producir y vender un objeto con arreglo a una licencia de invención extranjera no divulgada ni puesta en circulación en el Estado al que se solicita la expedición de las mismas. Las patentes se conceden durante un plazo determinado y su titular se encuentra obligado a pagar la anualidad correspondiente mientras siga vigente el periodo de validez del título, así como a explotarlo de la forma oportuna para atender la demanda que exista del producto patentado.

2.2.5.2. Marca

(González, 2011), la marca es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto al que se ha recubierto de una vestidura tan atractiva que consigue que el producto se desee, se pida, se exija, con preferencia a otros productos. En definitiva, la marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o un servicio, por el que es su directo responsable. Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y mejora constante. Ella, promete en conjunto con el producto la realidad material y realidad psicológica, una imagen formada por un contenido preciso, cargado de afectividad: seguridad para unos, prestigio para otros, calidad, etc.

2.2.6. Precio de exportación

(Exports, 2014), para determinar el precio de exportación deberá hacer un análisis de la estructura de costos y fijar la utilidad para obtener el precio final. Para tales efectos, considere los siguientes factores:

- a) Costos Fijos y Variables.
- b) Determinación de límites de precio inferior (que no ocasione pérdidas económicas) y superior o del mercado dentro de los límites de la competencia.
- c) Márgenes según distintas posiciones en los canales de comercialización.
- d) Competencia en Precios Internacionales.

e) Analizar los términos de compra-venta acordados con el importador.

2.2.7. Incentivos a las exportaciones

(Exports, 2014), todo inversionista mantiene sus incentivos en las exportaciones, según lo estipula en las leyes vigentes en el Ecuador está regulado en lo establecido en el Código Orgánico de la Producción comercio e inversiones, es decir las exportaciones mantienen sus condiciones reguladas en las leyes y tratados internacionales.

En el Ecuador se mantiene los siguientes incentivos tributarios que permiten a las empresas mantener altos niveles de exportaciones, entre ellos tenemos:

Arbitraje internacional, según lo estipula la Corte de la Haya

Tasa más baja de la región en lo que se refiere a impuestos a la renta.

En los activos productivos se mantiene una reducción de 10 puntos en las tarifas de los impuestos a la renta.

Exoneración al pago mínimo de impuesto a la renta

En lo que respecta al pago del impuesto a la salida de divisas se concede un plazo mayor a un año

Se concede un incentivo tributario a las zonas fronterizas y deprimidas.

Existe una deducción del 100% al cálculo general del impuesto a la renta

Se concede incentivos medioambientales

Se da capacitación técnica e investigación

Mitigación del impacto ambiental

Estudios de mercados internacionales.

Todos estos incentivos están regulados y amparados según lo dispone el código de inversiones y están monitoreadas constantemente por el nivel jerárquico de exportaciones que son las aduanas, a fin que exista un cumplimiento por parte de las empresas que exportan productos desde El Ecuador.

2.2.8. Restricciones al comercio internacional

(Economía, 2014), todo país mantiene su restricción comercial al nivel internacional debido que es su responsabilidad salvaguardar los flujos o mercancías que se desean llevar a otros países, de esta manera contribuir a un adecuado intercambio comercial

(América, 2014), entre los conceptos más relevantes a las restricciones del comercio exterior tenemos;

2.2.8.1. Proteccionismo

Se encarga de estudiar y analizar las barreras establecidas al comercio exterior.

2.2.8.2. Arancel

Impuesto que grava a los productos que serán exportados.

2.2.8.3. Política arancelaria

Políticas establecidas por un estado que regula el comercio exterior o mercancías.

2.2.8.4. Dumping

Fijación de precios en contacto del mercado internacional, fijados en las leyes y tratados comerciales.

2.2.8.5. Barreras no arancelarias

Regulaciones y leyes fijadas en un país que restringen el acceso a productos en un mercado.

2.2.9. Transporte internacional

(Economía, 2014), es el medio el cual los productos llegan hacia un destino final, en la actualidad existen varios medios que se encargan de transportar las mercancías entre las más comunes tenemos: transporte aéreo, marítimo y fluvial. Toda empresa mantiene vínculos con empresas ligadas a la transportación internacional.

El transporte internacional juega un papel importante dentro de las exportaciones ya que se encargan que la mercancía llegue hacia su destino final luego de todos los análisis de aduana exigidos por un país.

En el actual proyecto se utilizará el medio transporte ya que el maíz será llevado directamente hacia los consumidores en Colombia.

2.2.10. Régimen de muestras

(América, 2014), las muestras son los datos más representativos de un segmento de productos para identificar una mercancía y poder concretar una compra en un determinada país, las muestras identifican los segmentos utilizarse para definir una transacción.

Se ha definido a las muestras como una pequeña porción que permite la utilidad y establecer el mecanismo más idóneo para iniciar las transacciones de compra y venta, toda transacción internacional debe pasar con un régimen especial de muestra para saber que producto le conviene a la empresa.

2.2.11. Plan de exportación

(Exports, 2014), es un documento que muestras las estrategias de mercado para exportar un producto hacia un determinado lugar. El plan de exportación debe reflejar datos relevantes como lugar a exportar, impuestos, y todo lo concerniente a la moneda para determinar la oferta y la demanda existente.

2.2.12. Logística de exportación

(Exports, 2014), la logística de exportación tiene un papel central en las posibilidades de incursión de nuestras pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales. Por esta razón, ponemos a su disposición información sobre este tema que hemos generado sobre distintas regiones y países de destino de nuestras exportaciones

2.3. Fundamentación legal

La presente investigación se basa de la presente fundamentación legal:

2.3.1. Ley de compañías

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 312, reforma 20 de mayo de 2014). **Artículo 1**, manifiesta que un contrato de compañías es donde se unen los capitales para emprender las operaciones mercantiles, por lo tanto dicha investigación debe establecer contratos colectivos entre las partes a fin que no se caiga en vacíos legales dentro de la normativa legal.

Artículo 2 de la Ley Organice de Compañías manifiesta que existen 5 compañías de comercio por lo que dicha empresa de compra y venta de maíz debe esturase para iniciar sus operaciones en base a la organización comercial.

Artículo 3: Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contraria al orden público, la Empresa “EXPHIMUSA” seguirá todos los lineamientos exigidos en la ley.

Artículo 4. Domicilio de la compañía donde se determina el contrato constitutivo de la empresa. la Empresa “EXPHIMUSA”, definirá en su contrato colectivo su ubicación domiciliar misma que es la Parroquia El Rosario Provincia del Guayas, acogíendose al Artículo 5 de la misma ley que estipula que toda compañía dentro del territorio nacional será en Ecuador, la empresa ubicara su domicilio ya que s

Artículo 7, manifiesta que toda compañía que negocie obligaciones en el Ecuador debe tener un representante legal por lo que la Empresa “EXPHIMUSA” mantiene su representante legal lo que permitirá contraer contratos con personas que iniciaran obligaciones con dicha empresa.

2.2.2. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

La empresa “EXPHIMUSA”, exportará maíz a Colombia por lo que se acogerá a dicho código citando los siguientes artículos que permitirá mantener una adecuada fundamentación legal:

TITULO II: Medida arancelarias para la regulación del comercio exterior

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 76.**, Forma de expresión, Ubica la tarifa arancelaria que se necesita para iniciar los trámites aduaneros bajo un régimen monetario.

Artículo 77. Define las modalidades arancelarias por lo que se define: aranceles fijos, contingentes arancelarios y demás modalidades establecidas en los tratados comerciales internacionales

Artículo 107: Establece las obligaciones tributarias que una empresa debe cumplir; este artículo permitirá que la empresa cumpla con todos los trámites exigidos para que exista orden al momento de iniciar las operaciones hacia Colombia.

La empresa EXPHIMUSA”, además de cumplir con los artículos señalados cumplirá otros artículos de la presente ley como el 108, que define tributos al comercio exterior señalando todos los tributos hacia el comercio exterior, el artículo 113, indica la exigibilidad de la obligación tributaria aduanera.

Capítulo II: Medidas no arancelarias del comercio exterior

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 78. Medidas no arancelarias.-** El comité de comercio exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

- a. Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b. Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c. Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- d. Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- e. Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior;
- f. Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;
- g. Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y,
- h. Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros, derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras.

Artículo 79.- Además de los casos previstos, se podrán establecer medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación en los siguientes casos:

- a. Para evitar escasez de productos alimenticios o de otros productos esenciales para el país, así como para controlar el ajuste de precios de este tipo de productos;

- b. Para asegurar el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, en ejecución de un plan gubernamental de desarrollo industrial;
- c. Para proteger recursos naturales no renovables del país; para proteger el patrimonio nacional de valor cultural, artístico, histórico o arqueológico; y,
- d. En los demás casos que establezca el organismo competente en esta materia, por ser conveniente a las políticas comercial y económica de Ecuador, según lo establecido en los acuerdos internacionales debidamente ratificados

Artículo 80.- Tasas.- Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional.

De esta manera, sólo se exigirán las tasas mencionadas en el párrafo anterior, así como las formalidades y requisitos aplicables a los procedimientos relacionados con la importación y exportación de mercancías, a partir de su aprobación por el Órgano rector en materia de comercio exterior, mediante el correspondiente instrumento jurídico publicado en el Registro Oficial. Las formalidades y requisitos exigibles en estos procedimientos serán estrictamente los necesarios para alcanzar el objetivo perseguido.

TÍTULO IV: Del fomento y la promoción de las exportaciones

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 93.- Fomento a la exportación.-** El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países asignatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para

los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporadas a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este código;

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente código y demás normas pertinentes.

Artículo 105.- Territorio aduanero.- Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de este código y comprende las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con las excepciones previstas en este código.

Artículo 106.- Zonas aduaneras.- Para el ejercicio de las funciones de la administración aduanera, el territorio aduanero se lo divide en las siguientes zonas, correspondientes a cada uno de los distritos de aduana:

a. Primaria.- Constituida por el área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él; y,

b. Secundaria.- Que comprende la parte restante del territorio ecuatoriano incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo.

Capítulo II: De la Obligación tributaria aduanera

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 107.- Obligación tributaria aduanera.-** La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

Artículo 108.- Tributos al comercio exterior.- Los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro. Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente código, y por lo tanto no se regirán por los principios del derecho tributario.

Artículo 113.- Exigibilidad de la obligación tributaria aduanera.- La obligación tributaria aduanera es exigible:

- a. En la liquidación y en la declaración sustitutiva de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.
- b. En las tasas, desde la petición del servicio.

c. En los demás casos desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria, rectificación de tributos o acto administrativo correspondiente.

Artículo 114.- Extinción de la obligación tributaria.- La obligación tributaria aduanera se extingue por:

- a. Pago;
- b. Compensación;
- c. Prescripción;
- d. Aceptación del abandono expreso;
- e. Declaratoria del abandono definitivo de las mercancías;
- f. Pérdida o destrucción total de las mercancías; y,
- g. Decomiso administrativo o judicial de las mercancías.

Artículo 115.- Medios de pago.- Los medios de pago de las obligaciones tributarias aduaneras.

Artículo 122.- Pérdida o destrucción total de las mercancías.- La obligación tributaria aduanera se extingue por pérdida o destrucción total de las mercancías, ocurrida antes de su arribo, durante su depósito temporal o en instalaciones industriales autorizadas para operar habitualmente bajo el régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo, siempre y cuando se produzca por caso fortuito o fuerza mayor, aceptado por la administración aduanera. Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, para efectos de aplicación de los tributos al comercio exterior, no es causa de extinción de la obligación tributaria aduanera la sustracción, el hurto o el robo de las mercancías producido dentro del territorio nacional.

Artículo 123.- Decomiso administrativo.- El decomiso administrativo es la pérdida de la propiedad de las mercancías por declaratoria de la servidora o el servidor a cargo de la dirección distrital correspondiente, en resolución firme o ejecutoriada, dictada en los siguientes casos:

- a. Mercancías rezagadas, inclusive en la zona primaria, cuando se desconozca su propietario, consignatario y consignante;
- b. Mercancías náufragas;
- c. Mercancías que hayan sido objeto de hurto o robo en los recintos aduaneros, o a bordo de los medios de transporte, cuando luego de recuperadas se ignore quien es su propietario, consignatario o consignante; y,
- d. Mercancías respecto de las cuales se haya ordenado el reembarque y no se hubiere realizado dentro del plazo concedido para el efecto, en cuyo caso no se extingue la obligación de pagar las tasas por servicios aduaneros.

Capítulo IV: De las operaciones aduaneras

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 128.- Operaciones aduaneras.-** Las operaciones aduaneras y demás actividades derivadas de aquellas se establecerán y regularán en el reglamento a este Código, y demás normas que dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Artículo 129.- Cruce de la frontera aduanera.- El ingreso o salida de personas, mercancías o medios de transporte, al o del territorio nacional se efectuará únicamente por los lugares y en los días y horas habilitados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Todo medio o unidad de transporte que ingrese al territorio aduanero queda sujeto al control del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Artículo 130.- Recepción del medio de transporte. Todo medio o unidad de transporte será recibido por la autoridad competente en la zona primaria del distrito de ingreso, al que presentará la documentación señalada en los procedimientos y manuales que se dicten para el efecto por parte de la Directora o el Director General, en el formato físico o electrónico que la administración establezca del exterior, por cualquier vía, deberá estar expresamente descrita en el manifiesto de carga. Cuando por motivos de cantidad, volumen o naturaleza de las mercancías, resulte necesario, la servidora o el servidor a cargo de la dirección distrital podrá autorizar la descarga fuera de los lugares habilitados para el efecto.

Las mercancías destinadas a la exportación estarán sometidas a la potestad de la administración aduanera hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre que corresponda, autorice la salida del medio de transporte.

Artículo 132.- Unidades de carga.- Las unidades de carga que arriben al país para ser utilizadas como parte de la operatividad del comercio internacional quedarán sujetas al control y la potestad aduanera, aunque no serán consideradas mercancías en sí mismas. El ingreso o salida de estas unidades no dará lugar al nacimiento de la obligación tributaria aduanera

Capítulo V: De la declaración aduanera

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 138.- De la declaración aduanera.-** La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General.

Capítulo VI: Control aduanero

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 144.- Control aduanero.-** El control aduanero se aplicará al ingreso, permanencia, traslado, circulación, almacenamiento y salida de mercancías, unidades de carga y medios de transporte hacia y desde el territorio nacional inclusive la mercadería que entre y salga de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico, por cualquier motivo. Asimismo, se ejercerá el control aduanero sobre las personas que intervienen en las operaciones de comercio exterior y sobre las que entren y salgan del territorio aduanero. El control aduanero se realizará en las siguientes fases de conformidad con la normativa internacional: control anterior, control concurrente y control posterior.

Para estos efectos el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá solicitar información a las demás instituciones del sector público y empresas públicas respecto de las personas que operen en el tráfico internacional de mercancías.

Para la información requerida por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador no habrá reserva ni sigilo que le sea oponible.

Cuando una de las dos instituciones así lo requiera, el control posterior se podrá realizar mediante acciones coordinadas entre el servicio nacional de aduana del Ecuador y el Servicio de Rentas Internas

Capítulo VII: Regímenes aduaneros

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). Sección I Regímenes de importación:

Artículo 147.- Importación para el consumo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una zona especial de desarrollo económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

Artículo 148.- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado.- Es el régimen aduanero que permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas, para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, según se determine en el reglamento.

Sección II: Regímenes de exportación

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 154.- Exportación definitiva.-** Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio

aduanero comunitario o a una zona especial de desarrollo económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente código y en las demás normas aplicables.

Artículo 155.- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.-

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga.

Artículo 156.- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.-

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una zona especial de desarrollo económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme las condiciones previstas en el reglamento al presente código

Capítulo VIII: Garantías aduaneras

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 173.- Derecho de prenda.-** El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador tiene derecho de prenda especial y preferente sobre las mercancías sometidas a la potestad aduanera para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras. Este derecho prevalece sobre cualquier otro establecido legal o convencionalmente.

