UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROGRAMA DE TITULACIÓN

MODALIDAD DE SEMINARIOS

PREVIO A LA OBTECIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

"PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE HIERBA LUISA Y TORONJIL EN SECO DESDE JIPIJAPA-ECUADOR, QUE SERÁN UTILIZADAS COMO MEDICINA NATURAL PARA SATISFACER LA DEMANDA EN NEW YORK"

TUTOR:

EC. CARLOS ZEA BARAHONA

AUTOR:

MIGUEL ÁNGEL JAIME BAQUE

JIPIJAPA – MANABÍ – ECUADOR

2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe **MIGUEL ÁNGEL JAIME BAQUE** con Cédula de Identidad **N° ,** hace constatar que es el autor del presente Trabajo titulado: **"PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE HIERBA LUISA Y TORONJIL EN SECO DESDE JIPIJAPA-ECUADOR, QUE SERÁN UTILIZADAS COMO MEDICINA NATURAL PARA SATISFACER LA DEMANDA EN NEW YORK".**

En tal sentido, manifiesto la originalidad y responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuestas presentadas en el mismo.

Jipijapa, diciembre de 2011

_____

Miguel Ángel Jaime Baque
C.I # 131194340-9
Autor

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Tesina de Grado de la Carrera de Ingeniería Comercial Especialización Comercio Exterior de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado la tesina sobre el Tema **"PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE HIERBA LUISA Y TORONJIL EN SECO DESDE JIPIJAPA-ECUADOR, QUE SERÁN UTILIZADAS COMO MEDICINA NATURAL PARA SATISFACER LA DEMANDA EN NEW YORK"**, del egresado: **Sr. MIGUEL ÁNGEL JAIME BAQUE**, en lo cual considero que el mencionado Trabajo Investigativo cumple con los requisitos estipulados y tiene los méritos suficientes para ser sometidos a la evaluación del jurado examinador.

Es todo cuanto puedo dar a conocer en honor a la verdad.

_____

Ec. Carlos Zea Barahona
DIRECTOR DE TESINA

DEDICATORIA

A mis hijos que son los tesoros
más preciado de mi vida.

A quien me ha acompañado desde los inicios de mi vida.
A quien le debo mucho más que este gran logro,
aunque decirte gracias sea un gesto muy pequeño,
me alegra poder aportar a esa gran deuda,
compartiendo este gran sueño contigo,
en el que tus sabios consejos,
lograron ser más que bellas palabras
y hoy se convierten en un hecho.
Te amo Mamá…

Miguel Ángel Jaime Baque

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de seguir viviendo, y estar siempre a mi lado con su amor, protección y guía.

A mi familia por brindarme su amor, comprensión y solidaridad, en cada una de las etapas de mi vida, considerados como el pilar de mis éxitos y triunfos.

A mis padres que supieron apoyarme y dedicarme su tiempo para darme ánimos y consejos en los momentos con mayor esfuerzo en el desarrollo de la tesis.

Al Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio, por haberme formado como un excelente profesional.

Miguel Ángel Jaime Baque

ÍNDICE

CONTENIDO **PÁG.**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA i
CERTIFICACIÓN ii
DEDICATORIA iii
AGRADECIMIENTO iv
ÍNDICE v
TEMA: 8
INTRODUCCIÓN 9
I. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA 10
II. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA 11
III. JUSTIFICACIÓN 12
IV. OBJETIVOS 13
V. APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS 14
CAPÍTULO I 14
ANÁLISIS DEL ENTORNO 14
1.1 Macro Ambiente del Negocio 14
1.1.1 Identificación Preliminar del producto 14
1.1.2 Factores Sociales y Culturales 15
1.1.3 Factores Demográficos 16
1.1.4 Situación Económica Actual 17
1.1.5 Competencia nacional e internacional 18
1.1.6 Factores Políticos y Legales 19
1.1.7 Tecnología Imperante 33
1.2 Micro Ambiente del Negocio 36