Artículo 174.- Clases de garantías.- Las garantías aduaneras son generales y específicas y se otorgarán, aprobarán y ejecutarán en la forma, plazos y montos que se determine en el reglamento de este Código. Las Garantías generales son aquellas que afianzan toda la actividad de una persona que actúa en el tráfico internacional de mercancías o en la realización de operaciones aduaneras.

Las garantías específicas son aquellas que afianzan una operación aduanera o de comercio exterior particular. Las garantías aduaneras serán irrevocables, de ejecución total o parcial, incondicionales y de cobro inmediato y constituyen título

suficiente para su ejecución inmediata, con la sola presentación al cobro, conforme lo dispuesto en la ley.

Capítulo II: De los delitos aduaneros

(Asamblea Nacional de Ecuador, Gaceta Oficial R.O 351,29 de diciembre de 2001). **Artículo 177.- Contrabando.-** Será sancionada con prisión de dos a cinco años, multa de hasta tres veces el valor en aduana de las mercancías objeto del delito y la incautación definitiva de las mismas, la persona que, para evadir el control y vigilancia aduanera sobre mercancías cuya cuantía sea superior a diez salarios básicos unificados del trabajador en general, realice cualquiera de los siguientes actos:

- a. Ingrese o extraiga clandestinamente mercancías del territorio aduanero;
- b. La movilización de mercancías extranjeras dentro de zona secundaria sin el documento que acredite la legal tenencia de las mismas, siempre y cuando no pueda justificarse el origen lícito de dichas mercancías dentro de las 72 horas posteriores al descubrimiento, salvo prueba en contrario;

Artículo 206.- Política aduanera.- Al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le corresponde ejecutar la política aduanera y expedir las normas para su aplicación, a través de la Directora o el Director General.

2.3.3. Procedimientos para exportar desde Ecuador

2.3.3.1. Declaración de exportación

Aduana del Ecuador (2014). Para iniciar un proceso de exportación desde Ecuador se debe presentar todos los trámites exigidos por el ente regulador del comercio exterior, según el manual de despacho aduanero donde se tramitan las exportaciones.

A continuación se detallan los principales trámites que deben presentar antes de iniciar las exportaciones.

Registro único del contribuyente del exportador

Factura comercial original

Presentar autorizaciones cuando el caso lo amerite

Certificaciones de origen comercial

Registro como exportador a través de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

Documento de exportador.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Materiales y métodos

3.1.1. Localización y duración de la investigación

La presente investigación se realizó en la parroquia El Rosario cantón El Empalme provincia del Guayas en las dependencias de la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” misma que se encuentra ubicada en la Vía Manta-Quevedo, la ubicación geográfica es de 0 grados, 38 minutos y 12 segundos de latitud sur y 79 grados, 53 minutos y 20 segundo de latitud oeste.

La duración del presente proyecto de investigación fue de 240 días

3.1.2 Materiales

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes materiales:

Cuadro 1. Materiales y equipos

MATERIALES	CANTIDAD
USB	1
Resmas de papel	5
Tablero de encuestas y entrevistas	1
Lápices	4
Lapiceros	4
Borradores	2
Carpetas	4
Anillados	5
Cuadernos	2
Copias	500
Calculadora	1
Empastados	3
CD	7
Cartucho tinta color	3
Cartucho tinta negro	3

Elaborado: Autor

3.1.3. Métodos

3.1.3.1. Analítico

Este método ayudó a establecer conclusiones y recomendaciones ya que permitió el análisis de las variables de la investigación y se enfocó a tomar las mejores decisiones en lo que respecta al estudio de factibilidad para exportar maíz a Colombia.

3.1.3.2. Deductivo

Ayudo a diagnosticar las principales leyes vigentes en el Ecuador y la actividad económica de la Exportadora Hidrovo "EXPHIMUSA, de esta manera se obtuvo un análisis exhaustivo de la situación productiva de dicha empresa, misma que permitió tener claro si es factible o no un proceso de exportación de maíz a Colombia.

3.1.3.3. Estadístico

Consistió en la tabulación e interpretación de los resultados de la encuesta, mediante el uso de gráficos estadísticos, de esta manera permitió tener datos cuantitativos para la toma de decisiones dentro de la investigación.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Bibliográfica – documental

Permitió recopilar la información, en la cual se fundamenta el objeto de estudio, esta se la extrajo de varias fuentes, como libros, folletos, textos ilustrativos e internet, esto nos ayudó a tener claro los principales elementos que conforman un plan de exportación.

3.2.2. De campo

Se procedió a encuestar a los gerentes propietarios de casas comerciales destinadas a la compra y venta de maíz en la parroquia El Rosario y zonas aledañas, se consideró utilizar esta técnica a comerciantes de maíz de Colombia, para conocer el proceso de compra de esta gramínea en dicho país.

3.3. Fuentes de investigación

3.3.1. Primarias

Se obtuvo información primaria a través de la información directa de los gerentes propietarios de casas comerciales destinadas a la compra y venta de maíz en la parroquia El Rosario y a compradores de maíz de Colombia ya que ellos ayudaron a despejar ciertas dudas referentes al proceso de exportación que se realiza a diferentes países entre ellos Colombia.

3.3.2. Secundarias

La información secundaria permitió fortalecer teóricamente el objeto y variables de la investigación. Se refiere a la información citada en varios textos, folletos, libros e internet, enfocada al objeto de estudio.

3.4. Técnica e instrumento de investigación

3.4.1. Encuestas

Se encuestaron a varios gerentes propietarios de casas comerciales destinadas a la compra y venta de maíz en la parroquia El Rosario y zonas aledañas mediante el uso de cuestionario con preguntas cerradas, se consideró encuestar a un segmento de principales compradores de maíz de Colombia.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

En la investigación se trabajó con una población finita, la misma que se detalla a continuación. Ver cuadro 2 y cuadro 3.

Cuadro 2. Comerciantes de maíz

Gerente	Casa Comercial	Población
Sra Maribel Moreira	Marikler	1
Sr Juan Casanova	Casanova	1
Sr Vicente Ramos	Ramos	1
Sr Darwin Giler	Giler "Darwin Giler"	1
Sr Juan Bermúdez	Narcisa de Jesús	1
Sr Tayron Jiménez	Divino Niño Jesús	1
Sr Carlos Macías	Santa Marianita	1
Sr Juan Morales	Pichincha	1
Sr Carlos Rodríguez	Manabí	1
Sr Roberto Chávez	Chávez	1
Sr José Hidrovo	Exportadora Hidrovo	1
Sr Ramón Macías	Maicito	1
Sr Carlos Párraga	Pedro Vélez	1
Sr Pedro Zambrano	Santa Marianita	1
TOTAL POBLACIÓN		14

Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

Cuadro 3. Compradores de maíz

Casa Comercial	Ubicación Macro	Encuesta
Agribrandas Purina	Colombia	1
Avidesa	Colombia	1
Mc Pollo S.A	Colombia	1
Carbone Rodríguez	Colombia	1
Italcol S.A	Colombia	1

Solla S.A	Colombia	1
Carabastos	Colombia	1
TOTAL		7

Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

3.5.2. Muestra

La población a encuestar es de 21 personas, por ser una población finita se obvió la respectiva formula de muestreo.

3.6. Procedimiento metodológico

La presente investigación donde se procedió a diseñar un estudio de factibilidad para exportar maíz a Colombia, consistió en el análisis de cada una de las leyes vigentes que viabilicen la factibilidad de la misma.

Se establecieron objetivos claros y precisos que permitieron estructurar la hipótesis de la investigación misma que ayudó a diferenciar las variables, se usaron métodos de investigación que sirvió para utilizarlos en el desarrollo de la misma para tener una visión clara del proceso de exportación de maíz desde la parroquia El Rosario, se procedió a encuestar a los gerentes de las principales casas comerciales de compra y venta de maíz cercanos a la localidad y a un segmento de compradores de esta gramínea en Colombia, esto ayudó a establecer una discusión con expertos en autores en mercado internacional y establecer conclusiones y recomendaciones.

Se diseñó la propuesta alternativa misma que se estructuró de la siguiente manera:

Estudio de mercado.- Consistió en el análisis de la oferta y la demanda de maíz en granos misma que permitió viabilizar su exportación desde El Ecuador.

Estudio de mercado internacional.- Se identificó las características propias en documentación del principal país que se exportará el maíz.

Estudio técnico.- Se conoció la localización macro y micro del proyecto y se identificó el terreno donde se desarrollará sus actividades la empresa.

Estudio legal.- Permitió conocer la parte legal del proyecto de esta manera conocer si el proyecto es viable en base a la normativa de cada uno de los países.

Estudio económico.- Este estudio permitió conocer los rubros necesarios para iniciar la exportación de maíz hacia Colombia, por lo que fue necesario realizar un análisis minucioso de todos los aspectos económicos que inciden para conocer la factibilidad de exportación.

Estudio financiero.- En esta etapa del proyecto se analizó y conoció la parte financiera desde las inversiones de los activos que son necesario para la ejecución del estudio de factibilidad, para saber si dicha inversión es viable y rentable se procedió al cálculo del valor actual neto, porcentaje que se lo obtuvo aplicando al siguiente formula :

$$VAN = \frac{FN 1}{(1+i)^1} + \frac{FN 2}{(1+i)^2} + \frac{FN 3}{(1+i)^3} + \frac{FN 4}{(1+i)^4} + \frac{FN 5}{(1+i)^5}$$

Una vez que se reemplazaron los valores, para obtener el valor actual neto que consistió en traer los valores futuros a valor presente de la inversión se determinó la tasa interna de retorno que permitió conocer si la tasa actual del proyecto supero o no la tasa exigida por el mercado actual, para el cálculo de la TIR se aplicó la siguiente formula:

$$TIR = (trs - tri) + \left[\frac{VAN s}{VAN s - VAN i} \right]$$

Finalmente se establecieron conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSION

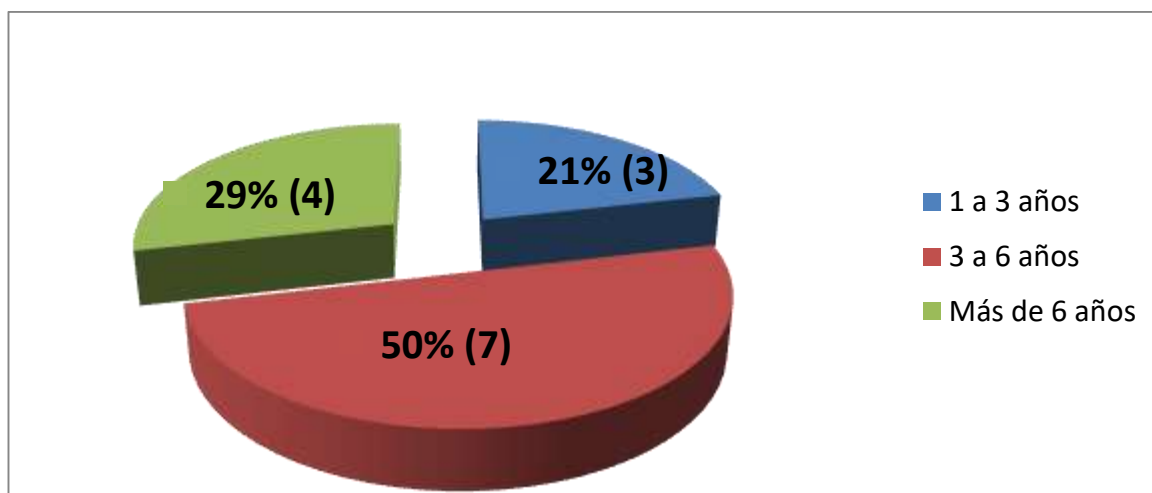
4.1. Resultados

4.1.1. Resultados de la encuesta realizada a los principales comerciantes de maíz de la parroquia El Rosario y zonas aledañas.

4.1.1.1. Tiempo de comerciante de maíz en la parroquia El Rosario.

En relación a la pregunta 1, el 50% de los encuestados, tienen de comerciantes en la localidad del Rosario entre 3 a 6 años, mientras el 29% manifestó que el tiempo que ellos poseen más de 6 años dentro de la actividad comercial, a esto se suma el 21% que argumento que el tiempo que ellos tienen como comerciantes es de 1 a 3 años. En resumen esto nos da entender que existe una población con años considerados de comerciantes dentro de la localidad.

Figura 1. Tiempo como comerciante de maíz.



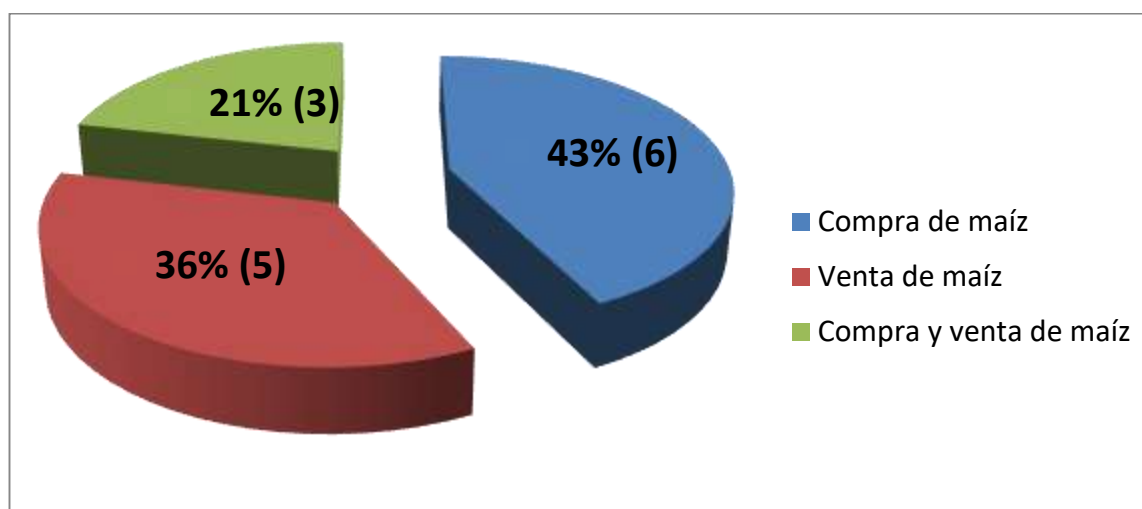
Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

4.1.1.2. Actividad comercial dentro del negocio

El 43% de los encuestados manifestaron que su principal actividad comercial es venta de maíz, mientras el 36% de la población solo se dedica a la venta de maíz únicamente, mientras el 21% realiza ambas actividades. Ver figura 2.

Figura 2. Actividad comercial

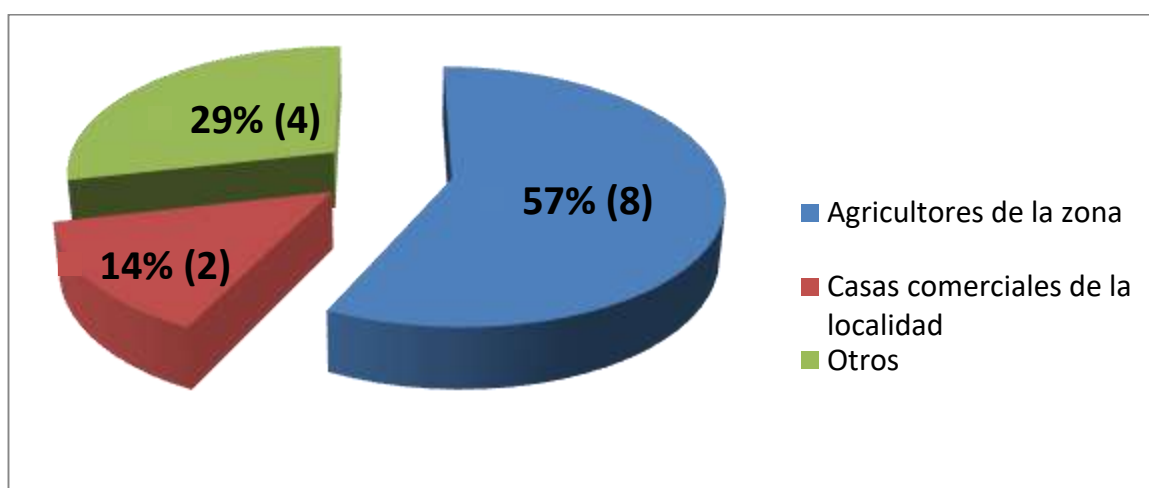


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.3. Proveedores de maíz

El 57% de los encuestados les provee maíz agricultores de la zona, mientras el 29% a través de otras fuentes, y el 14% de la población manifestó que son abastecidos de esta gramínea a través de casas comerciales de la localidad.

Figura 3. Proveedores de maíz

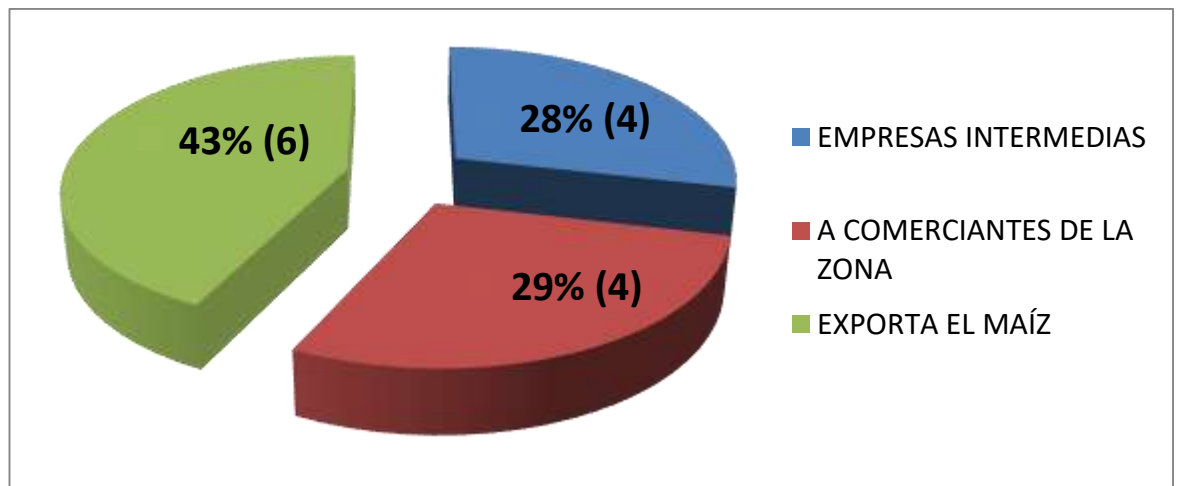


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.4. Venta de maíz

El 43% de los encuestados argumentaron exportar el maíz que compran a sus proveedores, mientras el 29% lo venden a comerciantes de la zona, y el 28% de los comerciantes lo venden a empresas intermedias de la localidad. Finaliza la encuesta para el 57% de los encuestados.

Figura 4. Venta de maíz



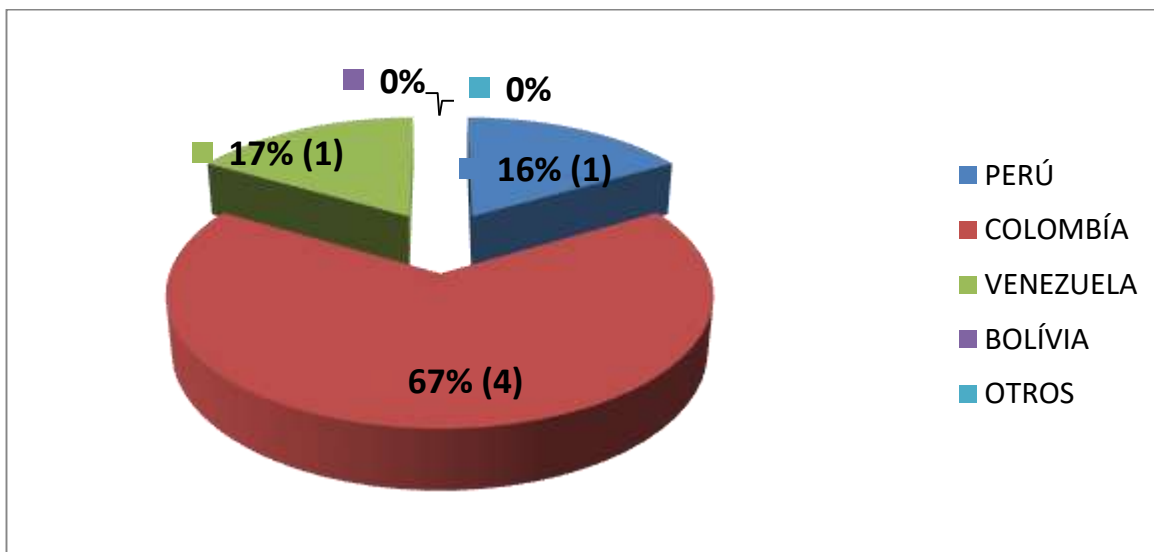
Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

4.1.1.5. País de exportación

En relación a esta pregunta donde se desea conocer a que país es exportado el maíz, el 67% de los encuestados exportan a Colombia, mientras el 17% exporta esta gramínea hacia la República Bolivariana de Venezuela, de igual manera el 16% de los comerciantes deciden exportar su producto hacia Perú. En resumen esta pregunta es de mucha relevancia para nuestra investigación ya que desde la localidad existe la predisposición para exportar a Colombia, influyendo positivamente al estudio de factibilidad. Ver figura 5

Figura 5. País de exportación

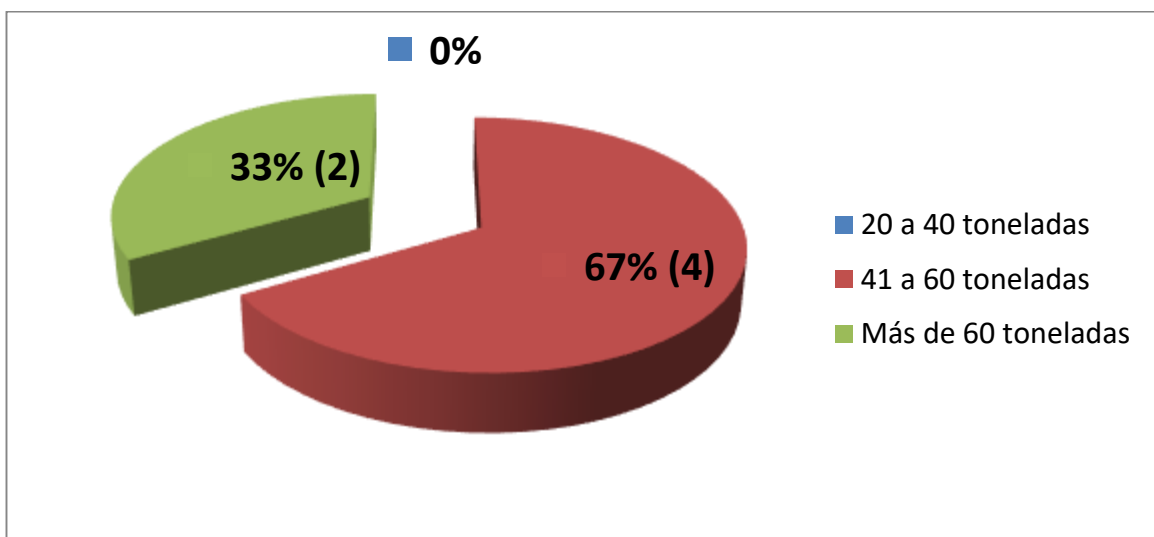


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.6. Rango de toneladas de maíz que exporta

En relación a esta pregunta el 67% de los comerciantes exporta entre 41 a 60 toneladas, mientras el 33% exporta más de 60 toneladas.

Figura 6. Rango de toneladas.

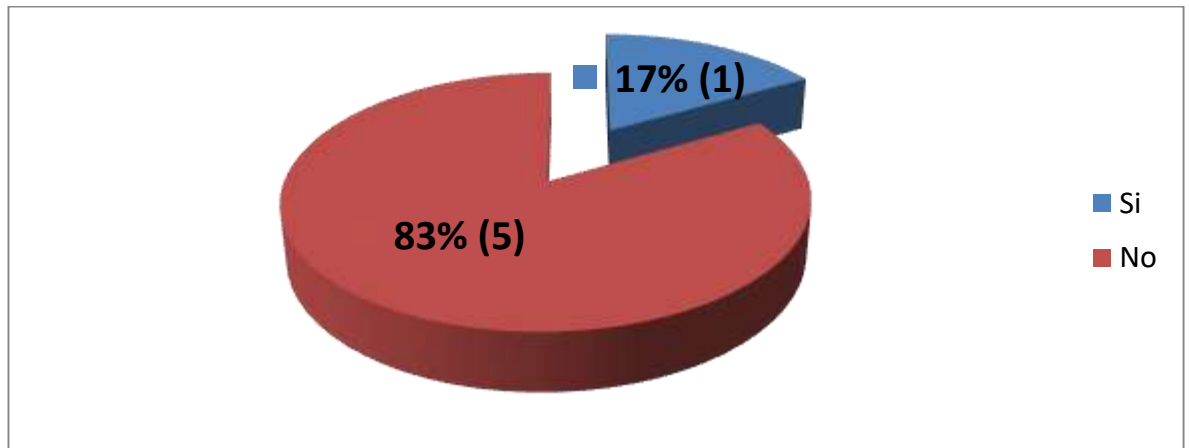


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.7. Afiliado alguna asociación de exportadores de maíz

En base a lo manifestado por los encuestados el 83% no están afiliados a un asociación de exportadores de maíz, mientras el 17% si lo están.

Figura 7. Afiliación

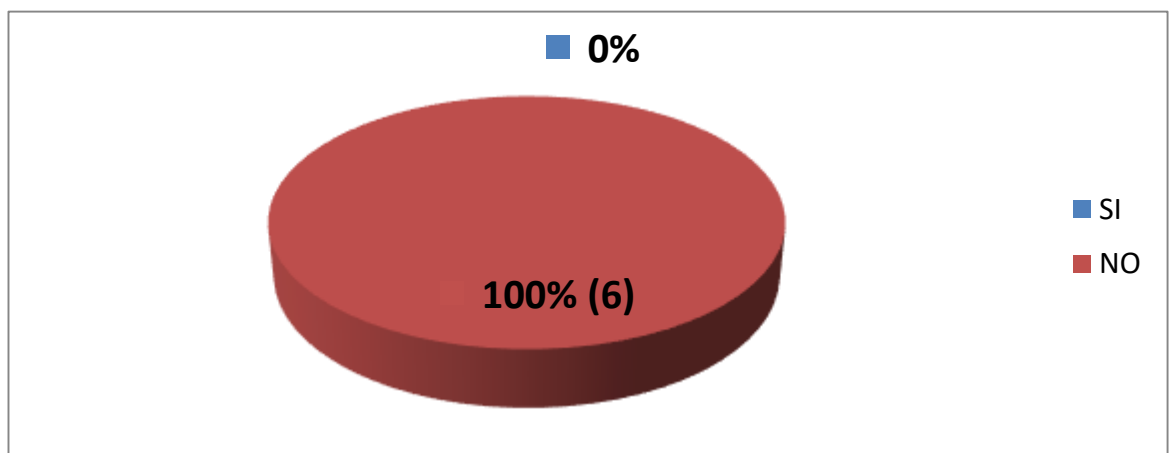


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.8. Inconveniente en aduanas

El 100 % de los encuestados no ha tenido inconvenientes en las aduanas en lo que respecta a la documentación.

Figura 8. Documentación en las aduanas.

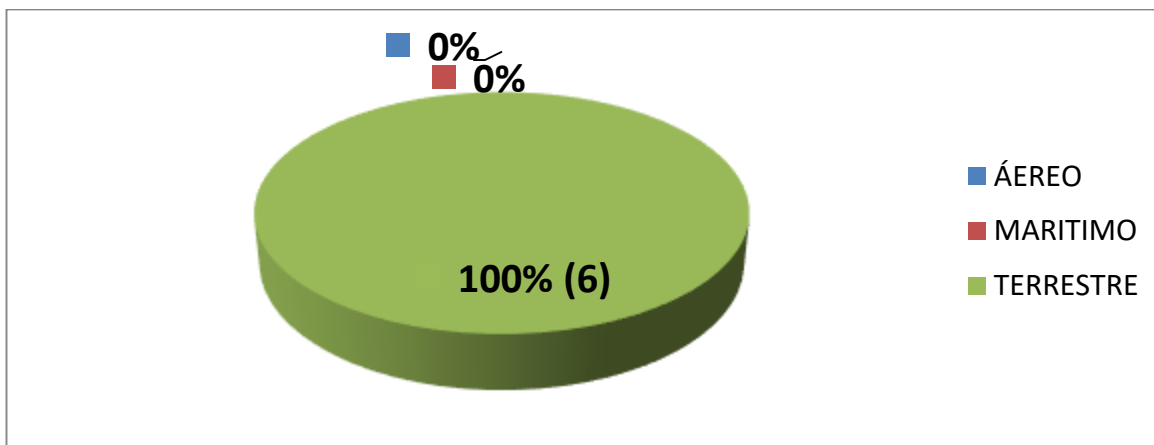


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.1.9. Medio de transporte que utiliza para el traslado de maíz

El medio de transporte que utiliza el 100% de los encuestados es el terrestre.

Figura 9. Medio de transporte



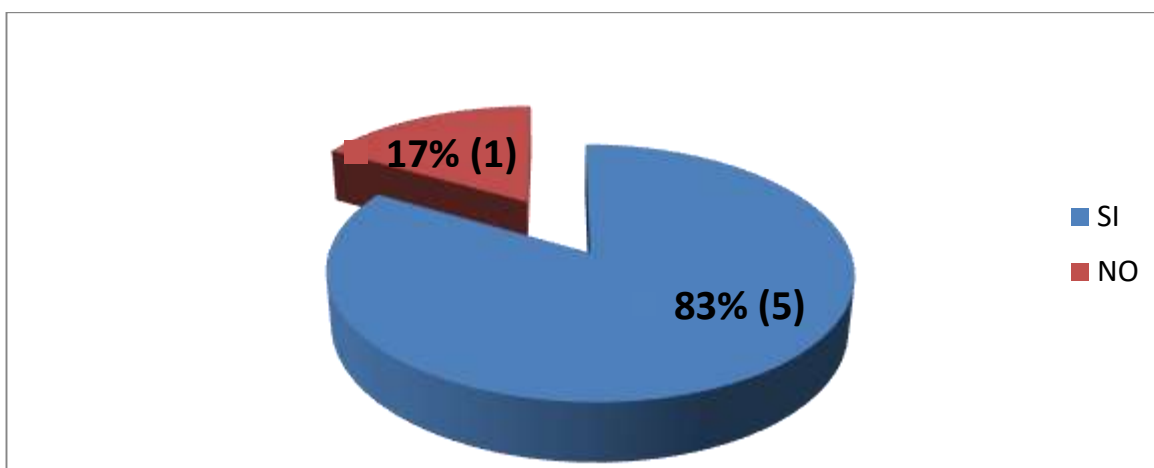
Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

4.1.1.10. Afiliación a la cámara de comercio

El 83% de los encuestados manifestaron estar afiliado a la cámara de comercio de la localidad, mientras el 17% no.