1.2.1 Micro Ambiente Externo 36
1.2.1.1 Análisis de los proveedores 37
1.2.1.2 Identificación y caracterización de la competencia 39
1.2.1.3 Dimensionamiento de la oferta actual y potencial 39
1.2.2 Micro Ambiente Interno 40
1.2.2.1 Ubicación 40
1.2.2.2 Misión y Visión de la empresa 44
1.2.2.3 Objetivos de empresa 44
1.2.2.4 Imagen de la empresa 45
1.2.2.5 Análisis estructural de la empresa, 5 fuerzas de Porter 45
1.2.2.6 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial 47
1.2.2.7 Oportunidades y Amenazas.- Síntesis 47
1.2.2.8 Procedimiento de obtención del producto final 48
1.2.2.9 Análisis del impacto ambiental 50
1.2.2.10 Fortalezas y Debilidades.- Síntesis 50
CAPÍTULO II 51
PLAN COMERCIAL 51
2.1 Micro segmentación 51
2.2 Posicionamiento 51
2.3 Características del producto 52
2.4 Canales de distribución 53
2.5 Promoción y Publicidad 55
CAPÍTULO III 56
PLAN DE IMPLEMENTACIÓN 56
3.1 Plan de Operaciones 56
3.2 Plan de Recursos Humanos 56

3.3 Plan de Acción de Corto Plazo 57
CAPÍTULO IV 59
PLAN FINANCIERO 59
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN 65
PUNTO DE EQUILIBRIO 1ER. AÑO. 67
ANEXOS 75

TEMA:

“PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE HIERBA LUISA Y TORONJIL EN SECO DESDE JIPIJAPA-ECUADOR, QUE SERÁN UTILIZADAS COMO MEDICINA NATURAL PARA SATISFACER LA DEMANDA EN NEW YORK”

INTRODUCCIÓN

"El tema hierbas medicinales y aromáticas, su uso y/o potencial para la exportación es un tema de moda en el Ecuador últimamente. En la prensa se recopilan varias experiencias y hay mucho interés por parte de productores de diferente índole, fundaciones y ONG's, asociaciones, empresarios, exportadores, etc., de ingresar a esta actividad económica.

Aunque no es nada nuevo para el país, hay mucha razón para que el tema tenga cierto auge. En efecto, los actuales sistemas de cuidado de salud, incluyendo a la medicina y terapéutica moderna, se basan principalmente en compuestos provenientes de plantas y gran parte de la población mundial depende de la medicina tradicional para suplir los requerimientos de salud diarios, especialmente dentro de los países en vía de desarrollo (OMS 1985, en Buitrón 1999). El uso de *medicamentos elaborados con plantas* está muy difundido en varios países industrializados y numerosos fármacos tienen una base o son derivados de componentes de plantas. Así también los *cosméticos* y otros productos de uso en el hogar pueden contener plantas con valores medicinales o terapéuticos.

El compendio de este trabajo investigativo en su primera y segunda parte se describe la problemática de la investigación y a la vez se describe el problema.

En el tercer y cuarto punto se trata la justificación, las razones y objetivos por los que se decidió realizar este proyecto, además del alcance, beneficios e importancia del proyecto.

En el quinto punto se trata de los conocimientos adquiridos concerniente al Análisis del entorno, Plan comercial, Plan de Implementación y el Plan Financiero

Por último están las Conclusiones y Recomendaciones más importantes del Proyecto.

I. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, "Una planta medicinal es cualquier planta que, en uno o más de sus órganos contiene sustancias que pueden ser usadas para propósitos terapéuticos".

Este trabajo investigativo permite una distinción entre aquellas plantas medicinales cuyas características terapéuticas han sido comprobadas y otras usadas en la medicina que no han sido estudiadas

La existencia de tecnología que elabore bienes industrializados que requiera plantas como materia prima es reducida en el Ecuador. Por lo tanto, el destino optimo de estos recursos son los países que puedan necesitarlas (países del primer mundo sobre todo), lo cual conlleva al planteamiento de un proyecto, que estudie el potencial exportador de aquellas plantas medicinadles del Ecuador, y contempla la exportación de aquellas plantas que serán usadas para elaborar medicamentos que tendrán gran influencia en el mercado en los próximos cincos años, teniendo en cuenta el principio de desarrollo sostenible.

Las plantas medicinales tienen diversos usos industriales. El proyecto propone la exportación de plantas medicinales en seco como materia prima para la elaboración de nutracéuticos (remedios basados en plantas y comercializados en forma de té, extractos, aceites, cápsulas, entre otros) y como principio activo para el desarrollo de drogas en el mercado farmacéutico.

II. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Las plantas medicinales pueden ser comercializadas crudas, por partes, pulverizadas, o en extractos.

Este proyecto contempla la comercialización de plantas medicinales en seco. Se estima que el 85% de la comercialización de plantas medicinales trabaja bajo este método. El otro 15% se comercializa en forma de resinas, plantas trituradas, pulverizadas, aceites esenciales o resinas de aceites.