Figura 10. Afiliación a la cámara de comercio



Fuente: Investigación

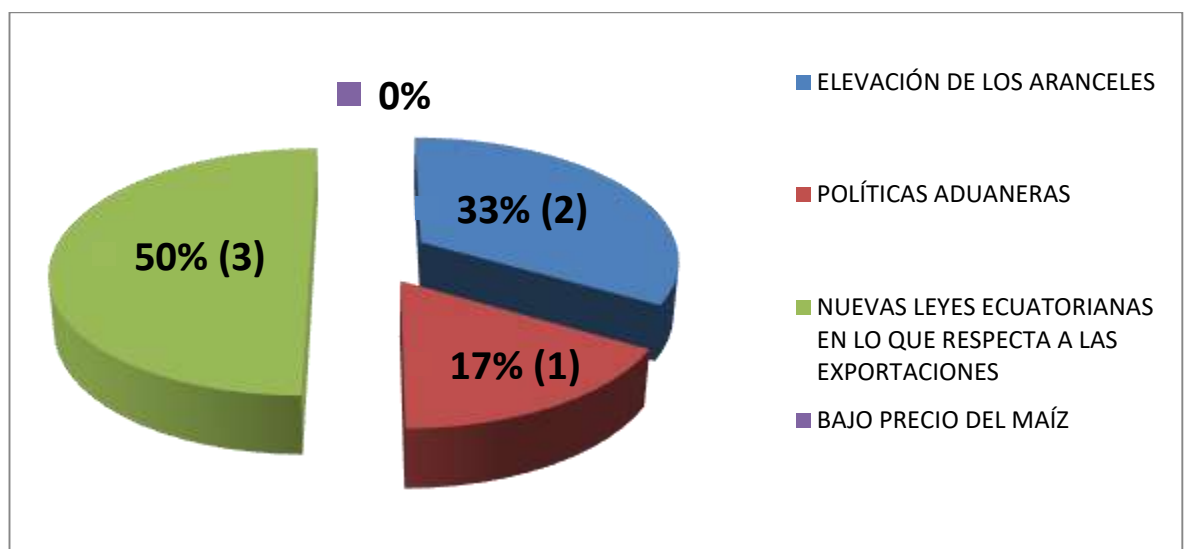
Elaborado: Autor

4.1.1.11. Amenazas a las exportaciones

En relación a esta pregunta el 50% de los encuestados consideran que las nuevas leyes ecuatorianas en un futuro puede afectar a las exportaciones, el 33% piensa que el proceso de exportación se verán afectados por la elevación de los aranceles mientras el 17% argumento que las políticas aduaneras que se aplicarán en el país sería una causa que afectaría las exportaciones.

Por lo que esta pregunta da la pauta para que dentro de un proyecto de factibilidad se tome las medidas necesarias como un plan de contingencia antes las posibles cambios legales que en el Ecuador se implementa o se reforma a diario por parte del legislativo nacional.

Figura 11. Amenazas a las exportaciones.



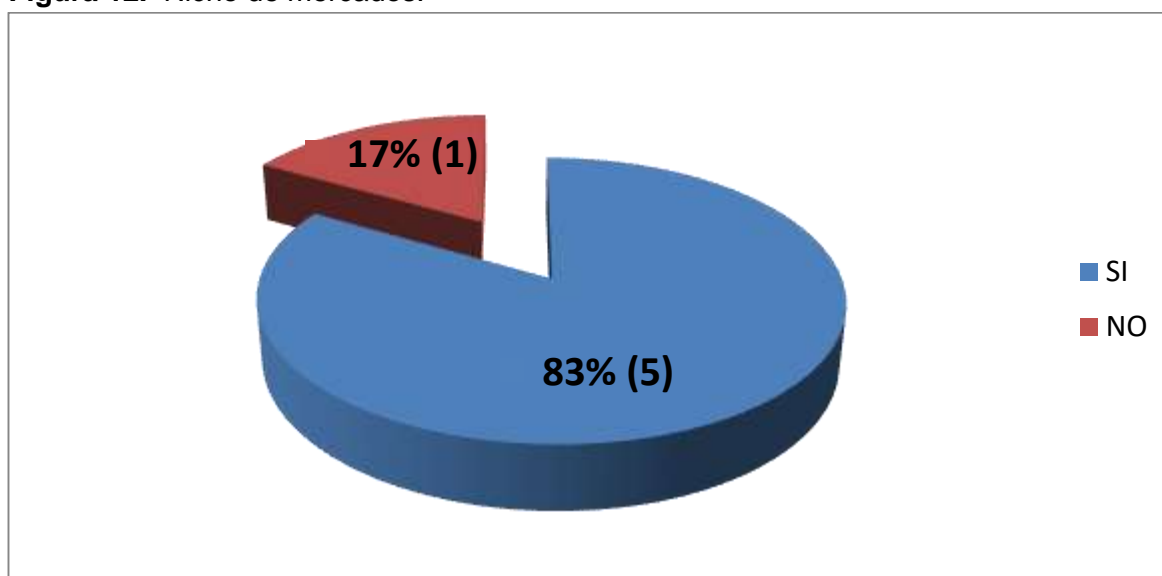
Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

4.1.1.12. Nichos de mercados para exportar su maíz

El 83% de los encuestados tiene planificados buscar nuevos nichos de mercados en un futuro, mientras el 17% no.

Figura 12. Nicho de mercados.



Fuente: Investigación

Elaborado: Autor

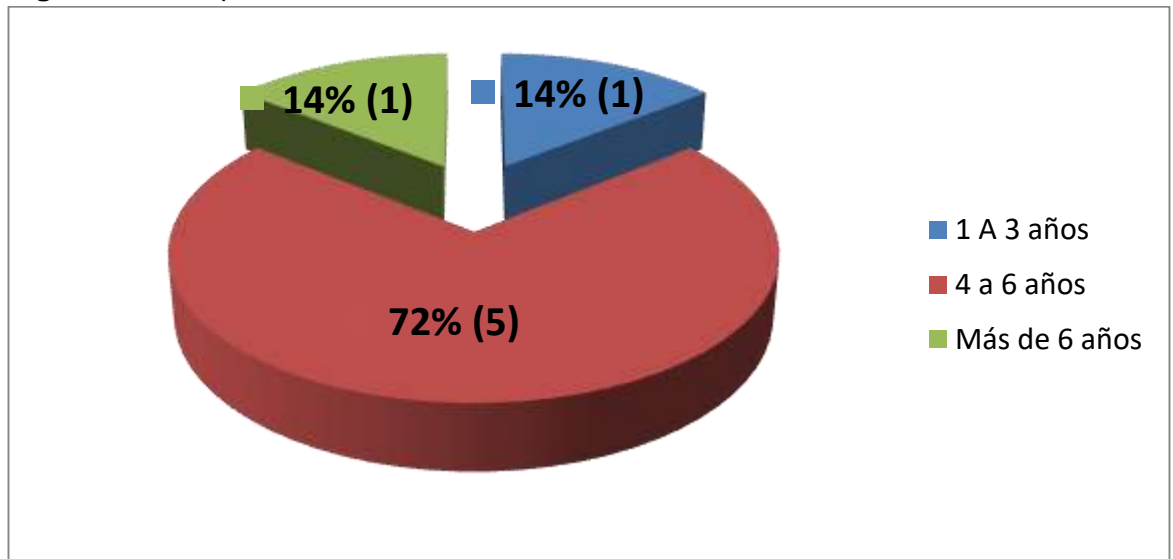
4.1.2. Encuestas realizada a los principales compradores de maíz de la República de Colombia.

4.1.2.1. Tiempo como comprador de maíz en la República de Colombia.

En relación a dicha pregunta la cual se desea conocer el tiempo de comprador de maíz que posee algunos comerciantes dentro del mercado colombiano, argumentaron lo siguiente:

El 72% de los compradores de maíz en Colombia manifestaron que llevan dentro de dicha actividad comercial entre 4 a 6 años, y el 14% tiene de compradores entre 1 a 3 años y más de 6 años. En resumen esta pregunta es de mucha relevancia dentro de nuestra investigación ya que el tiempo de comerciante influye mucho antes de realizar una exportación, porque se estaría relacionado comercialmente con compradores de muchos años de experiencia dentro del mercado colombiano. Ver figura 13.

Figura 13. Tiempo de comerciante

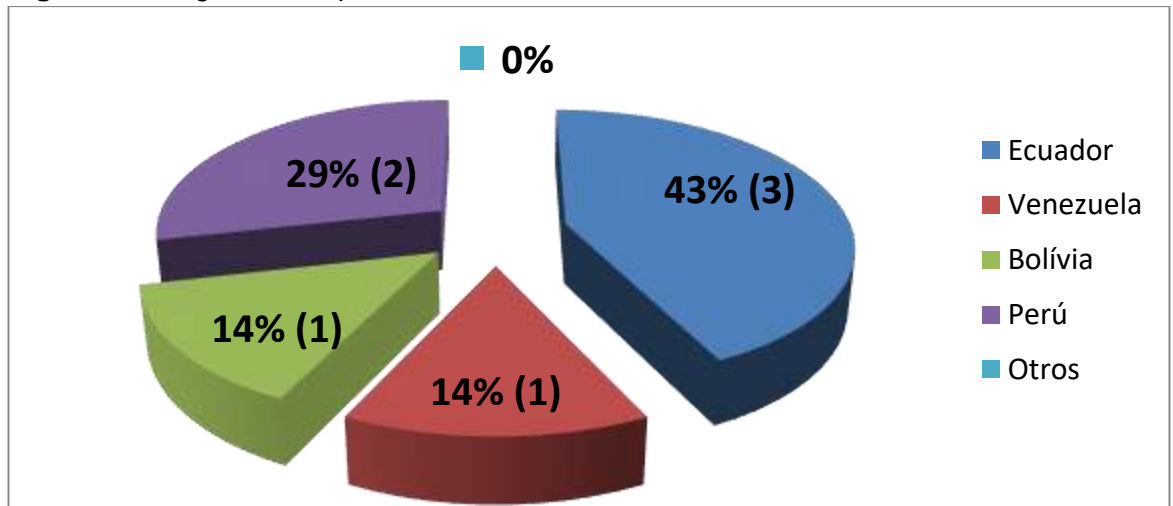


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.2. Proveedores de maíz

El 43% de los proveedores de maíz son de origen ecuatorianos, mientras el 29% proviene de Perú, y el 14% argumentaron que la gramínea es exportada de Venezuela y Bolivia.

Figura 14. Origen de los proveedores de maíz.

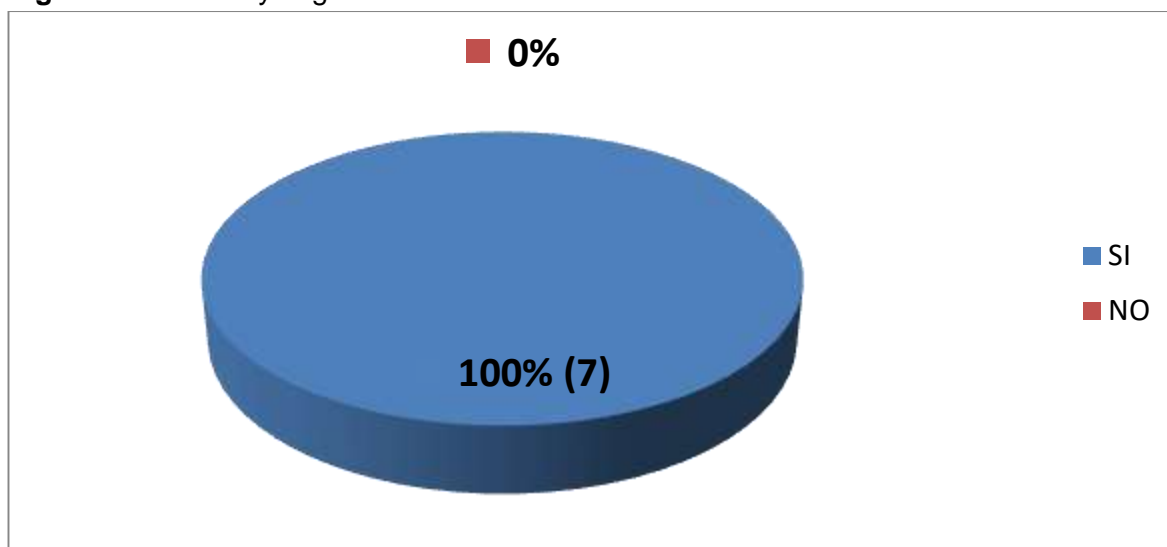


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.3. Seguimiento y control a las casas comerciales que compran maíz dentro del estado Colombiano

En relación a esta pregunta el 100% de los encuestados manifestaron que el Ministerio de Comercio o Producción realiza seguimiento y control a las casas comerciales que compran maíz dentro del estado Colombiano.

Figura 15. Control y seguimiento

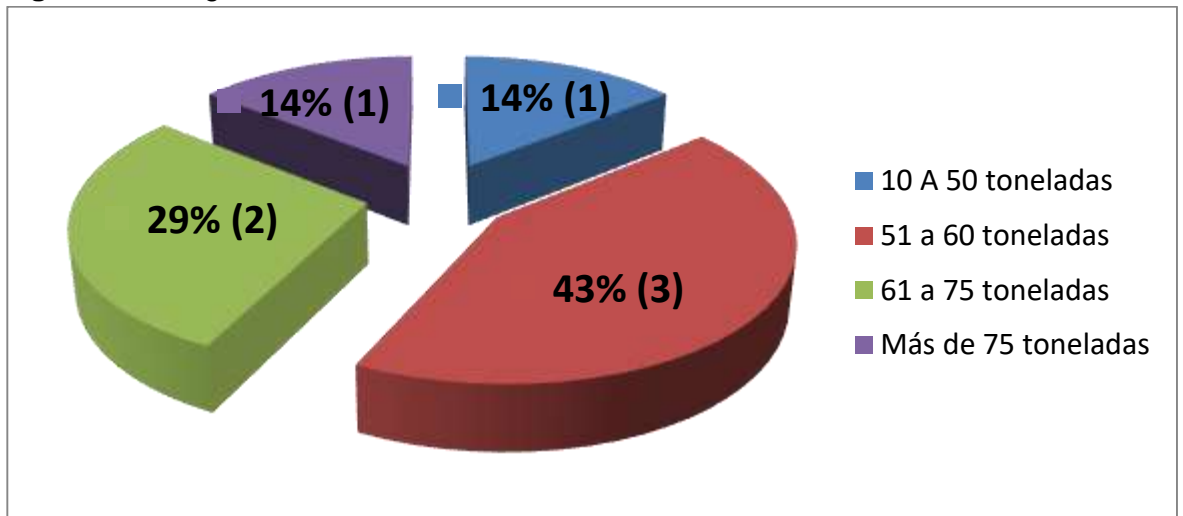


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.4. Rango de toneladas de maíz que compra Usted a sus proveedores

Según lo manifestado por los encuestados el 43% manifestaron que ellos compran a sus proveedores entre 51 a 60 toneladas, mientras el 29% realizan compras desde 61 a 75 toneladas por cada orden de compra, el 14% manifestó que la orden de compra va entre 10 a 50 toneladas. En resumen esta pregunta nos da a conocer el rango que cada comprador reciba de mercancía en cada compra o transacción que se origina desde el exterior. Ver figura 16.

Figura 16. Rango de toneladas

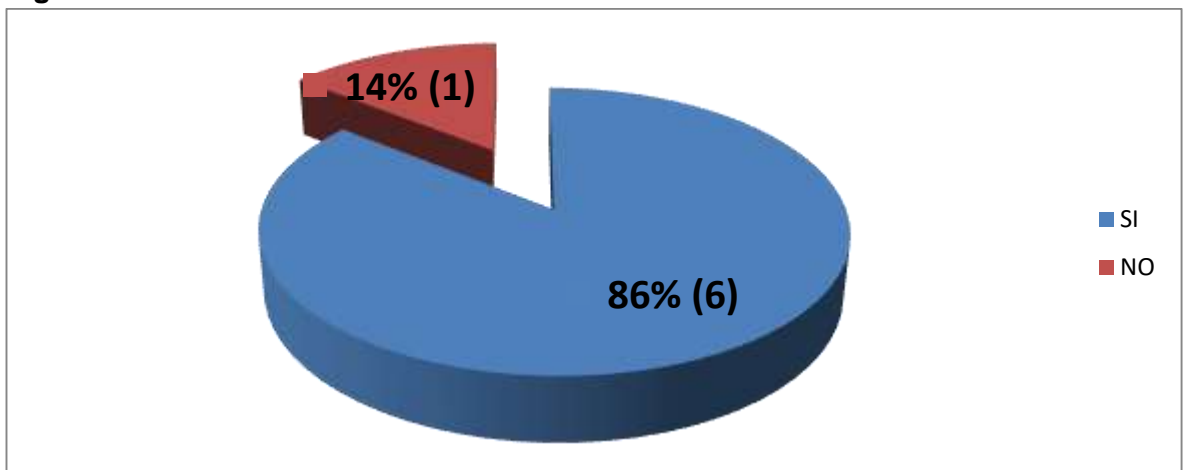


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.5. Permiso o licencia para exportar maíz

El 86% de los compradores exige a los proveedores licencia para exportar maíz mientras el 14% no le exige.

Figura 17. Permiso o licencia.

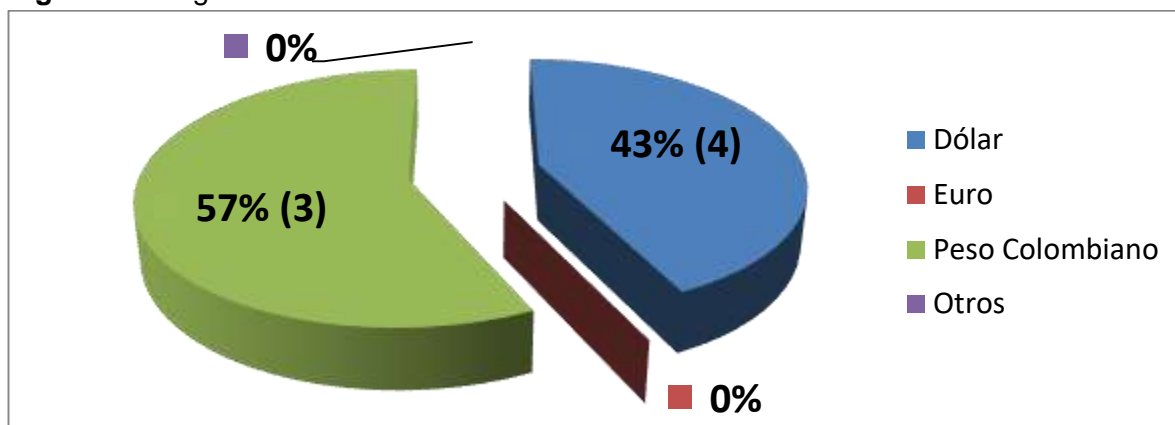


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.6. Régimen monetario

Según lo manifestado por los encuestados, el 57% realiza la respectiva transacción en peso colombiano, mientras el 43% lo realiza en dólares.

Figura 18. Régimen monetario.

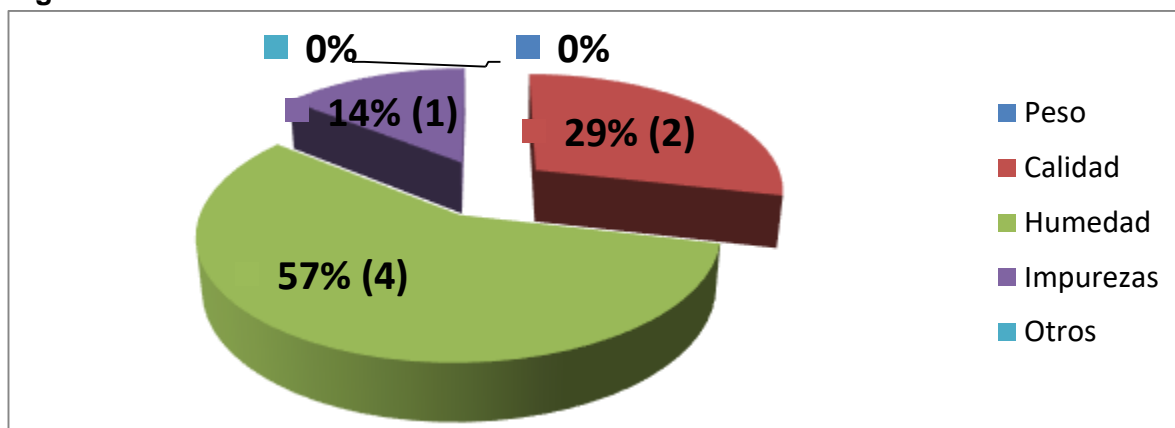


Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.7. Características antes de calificar el maíz

El 57% de los comerciantes consideran la humedad como principal objeto de calificación del maíz, el 29% considera la calidad mientras el 14% argumento que ellos prefieren observar las impurezas. Ver gráfico 19.

Figura 19. Características del maíz.



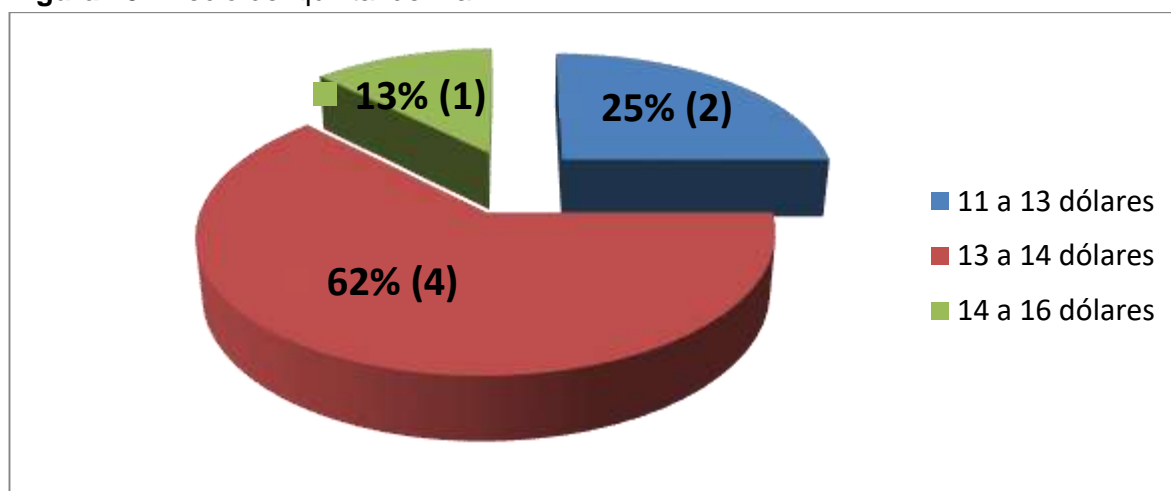
Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.2.8. Precio promedio del quintal de maíz

En relación a esta pregunta la cual se desea conocer el precio promedio por quintal de maíz el 62% se mantiene en rangos entre 13 a 14 dólares, mientras el 25% en rangos de 11 a 13 dólares, y el 13% de los compradores se mantienen entre rangos de 14 a 16 dólares, por cada quintal promedio de maíz.

Esta pregunta es de suma importancia para nuestra investigación ya que nos da a conocer el rango promedio de variación del maíz en dólares.

Figura 20. Precio del quintal de maíz



Fuente: Investigación
Elaborado: Autor

4.1.3. Estudio de factibilidad

4.1.3.1. Estudio de mercado

a. Análisis de la oferta y la demanda

Desde el año 2009 el Ecuador oferta en maíz 145.545 toneladas y tiene un crecimiento anual del 4% en incremento de toneladas.

Cuadro 4. Oferta

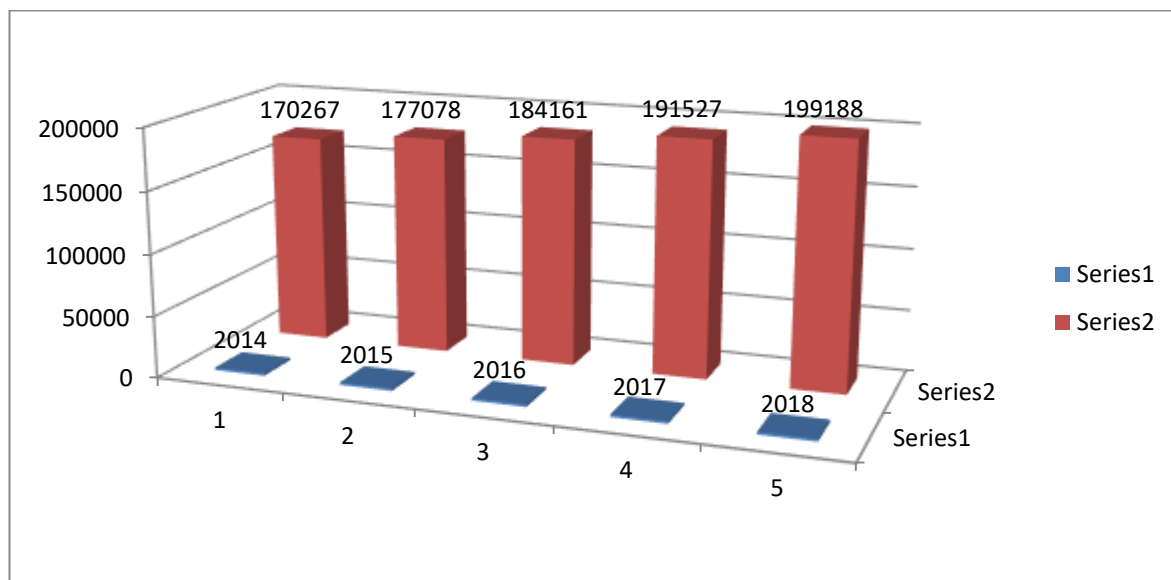
Año	Toneladas
2010	145.545
2011	151.367
2012	157.421
2013	163.718
2014	170.267

Fuente: Concejo consultivo del maíz
Elaborado: Autor

Proyección histórica de la oferta

Tal como lo detalla la figura 21 la oferta de maíz en el Ecuador tiene un crecimiento histórico hasta el 2018.

Figura 21. Proyección de la oferta



Fuente: Concejo consultivo del maíz
Elaborado: Autor

El Ecuador en el año 2014 oferta en toneladas de maíz de 170.267, según fuentes del concejo consultivo de maíz. El Ministerio de Agricultura de Colombia da detalles que existe una demanda de maíz en dicho país de 245.545 toneladas que son destinadas a la industria para la elaboración de productos con dicha gramínea, el incremento anual de toneladas es de 5%. Ver cuadro 5

Cuadro 5. Demanda

Año	Toneladas
2014	245.545
2015	257.822
2016	270.713
2017	284.249
2018	298.461

Fuente: Ministerio de Agricultura Colombia
Elaborado: Autor

Demanda insatisfecha

Cuadro 6. Demanda insatisfecha

Año	Oferta (\$)	Demanda (\$)	Demanda insatisfecha (\$)
2014	170.267	245.545	-75.278
2015	177.078	257.822	-80.745
2016	184.161	270.713	-86.553
2017	191.527	284.249	-92.722
2018	199.188	298.461	-99.273

Elaborado: Autor

Se prevé satisfacer el primer año de operaciones a una demanda insatisfecha de 75.278 toneladas de maíz y para el año quinto a una demanda de 99.273 toneladas.

b. Análisis de la oferta y de la demanda

Según las proyecciones de la oferta y la demanda, datos tomado del Concejo Consultivo del Maíz la oferta principal está destinada a mantenerse en inventario inicial, mientras el sector que más demanda de maíz es la industria por lo que las exportaciones a Colombia son pocas, esto da como referencia la importancia que tendrá dicho estudio y la gran rentabilidad para la Exportadora Hidrovo S.A al momento que inicie las exportaciones a Colombia.

c. Producto

Maíz duro amarillo

Figura 22. Maíz duro amarillo



Elaborado: Autor

d. Precio

Según fuente del Work Bank en Colombia el precio del maíz por tonelada se reflejó desde febrero en el siguiente valor (en peso colombiano) ver cuadro 5 y se refleja el precio en dólares ver cuadro 7.

Cuadro 7. Precio del maíz en Colombia (Peso)

Mes	Precio (\$)	Tasa de cambio (%)
feb. 2014	427.140,70	-
mar. 2014	449.366,70	5,20
abr. 2014	431.193,30	-4,04
may. 2014	415.895,30	-3,55
jun. 2014	382.531,50	-8,02
jul. 2014	338.728,10	-11,45

Fuente: Work Bank

Elaborado: Autor

Cuadro 8. Precio del maíz en Colombia (Dólares)

Mes	Precio (\$)	Tasa de cambio (/5)
feb. 2014	209,32	-
mar. 2014	222,33	6,22
abr. 2014	222,36	0,01
may. 2014	216,92	-2,45
jun. 2014	202,56	-6,62
jul. 2014	182,23	-10,04

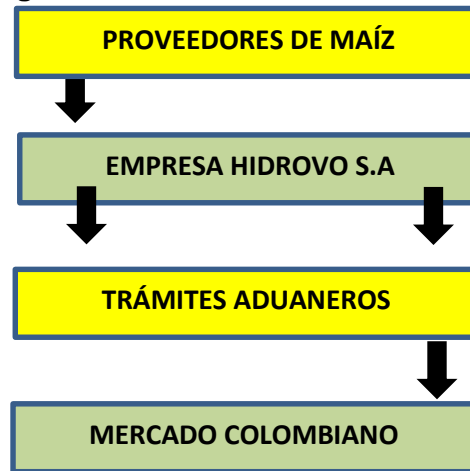
Fuente: Work Bank

Elaborado: Autor

e. Canales de comercialización

El maíz será recibido directamente de los proveedores agrícolas hasta el centro de acopio de la Empresa Hidrovo y está a la vez será exportado al mercado colombiano, cumpliendo con todos los trámites aduaneros estipulados en las leyes vigentes. Ver figura 23

Figura 23. Canales de comercialización



Elaborado: Autor

4.1.3.2. Estudio de mercado internacional

A continuación se detalla un estudio del mercado colombiano con las principales características económicas y tributarias.

a. Colombia

Figura 24. Mapa de Colombia



Elaborado: Autor

b. Consumo de maíz

(Universal, 2015), el total de maíz que Colombia debe importar desde otras naciones es de 400 mil toneladas para satisfacer las necesidades de la industria y de los principales consumidores del cereal, según datos del Ministerio de agricultura 107 mil toneladas consumen los colombianos es decir el 85% deben exportar.

c. Régimen de impuestos

Proexport.Colombia. En la República de Colombia existen dos tipos de impuestos a nivel nacional y regional, los impuestos están destinados a las personas naturales y jurídicas mismas que son regulados por cada departamento existente en Colombia, Se estudiarán todos los impuestos a fin que la empresa no caiga en vacíos legales por desconocer la normativa legal.

Cuadro 9. Régimen de impuestos

Impuesto	Definición	Tarifa
RENTA Y GANANCIA OCASIONAL	Gravas las utilidades derivadas a las operaciones ordinarias de las empresas. Este impuesto es ocasional y se deriva a las operaciones ordinarias.	Impuesto a la renta 25% Ganancia ocasional 10%
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA PARA LA EQUIDAD	Impuesto de carácter nacional, consiste en un aporte de las personas jurídicas en beneficio a los trabajadores	9% hasta el 2015 y 8 % a partir del 2016
IMPUESTOS AL CONSUMO	Grava a los sectores de vehículos, telecomunicaciones, comidas y bebidas.	4 %, 8% y 16%
IMPUESTOS A LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS	Impuesto enfocados al retiro de fondos de cuentas corrientes, ahorros y cheques de gerencia.	0.4% por cada operación
IMPUESTOS DE	Aplicado a las actividades	Entre 0.2% y

INDUSTRIA Y COMERCIO	industriales, comerciales o servicios que se emplea en una jurisdicción municipal.	1.4%
IMPUESTOS PRESIALES	Grava anualmente el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien inmueble localizado en Colombia.	Entre 0.3% a 3.3%

Fuente: Proexport.Colombia.

Elaborado: Autor

d. Industrialización

El maíz en la actualidad se ha convertido en una gramínea de suma importancia ya que en el Ecuador y Colombia se ha convertido en una materia prima que es utilizado en la industria para la elaboración de productos tales como: harina para el consumo humano entre otras.