Es por eso que se esta proponiendo un proyecto de exportar plantas medicinales en seco desde ecuador hacia New York, ya que Ecuador es un país rico en recursos productivos y tiene aproximadamente 500 especies de plantas medicinales de las cuales 125 son mundialmente comercializadas.

El presente proyecto se enfoca en la creación de una nueva empresa productora y exportadora de plantas medicinales, la misma que buscará satisfacer las exigencias internacionales de las compañías farmacéuticas, nutracéuticos mediante un producto de calidad, siendo este completamente orgánico.

Aunque el comercio de plantas medicinales es representativo económicamente a nivel mundial, son pocas las plantas que en los diferentes países se registran en partidas arancelarias individuales. Esto representa una dificultad al tratar de determinar la oferta y la demanda mundial de la misma, ya que los estudios existentes presenta diferentes cifras, al no existir una partida que detalle el uso de las plantas medicinales para cada una de las industrias.

III. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto para la producción y exportación de plantas medicinales en seco tiene como finalidad presentar una alternativa de inversión en un producto agrícola no tradicional.

La ejecución de este proyecto permitirá alcanzar grandes beneficios económicos y sociales así como generar plazas de trabajo. La exportación de productos no tradicionales permite captar nuevas divisas que favorecen la balanza comercial ecuatoriana.

Las plantas medicinales son un producto apetecido en el mercado internacional por sus ventajas comparativas en la elaboración de medicinas y los usos alternos que se les pueden dar son diversos como el empleo para cosméticos, Insecticidas, pesticidas, pinturas, entre otros.

Este proyecto servirá como guía de inversión para los productores y comercializadores de plantas medicinales en seco, brindándoles una herramienta de análisis del mercado externo y como fuente de estudio para los posibles inversionistas nacionales o extranjeros.

Para el desarrollo de este trabajo investigativo se cuenta con todos los recursos: humanos, económicos y financieros. Además se tendrá toda la disponibilidad de los recursos naturales que nos brinda la naturaleza.

IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

- Elaborar una propuesta para producir y exportar Hierba Luisa y Toronjil en seco desde Jipijapa – Ecuador y comercializarlas, las cuales serán utilizadas como medicina natural para satisfacer la demanda en la ciudad de Nueva York (Estados Unidos).

4.2 Objetivos Específicos

- Conocer las propiedades que tiene la Hierba Luisa y el Toronjil para dar mayor información de sus bondades y de que se pueden utilizar como medicina natural.

- Determinar si existe demanda del producto en el mercado meta mediante el estudio de mercado.

- Analizar los procesos necesarios para obtener Hierba Luisa y Toronjil en seco y como debería ser la organización a través del estudio técnico.

- Establecer las inversiones necesarias para el óptimo funcionamiento del proyecto al igual que el financiamiento y de igual manera los costos e ingresos.

- Determinar la rentabilidad del proyecto por medio del análisis.

V. APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1 Macro Ambiente del Negocio

1.1.1 Identificación Preliminar del producto

A continuación detallamos información de cada una de las plantas medicinales que serán tomadas en cuenta en este proyecto. Se ha escogido estas plantas ya que son las más conocidas y las más comercializadas de acuerdo a información disponible. Las plantas medicinales son: hierba luisa, manzanilla, mejorana, menta, salvia, tomillo y toronjil.

HIERBA LUISA

Nombre Científico: *Cymbopogon cicitratus D.C. Staff*
Nombre en inglés: Lemongrass
Familia: Poaceae
Partes a cosechar: Hojas (dejar raíces y tallo)
Estado de corte: Planta alta
Usos principales
• Problemas digestivos, calambres y gases estomacales: En infusión. Tomar 3 tazas al día.

TORONJIL

Nombre Científico: *Melissa officinalis L.*

Nombre en inglés: Lemon balm

Familia: Lamiaceae

Partes a cosechar: Hojas

Estado de corte: Tierna

Usos principales

- **Enfermedades de nervios, dolores estomacales y de cabeza:** En té. En 1 taza de agua hirviendo poner 2 cucharaditas de hojas, tapar y dejar reposar 5 minutos.

  Endulzar con miel de abeja para intensificar la acción somnífera. Tomar 3 tazas al día.
- **Herpes:** En cataplasma. Preparar una infusión y lavar la parte infectada.

1.1.2 Factores Sociales y Culturales

Al tener nuestro país tres regiones naturales, hace que el **aspecto social** sea un tema amplio de discutir en las empresas, debido a que en cada región existen

diferentes costumbres, tradiciones, pensamientos, etc.; que influyen de una u otra manera el desenvolvimiento de las empresas en el Ecuador, así por ejemplo no podremos hablar con certeza que una empresa que funcione excelentemente en la Sierra su desempeño sea igual en el Costa u Oriente.

En el caso de la sociedad cuencana podríamos decir que su influencia genera un gran impacto en las empresas, debido a que es una sociedad exigente en lo que respecta al cuidado y mantenimiento de su ciudad y sobre todo a la preservación de la ecología, y esto ha hecho que las empresas tomen mucha consideración a ciertas normas y ordenanzas para evitar la disconformidad de la sociedad.

Considerando lo mencionado anteriormente. La empresa de Producción y Exportación de Plantas Medicinales en Seco desde Jipijapa-Ecuador, que serán utilizadas como medicina natural para satisfacer la demanda en NEW YORK, debe mantener e incluso mejorar cada día la calidad del producto, de lo contrario corre un alto riesgo de que la pequeña cuota de mercado que tendrá se vea afectada y disminuya.

El mercado de NEW YORK, como nuestro principal socio comercial, y sobre todo nuestro principal demandante de productos de carácter natural, como plantas medicinales y aromáticas, se lo debe analizar de tal forma que podamos contar con una información real sobre la factibilidad de ingresar en este mercado con nuestros productos.

"En NEW YORK el mercado de las plantas medicinales y aromáticas se estima en más de dos mil millones de dólares en un mercado creciente, Las importaciones han crecido en un 40 % en los últimos 10 años, Los principales abastecedores de estas plantas para su mercado son: China, India, Alemania, Italia, Egipto y México"[1].

1.1.3 Factores Demográficos

[1] Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana; Datos estadísticos de importaciones de plantas medicinales del período de 2000 a 2010.

Los cambios demográficos y la sociedad están beneficiando directamente a los principales productos que se comercializa como es las plantas medicinales, pues la gente esta retomando a la utilización de productos naturales y al desuso de químicos en su alimentación y en sus productos básicos. Igualmente las empresas están aprovechándose de las propiedades y cualidades que poseen los productos naturales para adecuar los productos y servicios que ofrecen.

Directamente exportando plantas medicinales en seco como medicina natural representa una oportunidad pues esto abre su mercado potencial y la rentabilidad del mismo. Por lo que con una adecuada estrategia de marketing los beneficios pueden ampliarse considerablemente para este tipo de negocio. Concretamente con esta tendencia por retornar a lo natural se visualizan oportunidades más que problemas en el entorno en lo que se desarrolla en este tipo de negocio. Resultando también en beneficios para sus clientes que son empresas que a su vez ofrecen productos y servicios a consumidores finales. Para los empleados representan mejores oportunidades para crecer junto con la empresa y desarrollarse profesionalmente y personalmente.

1.1.4 Situación Económica Actual

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, y Perú.

A principios del siglo XXI Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4.2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0.1% de la tierra. Existe cierta estabilidad económica pero con bases débiles y de forma forzosa. (esto de manera general para Latinoamérica, pero es una tendencia para todos los países latinoamericanos.

El País importa de todo, en forma indiscriminada desde lo necesario e indispensable hasta los superfluo o suntuario. Esto incide en su disponibilidad de divisas y guarda relación directa con el consumo de los extractos sociales de altos ingresos.

El deterioro de los términos de intercambio internacional manifiesta con mayor nitidez la dependencia en el orden comercial. La tendencia hacia la baja de los precios de nuestros productos exportables y la tendencia contraria en los precios de los bienes de importación expresan continuamente una situación de perjuicio masivo y creciente para nuestro país la que estamos viviendo ahora actualmente, pues, ya es hora de cambiar esto pero no lo es tan fácil, porque tenemos que depender de nuestros gobernantes ya que ellos tienen ese poder. Es de mucha importancia mencionar que en el Ecuador los problemas económicos vienen desde la década de los 80, el crecimiento económico del país ha sido limitado, sus manifestaciones principales son: Desequilibrio en la Balanza de pago, déficit fiscal, desorden monetario, falta de recursos crediticios por una deuda externa creciente y graves efectos sociales en las condiciones de la vida de la población.