Figura 25. Industrialización



Elaborado: Autor

e. Ventaja competitiva

El clima de Ecuador se convierte en una gran ventaja competitiva ya que en la actualidad en las provincias de la costas tales como Guayas, Manabí, Los Ríos, dicha gramínea contiene gran cantidad de minerales, proteínas mismo que es requerida por varias industrias a nivel internacional entre ella el mercado Colombiano.

f. Empresas importadoras de maíz a Colombia

En la actualidad existen empresas que importan maíz a Colombia, convirtiéndose en competencia directa para la Exportadora Hidrovo S.A, las mismas que son:

- Agribrandas Purina de Colombia
- Avidesa
- Mc Pollo S,A
- Carbone Rodriguez
- Itacol S.A
- Solla S.A y Carabastos

g. Contactos para agilizar la exportación de maíz desde el Ecuador hacia Colombia

En el Ecuador existen las siguientes empresas que facilitarían el proceso de exportación en lo que respecta la documentación aduanera:

Fedexpor

Proexport, Corpei

Cámara de Comercio e industrias Ecuador- Colombia

Ministerio de comercio exterior industrias y pesca

Ministerio de Agricultura

4.1.3.3. Estudio técnico

a. Localización del proyecto

Macro localización

El presente estudio se localizará en la Provincia del Guayas ubicado en el Estado ecuatoriano y pretende exportar maíz a la Republica de Colombia.

Figura 26. Macro localización



Elaborado: Autor

Micro localización

La empresa se ubica en la en la parroquia El Rosario, cantón El Empalme, provincia del Guayas en las dependencias de la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” misma que se encuentra ubicada en la Vía Manta-Quevedo, se ubica en la zona norte de la provincia en mención, es considerada como una zona netamente agrícola el producto que más se cosecha es el maíz.

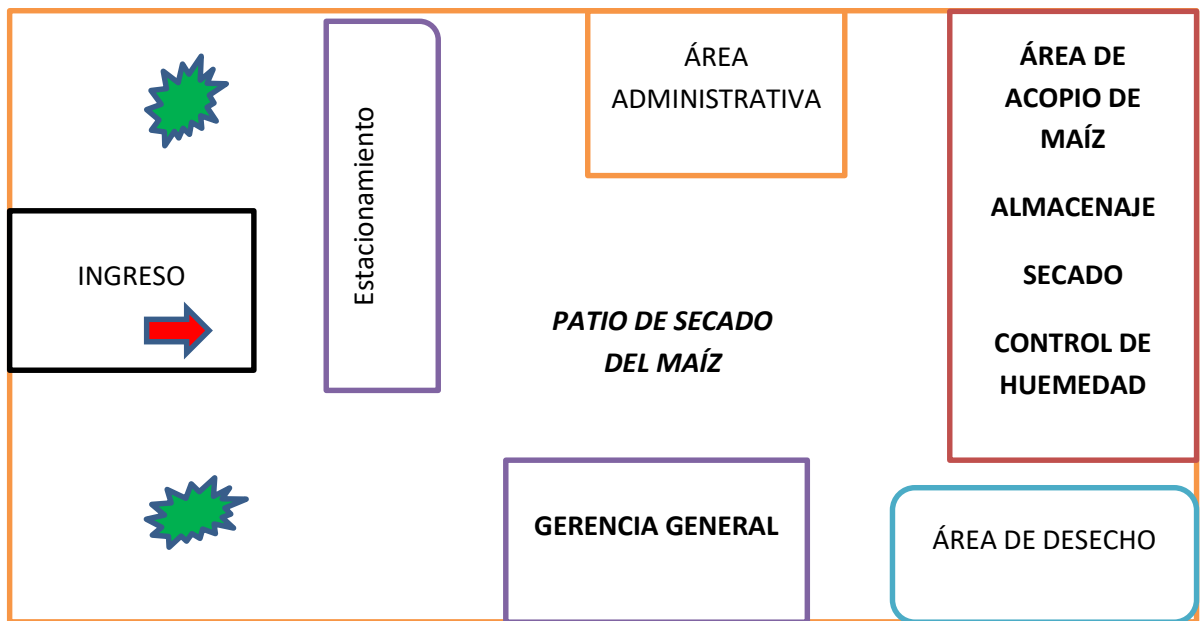
b. Terreno

La empresa cuenta con 600 metros cuadrado que son de propiedad, tienen un costo de 30 dólares el metro cuadrado según el avalúo municipal, dando un total de \$ 18.000 dólares en terreno.

c. Construcciones

La empresa cuenta con un porcentaje de construcciones de \$63.852 dólares misma que contiene el porcentaje de avalúo de plantas, oficina, áreas de desecho, almacenera, áreas verdes. El área total es de 52x 20 m2

Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA”



Elaborado: Autor

A continuación se detallan las funciones de las principales áreas que componen la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA”

Gerencia General.- Es el encargado de llevar las operaciones de control, planificación de la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA”, es el responsable de vigilar que todos los procesos administrativos se cumplan a cabalidad.

Área administrativa.- Es responsable del área administrativa de la Exportadora Hidrovo “EXPHIMUSA” por lo que manejan la documentación, control de inventarios, soportes contables y todo lo pertinente al área financiera.

Área de desecho.- Esta área se encarga de la recepción de todos los desechos que se efectuaran por la gramínea a fin de darle un uso como materia prima.

Área de almacenaje.- Se encarga del stop y almacenaje de las toneladas de maíz a fin de llevar un control de inventario.

Área de secado.- Vigila que la gramínea pase todos los procesos de secado pertinente a fin de que sean entregado a los clientes totalmente secado sin humedad.

Área de control de calidad.- Esta área vigila cada proceso a fin que se cumpla todos los estándares de calidad que el sistema internacional exige.

Área de control de humedad.- Vigila rigurosamente que la gramínea no presente índices de humedad y certifique a fin de que los compradores de maíz presenten inconformidad al momento de recibir el producto.

d. Vehículo

Se adquirirá un vehículo para el traslado del personal, misma que será un Camioneta Dimax 4 x4 sencilla que tiene un valor en el mercado de \$ 15.400.

e. Proceso de comercialización y exportación de maíz.

Se procederá a seguir el siguiente proceso de comercialización y exportación de maíz hacia Colombia.



4.1.3.4. Base legal

a. Tratamiento arancelario y comercialización

A continuación se detallan los procedimientos que se debe seguir para importar productos desde Colombia, según detalla la Aduana de la Republica de Colombia.

Ubicación de las principales pociones arancelarias

Localizar la posición arancelaria

Tener acceso a los aranceles

Determinar posiciones arancelarias.

Se debe idéntica el producto para conocer los procesos arancelarios a seguir por lo que se debe establecer los siguientes pasos:

Verificación de la posición arancelaria del producto

Consultar las circulares 077 de 2002

b. Régimen legal de Ecuador

En lo que respecta al Ecuador la Empresa debe seguir todo lo establecido en las leyes vigente por lo que los procesos de exportación están regulados por el Código Orgánico de la Producción donde establece los procedimientos arancelarios y tributarios.

4.1.3.5. Estudio Económico

A continuación se detallan cada uno de los rubros económicos que tiene la empresa en lo que respecta a las inversiones en activos totales y el financiamiento que requiere el presente proyecto de factibilidad para exportar maíz a Colombia.

a. Activos Fijos

Terrenos

Cuadro 10. Terrenos

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Terreno	m2	600,00	30,00	18.000,00
Sub Total				18.000,00
Imprevistos 2%				360,00
TOTAL USD				18.360,00

Elaborado: Autor

Tal como nos indica el cuadro 10 el total de terreno que posee la empresa es de \$ 18.360,00, mismos que son de propiedad de la empresa y son considerados como parte del activo fijo de la misma.

Construcciones

El total de construcciones que posee la empresa es de \$ 63.852 dólares incluyendo cada una de las áreas de trabajo, misma que son plantas, oficinas, área de desecho, almacenera y áreas verdes, el total de las construcciones son considerada como parte del activo fijo total de la empresa Ver cuadro 11.

Cuadro 11. Construcciones

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor total (\$)
Planta	m2	200,00	145,00	29.000,00
Oficinas	m2	50,00	144,00	7.200,00
Área de desecho	m2	40,00	150,00	6.000,00
Almacenera	m2	130,00	150,00	195.000,00
Áreas verdes	m2	90,00	10,00	900,00
SUB TOTAL				62.600,00
Imprevistos 2%				1.252,00
TOTAL USD				63.852,00

Elaborado: Autor

Vehículo

Cuadro 12. Vehículo

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Camioneta	Unidad	1	15.400,00	15.400,00
Dimax 4x2				
Sencilla				
TOTAL USD				15.400,00

Elaborado: Autor

Se adquirirá un vehículo para uso de la empresa valorado el \$ 15.400 dólares mismo que servirá para el traslado del personal, se recomienda comprar una camioneta sencilla Dimax 4X4.

Maquinarias y equipos

Tal como nos indica el cuadro 13, la empresa tiene un total de \$24.990 dólares en maquinarias y equipos.

Cuadro 13. Maquinarias y equipos

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Limpiadora	Unidad	1	9.000,00	9.000,00
Secadora	Unidad	1	8.000,00	8.000,00
Recolectora	Unidad	1	1.900,00	1.900,00
Básculas	Unidad	1	5.000,00	5.000,00
Balanzas	Unidad	4	150,00	600,00
Subtotal				24.500,00
Imprevistos 2%				490,00
TOTAL USD				24.990,00

Elaborado: Autor

Equipos de oficina

Cuadro 14. Equipos de oficina.

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Teléfono Fax	Unidad	1	25,00	25,00
Sumadora Casio	Unidad	3	180,00	540,00
Subtotal				565,00
Imprevistos 2%				11,30
TOTAL USD				576,30

Elaborado: Autor

El total de equipos de oficina de la empresa asciende a \$ 576,30 dólares. Valores que son considerados como parte del activo fijo de la empresa, estos rubros equivalen a teléfono y sumadora.

Equipos de computación

Cuadro 15. Equipos de computación.

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Computadoras	Unidad.	2	850,00	1.700,00
Impresora HP	Unidad	1	200,00	200,00
Subtotal				1.900,00
Imprevistos 2%				38,00
TOTAL USD				1.938,00

Elaborado: Autor

Tal como nos indica el cuadro 15 el total de equipos de computación que posee la empresa es de \$ 1.938,00 dólares.

Muebles y enseres

Cuadro 16. Muebles y enseres.

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Escritorios	Unidad.	2	175,00	350,00

Silla giratoria	Unidad.	2	200,00	400,00
Archivador	Unidad.	2	100,00	200,00
Sillón Bi Personal	Unidad.	1	50,00	50,00
Sillas apilables	Unidad.	10	18,00	180,00
Basureros	Unidad.	4	3,00	12,00
Papeleras	Unidad.	4	3,00	12,00
Sub Total				1.204,00
Imprevistos 2%				24,08
TOTALUSD				1.228,08

Elaborado: Autor

El total de muebles y enseres de la empresa es de \$ 1.228,00 dólares incluyendo cada uno de los enseres que son de uso de la oficina. Ver cuadro 16.

b. Activos diferidos

Cuadro 17. Activos diferidos.

Descripción	Valor total (\$)
Constitución legal	1.400,00
Registro Sanitario	500,00
Marcas y Patentes	280,00
Estudios y diseños	1.800,00
Sub Total	3.980,00
Imprevistos 2%	79,60
TOTAL USD	4.059,60

Elaborado: Autor

El total de activos diferidos de la empresa es de \$ 4.059,60 dólares mismos que incluyen la constitución legal, registro sanitario, marcas y patentes y los diseños. Ver cuadro 17.

c. Inversión total

Cuadro 18. Inversión total.

Descripción	Total (\$)
Activos Fijos Tangibles	126.344,38
Activos Fijos Intangibles	4.059,60
capital de Trabajo	9.378,93
INVERSIÓN TOTAL USD	139.782,91

Elaborado: Autor

El total de la inversión de dicho proyecto es de \$ 139.782,91 dólares mismos que incluyen los activos fijos tangibles, intangibles y el capital de trabajo.

d. Capital de trabajo

Materia prima

A continuación se refleja los costos que la empresa requerirá en materia prima misma que es el maíz.

Cuadro 19. Materia prima.

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Maíz amarillo	TM	500,00	132,00	66.000,00
Sub Total				66.000,00
Imprevistos 2%				1.320,00
TOTAL USD				67.320,00

Elaborado: Autor

La empresa cuenta con un valor total de 67.320,00 dólares en materia prima misma que consiste en maíz amarillo, que será adquirido por los vendedores de esta gramínea de la localidad.

Mano de obra directa

Cuadro 20. Mano de obra directa.

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Descarga del Producto	Jornaleros	3	240,00	720,00
Limpiado y Secado	Jornaleros	3	240,00	720,00
Embalado y sellado	Jornaleros	2	240,00	480,00
Sub Total				1.920,00
Imprevistos 2%				38,40
TOTAL USD				1.958,40

Elaborado: Autor

La empresa invierte en mano de obra directa un total de \$ 1.958,40 dólares.

Insumos

Cuadro 21. Insumos

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor total (\$)
Combustible	Galones	1700	1,50	2.550,00
Energía Eléctrica	Kw/ Hora	10000	0,12	1.200,00
Consumos agua potable	m3	2400	0,55	1.320,00
Materiales de limpieza	1	1	50,00	50,00
Sub Total				5.120,00
imprevistos 2%				102,40
TOTAL USD			52,17	5.222,40

Elaborado: Autor

El total de insumos de la empresa asciende a \$ 5.222,40 incluyendo gastos en combustibles, energía eléctrica, agua potable, materiales de limpieza, todos estos productos serán utilizados para las operaciones de las áreas.

Mano de obra indirecta

El total de mano de obra indirecta es de 7.344,00 dólares, mismo que incluye el salario del jefe de planta. Ver cuadro 22.

Cuadro 22. Mano de obra indirecta

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unit (\$)	Valor Total (\$)
Jefe de planta	Profesional	1	600,00	7.200,00
Sub total				7.200,00
Imprevistos				144,00
Total				7.344,00

Elaborado: Autor

Materiales indirectos

El total de materiales indirectos en la empresa asciende a un total de \$ 2.223,60 dólares. Ver cuadro 23.

Cuadro 23. Materiales indirectos

Descripción	Unidad medida	Cantidad	V. Unit (\$)	V. Total (\$)
Sacos de polipropileno	Unidades	11.000	0,18	1.980,00
Carretes de Piola	Rollos	100	2,00	200,00
Sub TOTAL				2.180,00
Imprevistos 2%				43,60
TOTAL USD				2.223,60

Elaborado: Autor

Mantenimiento y reparación

La empresa posee un total de gasto en mantenimiento y reparación anual de \$ 4.026,96 dólares mismos que incluyen las construcciones, vehículos, maquinarias y equipos, equipos de oficina, computación, muebles y enseres. Ver cuadro 24.

Cuadro 24. Mantenimiento y reparación

Descripción	Valor (\$)	%	Valor Unitario (\$)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Construcciones	63.852,00	0,02	1.277,04	100,00	1.200,00
Vehículo	15.400,00	0,05	770,00	70,00	840,00
Maquinarias y equipo	24.990,00	0,02	499,80	45,00	540,00
Equipos de oficina	576,30	0,02	11.526,00	55,00	660,00
Equipo de computación	1.938,00	0,02	38,76	45,00	540,00
Muebles y enseres	1.228,08	0,02	24.562,00	14,00	168,00

Sub Total					3.948,00
Imprevistos 2%					78,96
TOTAL USD					4.026,96

Elaborado: Autor

e. Gastos administrativos

Tal como nos detalla el cuadro 25, nos indica el total de gastos administrativos que incurren en la empresa incluyendo el salario mensual del gerente general, secretaria contadora, limpieza y gastos generales como consumos de agua potable, teléfono, internet y suministros de oficina estos gastos ascienden a \$ 14.577,84

Cuadro 25. Gastos administrativos

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
G. Administrativos	Mensual	1			
Gerente General	Mensual	1	600,00	600,00	7.200,00
Secretaria Contadora	Mensual	1	340,00	340,00	4.080,00
Limpieza	Mensual	1	100,00	100,00	1.200,00
G. Generales					
Consumo Energía Eléctrica	Mensual	1	16,00	16,00	192,00
Consumo agua potable	Mensual	1	12,00	12,00	144,00
Consumo Teléfono	Mensual	1	45,00	45,00	540,00
Internet	Mensual	1	24,00	24,00	288,00
Suministros de oficina	Mensual	1	24,00	24,00	288,00
Materiales de limpieza	Mensual	1	30,00	30,00	360,00
Sub Total					14.292,00
Imprevistos 2%					285,84
TOTAL USD					14.577,84

Elaborado: Autor

f. Gastos de ventas

Cuadro 26. Gastos de ventas

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Pago Flete	Mensual	1	600,00	600,00	7.200,00
Pago agente afianzado	Mensual	1	50,00	50,00	600,00
Pago Tramite	Mensual	1	40,00	40,00	480,00
Aporte CORPEI	Mensual	1	116,70	116,70	1.400,40
Sub Total					9.680,40
Imprevistos					193,61
TOTAL USD					9.874,01

Elaborado: Autor

Tal como nos indica el cuadro 26 el total de gastos de ventas es de \$ 9.874,01 valores que incluyen pagos como: tramite, aporte a la CORPEI, fletes entre otros.

g. Gastos financieros

El total de los gastos financieros de la empresa es de \$ 5.153,87 valores que corresponden al pago de intereses del préstamo para adquirir una camioneta para la empresa. Ver cuadro 27.