1.1.5 Competencia nacional e internacional

"La mayoría de empresas o comerciantes se niegan a proporcionar datos y cifras sobre las exportaciones o importaciones de productos y medicinas naturales y muchos aseguran que el comercio es solamente local. Sin embargo se sabe que se exportan principalmente a los mercados de Estados Unidos y Europa sin realizar trámites legales, solamente llevando los productos al por mayor o menor, vía aérea y marítima y pagando a las aduanas (Buitrón 1999)"[2].

Se conoce que salen del país no sólo los productos nacionales, sino que se re-exportan también peruanos, colombianos y argentinos al por mayor y menor, sin ninguna documentación oficial, principalmente hacia Estados Unidos y Europa. Ni para las plantas medicinales ni para productos derivados existen entonces datos oficiales reales. Una de las formas observadas es el intercambio por otros productos en las

[2] Buitrón C., Ximena; Ecuador: Uso y Comercio de Plantas Medicinales, situación actual y aspectos importantes para su conservación; TRAFFIC

fronteras con Colombia y Perú. Los principales centros de salida de las plantas medicinales hacia otros países son El Coca, Aguas Verdes, Lago Agrio y la frontera con Colombia, donde se realizan intercambios entre Tulcán e Ipiales. El comercio se lo realiza con gente puntual, bien identificada.

1.1.6 Factores Políticos y Legales

Procedimientos para la exportación

Obtener la calidad de exportador

Registrarse en el Banco Central del Ecuador: Tarjeta de Identificación de Exportador

"Solicitar en el departamento de comercio exterior del Banco Central la Tarjeta de Identificación, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

Personas naturales

- ✓ Registro único de contribuyentes
- ✓ Cédula de identidad

Personas jurídicas

- ✓ Copia del registro único de contribuyentes
- ✓ Copia de la constitución de la compañía
- ✓ Comunicación suscrita por el representante legal constando:
  - Dirección domiciliaria, número telefónico, nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y sus números de cédulas.
  - Copia del nombramiento y de cédula de identidad.

Exportaciones vía Courier

"Toda exportación genera divisas. Por tanto, incluso para exportaciones vía Courier la persona natural o compañía deberá registrarse ante cualquier banco

corresponsal del Banco Central. El Courier está obligado a solicitar factura o FUE. Es una excepción el envío de muestras sin valor comercial. Consultar el Reglamento para la importación o exportación de Muestras sin Valor Comercial."[3]

Calificación del CONSEP para exportadores de sustancias químicas sujetas a su fiscalización

Para exportación de sustancias químicas sujetas al control y fiscalización del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes o Psicotrópicas (CONSEP), se deberá obtener de este organismo la calificación de exportador de esas sustancias.

Tramites de exportación

Adquirir el FUE

El FUE (Formulario Único de Exportación) se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central.

Ciertos productos requieren un registro adicional del exportador, autorizaciones previas o certificados, concedidos por diversas instituciones. Hay trámites de carácter obligatorio para el exportador y otros que pueden ser exigidos por el importador.

Plazo de validez del FUE

Treinta días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal si el producto a exportarse no tiene restricción (cupos, autorizaciones o precio referencial).

Quince días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal: si el producto tiene algún tipo de restricción o debe cumplir trámites complementarios;

[3] Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)

sirviendo para exportar una sola vez. También tiene esta duración cuando se trata de productos perecibles en estado natural, negociados a consignación o para mercaderías con destino a zonas francas; en estos casos son válidas las exportaciones parciales.

Es factible modificar el FUE antes del embarque. Si el destino o cualquier dato cambia, se debe modificar el FUE al momento de la presentación de los datos finales a la CAE. Si no se exporta, se debe devolver en un plazo máximo de 30 días a partir de la fecha de caducidad del FUE, y si ya se hubiere presentado declaración ante la aduana, se deberá realizar un trámite de anulación ante la misma.

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el efecto y determinada la identidad del exportador, los bancos o sociedades financieras corresponsales del Banco Central concederán inmediatamente el visto bueno en la declaración de exportación.

Este documento tendrá un plazo de validez de 30 días y podrá amparar embarques parciales, siempre que se los realice dentro del mencionado plazo.

Factura comercial y lista de bultos

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

- ✓ Numero del Formulario Único de Exportación (FUE)
- ✓ Sub-partida arancelaria del producto
- ✓ Descripción de la mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura
- ✓ Forma de pago
- ✓ Información del comprador (nombre y dirección).

En la práctica, para el trámite del FUE se suele elaborar una factura comercial provisional y una factura comercial definitiva después del embarque.

La lista de bultos no tiene carácter obligatorio, pero constituye una ayuda para el inventario de los productos en las diferentes instancias de la exportación. Es una lista detallada de lo que contiene cada caja, numerándolas.