Cuadro 27. Gastos financieros

Descripción	Costo total (\$)
Interés por préstamo	5.153,87
TOTAL USD	5.153,87

Elaborado: Autor

h. Resumen de capital de trabajo

El capital de trabajo anual de la empresa es de \$ 112.547,21 incluyendo todo los rubros de mano de obra directa, materiales indirectos, materia prima, mano de obra indirecta, materiales y reparación, insumos, gastos administrativos y generales dando valores mensuales de \$ 9.378,93 dólares. Ver cuadro 28.

Cuadro 28. Resumen de capital de trabajo

Descripción	Valor Anual (\$)	Valor mensual(\$)
Mano de Obra Directa	1.958,40	163,20
Materiales Indirectos	2.223,60	185,30
Materia Prima	6.7320,00	5.610,00
Mano de Obra indirecta	7.344,00	612,00
Mantenimiento y Reparación	4.026,96	335,58
Insumos	5.222,40	435,20
Gastos administrativos y generales	14.577,84	1214,82
Gastos de ventas	9.874,01	822,83
TOTAL	112.547,21	9378,93

Elaborado: Autor

i. Financiamiento

Se financiara la compra de un vehículo mediante un préstamo a una institución financiera de la localidad, con un total de \$ 15.400 dólares para su adquisición. Ver cuadro 29.

Cuadro 29. Financiamiento

Concepto	Valor (\$)	Préstamo	TOTAL	Recurso Propio	Préstamo
Terreno	18.360,00	NO		X	
Construcciones	63.852,00	NO		X	
Vehículo	15.400,00	SI	100%		X
Maquinaria y equipo	24.990,00	NO		X	
Equipo de oficina	576,30	NO		X	
Equipo de computación	1.938,00	NO		X	
Muebles y enseres	1.228,80	NO		X	
Activos fijos Intangibles	4.059,60	NO		X	
capital de Trabajo	9.378,93	NO		X	

Elaborado: Autor

j. Costos e ingresos del proyecto

Depreciación y amortización

El total de la depreciación de los activos fijos ascienden a 9.649,28 dólares mientras la amortización de los activos diferidos a \$ 811,92. Ver cuadro 30.

Cuadro 30. Depreciación y amortización.

Depreciación Línea Recta	Inversión (\$)	Vida Útil	%	Valor Total (\$)
Construcciones	63.852,00	20	5%	3.192,60
Vehículo	15.400,00	5	20%	3.080,00
Maquinaria y Equipos	24.990,00	10	10%	2.499,00
Equipo de oficina	576,30	5	20%	115,26
Equipos de computación	1.938,00	3	33%	639,54
Muebles y Enseres	1.228,80	10	10%	122,88
TOTAL DEPRECIACIÓN				9.649,28
AMORTIZACION	4.059,60	5		811,92
TOTAL				10.461,20

Elaborado: Autor

k. Proyección de costos

El total de los costos proyectados ascienden en el primer año a 124.039,18 dólares incluyendo todos los rubros como mano de obra directa, materiales indirectos, materia prima, insumos, mano de obra indirecta, materiales y reparación, depreciaciones y amortizaciones, para el año 5 este valor ascienden a 135.607,20. Ver cuadro 31.

Cuadro 31. Proyección de costos

COSTOS DIRECTOS	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
Mano de Obra directa	1.958,40	1.997,57	2.037,52	2.078,27	2.119,84
Materiales indirectos	2.223,60	2.268,07	2.313,43	2.359,70	2.406,90
Materia Prima	67.320,00	68.666,40	70.039,73	71.440,52	72.869,33
Insumos	5.222,40	5.326,85	5.433,38	5.542,05	5.652,89
Mano de obra	7.344,00	9.649,28	9.842,27	10.039,11	10.239,89

indirecta					
Mantenimiento y Reparación	4.026,96	4.107,50	4.189,65	4.273,44	4.358,91
Depreciación	9.649,28	9.649,28	9.649,28	9.649,28	9.649,28
Amortización	811,92	811,92	811,92	811,92	811,92
Gastos administrativos	14.577,84	14.869,40	15.166,78	15.470,12	15.779,52
Gastos de ventas	9.874,01	10.071,49	10.272,92	10.478,38	10.687,94
Gastos financieros	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77
TOTAL USD	124.039,18	128.448,53	130.787,66	133.173,57	135.607,20

Elaborado: Autor

I. Clasificación de los costos

Tal como nos indica el cuadro 30, los costos fijos y variables se proyectan a cinco años, para el primer año los costos fijos ascienden a 47.314,78, mientras que los costos variables alcanzan un porcentaje de 124.039,18 dólares.

Cuadro 32. Costos fijos y variables

COSTOS FIJOS	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
Depreciaciones	9.649,28	9.649,28	9.649,28	9.649,28	9.649,28
Amortizaciones	811,92	811,92	811,92	811,92	811,92
Gastos Administrativos	14.577,84	14.869,40	15.166,78	15.470,12	15.779,52
Gastos de Ventas	9.874,01	10.071,49	10.272,92	10.478,38	10.687,94
Gastos Financieros	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77
Mantenimiento y Reparación	4.026,96	4.107,50	4.189,65	4.273,44	4.358,91
Mano de Obra indirecta	7.344,00	9.649,28	9.842,27	10.039,11	10.239,89
TOTAL COSTOS FIJOS	47.314,78	50.189,64	50.963,59	51.753,02	52.558,24
COSTOS VARIABLES	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
Mano de obra directa	1.958,40	1.997,57	2.037,52	2.078,27	2.119,84
Materiales indirectos	2.223,60	2.268,07	2.313,43	2.359,70	2.406,90
Materia Prima	67.320,00	68.666,40	70.039,73	71.440,52	72.869,33
Insumos	5.222,40	5.326,85	5.433,38	5.542,05	5.652,89
TOTAL VARIABLES	76.724,40	78.258,89	79.824,07	81.420,55	83.048,96
COSTO TOTAL USD	124.039,18	128.448,53	130.787,66	133.173,57	135.607,20

Elaborado: Autor

m. Proyección de los ingresos

Los ingresos se proyecta para cinco años para el año 1 se alcanzan ingresos de 176.000 dólares esa cantidad sube anualmente un 6% considerando que es el porcentaje de la inflación en Colombia.

Cuadro 33. Proyección de ingresos

Descripción	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
MAIZ TM	500,00	530,00	562,00	596,00	631,00
PRECIO DE VENTA	352,00	355,52	359,04	362,56	366,08
INGRESOS ANUALES VTA MAIZ USD	176.000,00	188.425,60	201.708,67	215.907,38	231.083,78

Elaborado: Autor

4.1.3.6. Evaluación financiera

a. Estado de situación inicial

Tal como nos indica el cuadro 32 el total de activos que tiene la empresa es de 139.783,63 mientras el capital es de 119.229,76 esto nos da a entender que la empresa tiene liquidez y es rentable para iniciar procesos de exportaciones a Colombia es decir los activos garantizan en caso de una eventualidad financiera.

Cuadro 34. Estado de situación inicial

ACTIVOS	(\$)	PASIVOS	(\$)
Corriente		Pasivo a largo plazo	
Caja / Bancos	9.378,93	Préstamo bancario	15.400,00
Total activo corriente	9.378,93	Intereses por pagar	5.153,87
		Total pasivo largo p	20.553,87
Fijos			
Terreno	18.360,00	TOTAL PASIVO	20.553,87
Construcciones	63.852,00	Patrimonio	
Vehículo	15.400,00	CAPITAL	119.229,76
Máquinas y Equipos	24.990,00		
Equipos de oficina	576,30		
Equipos de computación	1.938,00		
Muebles y Enseres	1.228,80		
Total activo fijos	126.345,10		
Total activo diferido	4.059,60		
TOTAL ACTIVOS	139.783,63	TOTAL PASIVO+ CAPITAL	139.783,63

Elaborado: Autor

b. Estado de resultado proyectado

La utilidad neta de la empresa es de 95.954,83 dólares, para el año cinco es de 129.785,78 esto demuestra que la empresa tiene una gran utilidad para enfrentar eventualidades financieras. Ver cuadro 35.

Cuadro 35. Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
+ Ingresos	176.000,00	188.425,60	201.708,67	215.907,38	231.083,78
(-) Costo de Ventas	9.874,01	10.071,49	10.272,92	10.478,38	10.687,94
= UTILIDAD BRUTA	166.125,99	178.354,11	191.435,75	205.429,00	220.395,84
- Gastos Administrativos	14.577,84	14.869,40	15.166,78	15.470,12	15.779,52
= UTILIDAD OPERACIONAL	151.548,15	163.484,72	176.268,97	189.958,88	204.616,32
- Gastos financieros	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77
= UTILIDAD ANTES REPARTO UTILIDADES	150.517,38	162.453,94	175.238,20	188.928,11	203.585,54
- 15% Trabajadores	22.577,61	24.368,09	26.285,73	28.339,22	30.537,83
= UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	1270.939,77	138.085,85	148.952,47	160.588,89	173.047,71
- 25% Impuesto Renta	31.984,94	34.521,46	37.238,12	40.147,22	43.261,93
=UTILIDAD NETA	95.954,83	103.564,39	111.714,35	120.441,67	129.785,78

Elaborado: Autor

c. Flujo de caja

Cuadro 36. Flujo de caja del inversionista

INGRESOS OPERATIVOS	AÑO 0 (\$)	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)	TOTAL (\$)
Venta de maíz		176.000,00	188.425,60	201.708,67	215.907,38	231.083,78	101.312,40
Total ingresos operativos	0	176.000,00	188.425,60	201.708,67	215.907,38	231.083,78	
Egresos operativos							
Inversión inicial	139.782,91						
Costos variables		76.724,40	78.258,89	79.824,07	81.420,55	83.048,96	
Participación de empleados		22.577,61	24.368,09	26.285,73	28.339,22	30.537,83	0.00
Impuesto a la renta		31.984,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		131.286,95	102.626,98	106.109,80	109.759,76	113.586,79	
Total flujo operativo		44.713,05	85.798,62	95.598,88	106.147,62	117.496,99	
Flujo caja de financiamiento							
Ingresos no operativos		0	0	0	0	0	
Préstamos bancarios	15.400,00	0	0	0	0	0	
Total ingresos no operativos	15.400,00	0	0	0	0	0	
Egresos no operativos	0						
Pago de capital		3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	15.400,00
Pago de interés		1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77	1.030,77	5.153,85
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	4.110,77	4.110,77	4.110,77	4.110,77	4.110,77	20.553,85
FLUJO DE CAJA NETO	-139.728,91	40.602,28	81.687,85	91.488,11	102.035,85	113.386,22	

Elaborado: Autor

d. Valor actual neto

Flujo de caja para el cálculo del VAN

Cuadro 37. Flujo de caja para el cálculo del VAN

Años	FLUJO DE CAJA (\$)
0	-139.782,91
1	40.602,28
2	81.687,85
3	91.488,11
4	102.036,85
5	113.389,22

Elaborado: Autor

Formula

$$VAN = \frac{FN 1}{(1+i)^1} + \frac{FN 2}{(1+i)^2} + \frac{FN 3}{(1+i)^3} + \frac{FN 4}{(1+i)^4} + \frac{FN 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = 71.446,04$$

El valor actual neto demuestra que es factible invertir en un proyecto para exportar maíz a Colombia, lo que significa que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiado totalmente con fondos ajenos.

e. Tasa interna de descuento

La tasa de descuento que se utilizó para los cálculos económicos y financieros se los obtuvo de la siguiente formula:

$$TD = \text{Tasa de Interés Real (Ir)} + \text{Tasa de inflación (f)} + (ir * f)$$

Tasa de interés Real = **8.17%**

Tasa estimada para el año 2014: **4.16 %**

Aplicando la formula tenemos:

$$\mathbf{TD = 8.17 + 4.16 + (4.16 * 4.16)}$$

$$\mathbf{TD = TMAR = 29.63\%}$$

f. Tasa interna de retorno

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se aplicó la siguiente formula:

$$TIR = (trs - tri) + \left[\frac{VAN s}{VAN s - VAN i} \right]$$

TIR = 43%

Según el TIR calculado, el proyecto tendrá una rentabilidad del 43%, superando la exigida por el mercado actual (29.63%)

g. Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplicó la siguiente formula:

$$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

Datos

Costo Fijo: 47.314,78

Precio de venta: 325

Costo de venta unitario: 250

$$\text{PEQ (unidades)} = \frac{47.314.78}{325 - 250}$$

$$\text{PEQ} = 473$$

La información del punto de equilibrio da a conocer que la empresa necesita vender mensualmente 473 toneladas mínimas para mantener un equilibrio monetario.

Se obtiene la información en términos monetarios para conocer el porcentaje que se debe mantener para no generar pérdidas ni ganancias.

$$PEV(\text{valores}) = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

Reemplazando la fórmula tenemos:

$$\text{PEV (Valores)} = \frac{47.314.78}{1 - \frac{250}{325}}$$

$$\text{P.E.V} = 165.601,73$$

La empresa debe disponer una venta de 165.601,73 dólares para generar un equilibrio monetario que no genere ni ganancias ni pérdidas.

4.2. Discusión

Una vez que se efectuó el análisis de mercado se conoció la oferta de maíz en toneladas y la demanda insatisfecha al cual un plan de exportación cubrirá una vez que inicie las operaciones mercantiles hacia Colombia, cabe resaltar que existe la factibilidad en el mercado Colombiano para recibir toneladas de maíz en granos desde la Exportadora Hidrovo S.A, lo que coincide con lo manifestado por **Bonta (2010)**, que la investigación de mercado es el proceso de recopilación de proceso y análisis de información, respecto a temas relacionados con mercadotecnia, como clientes competidores y el mercado.

El Ecuador en el año 2014 oferta 170.267 toneladas de maíz, mientras existe una demanda en Colombia de 245.545 toneladas por lo que se estaría cubriendo una alta demanda de maíz de manera especial destinada al sector industria, se coincide con lo manifestado por **Kloter (2008)** que la demanda es la voluntad y capacidad de un individuo o consumidor para adquirir un bien o servicio en un periodo de tiempo y lugar determinado, por lo que dicho proceso de exportación de dicha gramínea desde la Exportadora Hidrovo se convertirá en una gran oportunidad para la industria colombiana.

La Exportadora Hidrovo seguirá todos los procesos legales que exige la normativa actual por lo que se seguirá un plan de exportación riguroso tal como lo exige la ley, se sigue los procesos manifestado por **Exports, Ecuador (2014)** que un plan de exportación es un documento que muestra las estrategias de mercado para exportar un producto hacia un determinado lugar. El plan de exportación debe reflejar datos relevantes como lugar a exportar, impuestos, y todo lo concerniente a la moneda para determinar la oferta y la demanda existente.

Se efectuó un estudio técnico donde se determinó el proceso directo de exportación que se realizará una vez que se inicie las operaciones comerciales estableciendo los materiales directos e indirectos que se necesitan para el efecto, en la presente investigación el estudio técnico ayudo a establecer el

proceso de comercialización y venta de maíz, se coincide con **Cotrina (2012)** quien define al estudio técnico como la parte operativa de una investigación donde da a conocer todos los procedimientos técnicos que se debe seguir para llevar a cabo un plan de negocios o plan estratégico. El estudio técnico define los procesos estratégicos y tecnológicos la cual el inversionista debe adquirir para llevar a cabo dicho negocio.

Se cuenta con la factibilidad para exportar maíz a Colombia, el estudio financiero determinó que el valor actual neto es de 71.446,04 y la tasa interna de retorno supero a la exigida por el mercado actual determinado que dicha inversión será una gran rentabilidad para los propietarios de la empresa, ya que se estableció el capital operativo para iniciar las operaciones, se coincide con **Flores (2010)** quien manifiesta que el capital constituyen el plan de negocios como maquinarias, instalaciones, terrenos y otros datos que constituyen la producción al consumo. El capital de una empresa refleja la magnitud o el tamaño del negocio donde se da a conocer que rubros se necesitan para iniciar las operaciones.

Una vez que se diseñe el plan de exportación de maíz desde Colombia para la Exportadora Hidrovo S.A dicha empresa tendrá una gran rentabilidad para la misma, por lo que la hipótesis planteada **“La exportación de maíz en grano a Colombia permitirá determinar la rentabilidad del proyecto”**

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se determinó la oferta y la demanda de maíz que existe dentro del mercado Colombiano, siguiendo un estudio minucioso de todo el proceso arancelario y de exportación que rige en ambos estados, por lo que se analizó que en Colombia existe una gran demanda de empresas que importan maíz para satisfacer a mercados que necesitan de este producto para materia prima, el sector que más demanda de maíz es la industria.
- Colombia es un país que importa maíz desde Ecuador desde muchos años atrás, por lo que existe una gran cantidad de empresas que necesitan de esta gramínea como materia prima, según datos del concejo consultivo del maíz, la capacidad de exportación de maíz en la oferta estimada es de 63.395 TM, por lo que el índice de exportación de maíz a Colombia es de 12.325 TM, existiendo un déficit de maíz de -350.002 TM, esto muestra la viabilidad de la Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA, para ser un ente exportador de maíz a Colombia
- Se estableció la viabilidad económica y financiera del proyecto, ya que datos estimado de los ingresos en el primer año es de 176.000,00, teniendo crecimiento anuales del 6% considerando que es el porcentaje de la inflación en Colombia, llegando al año cinco a tener ingresos promedios de 231.083,78, esto demuestra la viabilidad financiera de dicho proyecto donde se busca exportar maíz a Colombia.
- El valor actual neto (71.446.04) demuestra que es conveniente invertir en un proyecto para exportar maíz a Colombia, lo que significa que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto.

5.1. Recomendaciones

- Analizar permanentemente el mercado colombiano y ecuatoriano en lo que respecta a la exportación e importación de maíz, ya que según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Agricultura los índices de exportación a Colombia en los últimos años, han sufrido variaciones, se determinó que la principal causa es el cambio permanente de la legislación ecuatoriana esto afectaría en un futuro las exportaciones en el país.
- Monitorear constantemente el mercado colombiano, ya que los datos entregados del Consejo Consultivo de Maíz y del Ministerio de Agricultura de Colombia la demanda de maíz va en aumento debido a la variedad de empresas que ven en esta gramínea como la principal materia prima de sus productos, se recomienda lanzar al mercado colombiano un plan estratégico de marketing donde se vea a la Exportadora Hidrovo EXPHIMUSA, un gran proveedor desde El Rosario, Ecuador.
- Evitar que la empresa aumente su pasivos en forma acelerada, para que en un futuro no se vea afectada la liquidez ya que se estaría poniendo en riesgo al disponibilidad de recursos ocasionando trabas en el proceso de exportación,
- Analizar constantemente los estados financieros de la empresa para garantizar rentabilidad, solides, solvencia dentro del ciclo económico, por lo que se recomienda utilizar técnicas como el análisis financiero de forma horizontal y vertical, el uso de razones financieras para que el gerente pueda tomar las mejores decisiones y no se vea afectada la exportación de la gramínea hacia Colombia.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

6.1. Literatura citada de libros

Bloom Paul, H. T. (2009). Marketing de servicios profesionales. España: Ediciones Paidós Ibérica SA.

Bonta, Paúl. (2008). Marketing y Publicidad. México: Norma .

Castro, Díaz Juan. (2011). Distribución Comercial. España: Mc Graw- Hill, segunda edicion .

Colombia, Económica. (2014). Ediciones Colombia, Análisis Macro y Micro . Bogota: Publicaciones Bogota .

Concha, Franco. (2007). Plan de negocios, Metodología Alternativa. Universidad del Pacifico .

Cotrina, Satrina . (2011). Proyecto de inversion, consultado en linea el 4 de julio. emagister on line.

Economía, Exportadora. (2014). Competencia del mercado internacional .

Eglash, Joanes. (2008). Bussiness Plan . MC Graw edition .

Exports, Exports. (2014). Proceso de exportación en el Ecuador . Quito.

Flores, Juan. (2008). Plan de negocios para las PYMES. Creaciones de Empresas. Colombia: ECOR, Recopilación de textos universitarios.

Globin, Kopler. (2013). Estudios de mercados internacionales. Mexicana .

González, Rocio. (2011). Diferentes teorías del mercado internacional, TRevista de Economía . España: Recopilaciones virtuales.

Hoskisson, Ianes. (2009). Administración Estratégica, Competitividad y globalización . Ediciones Mell, segunda edición.

Kotler, Alicia. (2008). Fundamentos del Marketing, segunda edición. México: Mexicana.

Malhotra, Naula. (2008). Investigación de mercados. Un enfoque práctico. Segunda Edición. Prentice- Hall Hispanoamericana.

Porter, Mauricio. (2008). Ventaja Competitiva de las Naciones . México: México Javeir Vergara .

Sapag. (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación . México: Editorial MC Graw Hill.

Tuija, Marcos. (2009). Plan de negocios para los inversionistas . México : Editorial ABC, Ediciones .

Urquizo. (2008). Análisis de mercado. Zaragoza: Publicacionea DAS.

6.2. Literatura citada de internet

América, de econmia mundial.(2014). Dicovski. Recuperado el 14 de noviembre de 2014

Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones, Registro oficial 351. Miércoles 28 de diciembre de 2010. Fuente Asamblea Nacional.

Ecuador. Aduanas. (2014). Pasos para exportar desde Ecuador. Quito: Recopilaciones virtuales, consultado el 14 de octubre de 2014.

Ley Orgánica de Compañías . Ley Orgánica de Compañías Registro Oficial 312. Asamblea Nacional . Quito .

Universal. (1 de Febrero de 2015). Importacion de Maiz. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de Economía: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/colombia-importa-el-85-del-maiz-que-consume-34747>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRINCIPALES COMERCIANTES DE MAÍZ DE LA PARROQUÍA EL ROSARIO Y ZONAS ALEDAÑAS.



Objetivo: Conocer la realidad económica de los comerciantes de maíz de la localidad.

Buenos días/ tardes/ noches, soy Darwin Chica Chica estudiante de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Unidad de Estudios a Distancia y me encuentro realizando una encuesta para conocer el proceso de exportación de maíz desde su negocio. Sírvase a responder las siguientes preguntas.

1. ¿Cuál es el tiempo que tiene como comerciante de maíz en la parroquia el Rosario?

1 A 3 AÑOS

3 A 6 AÑOS

MÁS DE 6 AÑOS

2. ¿Su principal actividad comercial dentro de su negocio es?

COMPRA DE MAIZ

VENTA DE MAÍZ

COMPRA Y VENTA DE MAÍZ

3. ¿Quién/es le provee de maíz a su negocio?

AGRICULTORES DE LA ZONA

CASAS COMERCIALES DE LA LOCALIDAD

OTROS

4. ¿A quien vende el maíz que compra a sus proveedores?

EMPRESAS INTERMEDIAS

A COMERCIANTES DE LA ZONA

EXPORTA EL MAÍZ

Para lo que responden a o b finaliza la encuesta.

5. ¿A qué país exporta su maíz?

PERÚ

COLOMBÍA

VENEZUELA

BOLÍVIA

OTROS

6. ¿Cuál es el rango de toneladas de maíz que Usted exporta?

20 A 40 TONELADAS

41 A 60 TONELADAS

MÁS DE 60 TONELADAS

7. ¿Está Usted afiliado alguna asociación de exportadores de maíz?

SI

NO

¿En los últimos envíos de maíz ha tenido algún inconveniente en las aduanas en lo que respecta documentación?

SI

NO

Si la respuesta es afirmativa, que tipo de inconveniente ha tenido:

8. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para el traslado de maíz hasta el lugar de exportación?

ÁEREO

MARITIMO

TERRESTRE

9. ¿Es afiliado a la cámara de comercio de la localidad?

SI

NO

10. ¿Cuáles cree Usted que son las amenazas que pueden afectar en un futuro las exportaciones?

ELEVACIÓN DE LOS ARANCELES

POLÍTICAS ADUANERAS

NUEVAS LEYES ECUATORIANAS EN LO QUE RESPECTA A LAS EXPORTACIONES

BAJO PRECIO DEL MAÍZ

11. ¿Tiene planificado en el futuro buscar nuevos nichos de mercados para exportar su maíz?

SI

NO

OTROS

12. ¿Tiene planificado en el futuro buscar nuevos nichos de mercados para exportar maíz?

SI

NO

NO TIENE PENSADO BUSCAR NUEVOS NICHOS DE MERCADO

ANEXO 2

ENCUESTAS APLICADA A COMERCIANTES IMPORTADORES DE MAIZ DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA.



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES IMPORTADORES DE MAIZ DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

Buenos días/ tardes/ noches, soy Darwin Chica Chica estudiante de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Unidad de Estudios a Distancia, centro de estudios que se ubica en la provincia de Los Ríos, Ecuador, me encuentro realizando una encuesta para conocer el proceso de importación de maíz. Sírvase a responder las siguientes preguntas.

PREGUNTA 1. ¿Cuál es el tiempo que tiene como comprador de maíz en la República de Colombia?

1 a 3 AÑOS

4 A 6 AÑOS

MÁS DE 6 AÑOS

PREGUNTA 2. ¿Los proveedores de maíz, de que país son de origen?

ECUADOR

VENEZUELA

BOLIVÍA

PERÚ

OTROS

PREGUNTA 3. ¿La aduana colombiana o el Ministerio de Comercio o Producción realizan seguimiento y control a las casas comerciales que compran maíz dentro del estado Colombiano?

SI

NO

PREGUNTA 4. ¿Cuál es el rango de toneladas de maíz que compra Usted a sus proveedores por cada orden de producción, desde su país de origen?

10 A 50 TONELADAS

51 A 60 TONELADAS

61 A 75 TONELADAS

MÁS DE 75 TONELADAS

PREGUNTA 5. ¿Cómo comprador de maíz, exige a sus proveedores antes de realizar la respectiva transacción el permiso o licencia para exportar dicha gramínea?

SI

NO

PREGUNTA 6. ¿La respectiva transacción comercial se realiza bajo qué régimen monetario?

DÓLAR AMERICANO

EURO

PESO COLOMBIANO

OTROS

PREGUNTA 7. ¿Qué características considera Usted antes de calificar la respectiva gramínea?

PESO

CALIDAD

HUMEDAD

IMPUREZA

OTROS

PREGUNTA 8. ¿Cuál es el precio promedio del quintal de maíz que Usted cancela, a sus proveedores?

11 A 13 DÓLARES

13 A 14 DÓLARES

14 A 16 DÓLARES

Gracias

ANEXO 3

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL			
importe	15,400	PAGOS TOTALES	
años	5	PRINCIPAL	15,400.00
comisión de apertura	0.00%	INTERESES	5,153.87
interés nominal	12.00%	COMISIÓN	0.00
periodo de pago	12	TOTAL	20,553.87
tipo amortización francés	1		

coste efectivo	12.68%	-
----------------	--------	---

meses	Cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					15,400.00
1	342.56	154.00	188.56	188.56	15,211.44
2	342.56	152.11	190.45	379.01	15,020.99
3	342.56	150.21	192.35	571.37	14,828.63
4	342.56	148.29	194.28	765.65	14,634.35
5	342.56	146.34	196.22	961.87	14,438.13
6	342.56	144.38	198.18	1,160.05	14,239.95
7	342.56	142.40	200.17	1,360.22	14,039.78
8	342.56	140.40	202.17	1,562.38	13,837.62
9	342.56	138.38	204.19	1,766.57	13,633.43
10	342.56	136.33	206.23	1,972.80	13,427.20
11	342.56	134.27	208.29	2,181.09	13,218.91
12	342.56	132.19	210.38	2,391.47	13,008.53
13	342.56	130.09	212.48	2,603.95	12,796.05
14	342.56	127.96	214.60	2,818.55	12,581.45
15	342.56	125.81	216.75	3,035.30	12,364.70
16	342.56	123.65	218.92	3,254.22	12,145.78
17	342.56	121.46	221.11	3,475.33	11,924.67
18	342.56	119.25	223.32	3,698.64	11,701.36
19	342.56	117.01	225.55	3,924.20	11,475.80

20	342.56	114.76	227.81	4,152.00	11,248.00
21	342.56	112.48	230.08	4,382.09	11,017.91
22	342.56	110.18	232.39	4,614.47	10,785.53
23	342.56	107.86	234.71	4,849.18	10,550.82
24	342.56	105.51	237.06	5,086.24	10,313.76
25	342.56	103.14	239.43	5,325.66	10,074.34
26	342.56	100.74	241.82	5,567.49	9,832.51
27	342.56	98.33	244.24	5,811.73	9,588.27
28	342.56	95.88	246.68	6,058.41	9,341.59
29	342.56	93.42	249.15	6,307.56	9,092.44
30	342.56	90.92	251.64	6,559.20	8,840.80
31	342.56	88.41	254.16	6,813.35	8,586.65
32	342.56	85.87	256.70	7,070.05	8,329.95
33	342.56	83.30	259.26	7,329.31	8,070.69
34	342.56	80.71	261.86	7,591.17	7,808.83
35	342.56	78.09	264.48	7,855.65	7,544.35
36	342.56	75.44	267.12	8,122.77	7,277.23
37	342.56	72.77	269.79	8,392.56	7,007.44
38	342.56	70.07	272.49	8,665.05	6,734.95
39	342.56	67.35	275.22	8,940.27	6,459.73
40	342.56	64.60	277.97	9,218.23	6,181.77
41	342.56	61.82	280.75	9,498.98	5,901.02
42	342.56	59.01	283.55	9,782.54	5,617.46
43	342.56	56.17	286.39	10,068.93	5,331.07
44	342.56	53.31	289.25	10,358.18	5,041.82
45	342.56	50.42	292.15	10,650.33	4,749.67
46	342.56	47.50	295.07	10,945.39	4,454.61
47	342.56	44.55	298.02	11,243.41	4,156.59
48	342.56	41.57	301.00	11,544.41	3,855.59
49	342.56	38.56	304.01	11,848.42	3,551.58
50	342.56	35.52	307.05	12,155.47	3,244.53
51	342.56	32.45	310.12	12,465.59	2,934.41
52	342.56	29.34	313.22	12,778.81	2,621.19
53	342.56	26.21	316.35	13,095.16	2,304.84
54	342.56	23.05	319.52	13,414.68	1,985.32
55	342.56	19.85	322.71	13,737.39	1,662.61
56	342.56	16.63	325.94	14,063.33	1,336.67
57	342.56	13.37	329.20	14,392.52	1,007.48
58	342.56	10.07	332.49	14,725.01	674.99
59	342.56	6.75	335.81	15,060.83	339.17
60	342.56	3.39	339.17	15,400.00	0.00

ANEXO 4
FOTOS