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

Trámites aduaneros

Declaración aduanera

Es la presentación ante la aduana de los siguientes documentos:

- ✓ FUE aprobado
- ✓ Factura comercial
- ✓ Autorizaciones previas
- ✓ Lista de bultos (packing list)
- ✓ Cupón CORPEI
- ✓ Otros requisitos exigibles

Aforo

LEY DE FACILITACION DE LAS EXPORTACIONES Y DEL TRANSPORTE ACUATICO.

Ley No. 147. RO/901 de 25 de Marzo de 1992.

Art. 7. - Establécese un acto único de aforo para el embarque y salida de la mercadería al exterior, durante el cual, el exportador presentará:

3. Formulario Único de Exportación;
4. Copia de la Factura Comercial; y,
5. Documento de embarque emitido por el transportista (o guía aérea).

La Aduana procederá a realizar el aforo de la mercadería, esto es, a verificar su peso, medida, naturaleza, código arancelario, etc. y a determinar los derechos e impuestos aplicables. Si la Aduana aprueba los documentos, se puede entregar la mercadería a las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.

Otros trámites

Documentos de transporte

Exportaciones vía marítima:

Requieren Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Lading, B/L.

Exportaciones vía aérea

Requieren Conocimiento de Embarque Aéreo, Guía Aérea o Carta de Porte Aéreo, expedido por la empresa aérea que se utilizará; luego de recibir la mercadería para su transporte.

Exportaciones por carretera, países de la CAN:

Una vez entregada la mercadería al transportista contratado, el exportador suscribe la Carta de Porte Internacional por Carretera, en original con dos copias; documento que es emitido por la empresa transportista. El exportador emite al transportista una Guía de Remisión (original y copia).[4]

El transportista recibe los documentos, cumple las formalidades aduaneras exigidas durante la partida, tránsito, destino de las mercaderías y entrega al destinatario. El transportista deberá elaborar el manifiesto de carga internacional y el Gerente del Departamento Distrital de la Aduana por donde saldrá la mercadería, emite la Declaración de Tránsito Aduanero Internacional. (Los departamentos distritales se ubican en Huaquillas y Tulcán). Habiéndose realizado el despacho de la mercadería, el exportador deberá confrontar en la aduana el documento de transporte y las cantidades embarcadas, en un plazo máximo de 45 días contados a partir de la fecha de embarque.

Declaración-Cupón cuota redimible, CORPEI

"De acuerdo a la Regulación 115-2003 del 18 de junio del 2003, del Banco Central del Ecuador, el Cupón de Cuota Redimible CORPEI será considerado como documento que acompaña a la declaración aduanera de exportación"[5].

[4] Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR);
[5] www.bce.fin.ec; Página web del Banco Central del Ecuador.

Con dicha regulación se eliminó el trámite de Justificación de divisas, con el objetivo de simplificar los trámites al exportador. Este fue un compromiso conjunto entre el BCE y CORPEI para mejorar la competitividad del sector.

El valor de la cuota redimible debe ser cancelado a través de los bancos autorizados para receptar la cuota CORPEI y que sean corresponsales de comercio exterior del Banco Central del Ecuador, como son, a julio del 2003: Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco Internacional, Banco de Guayaquil, Banco del Pacífico, Banco del Pichincha y Produbanco.

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de USD 500, el aportante tiene derecho a cambiar sus cupones por un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto. El Aportante puede endosar los certificados o utilizarlos para el pago de servicios que la CORPEI realice a su favor.

Cupón de Exportación

Es de color verde y tiene un original y dos copias:

- Cupón original para CORPEI, copia 1 Aduana y copia 2 Aportante.
- En el caso de Exportaciones, el valor a pagar del 1.5 por 1000 del valor FOB exportador.

Los datos a ser llenados por el Exportador son los siguientes:

- Cuidad
- Fecha de Pago (dd-mm-aa)
- Nombre del Aportante
- Tipo de Identificación del Aportante (RUC, C.I., Pasaporte)
- Número de FUE (actualmente) - DAU (posteriormente)
- Valor FOB en dólares
- Valor cuota en dólares
- Firma de Responsabilidad

Transitoria

- Se estableció el plazo de 90 días a partir de la fecha de la promulgación de la regulación, para realizar toda justificación de divisas pendiente (del sistema anterior), reemplazada por la justificación del Cupón CORPEI.
- Así mismo, dentro de este plazo deberá utilizarse el formato anterior de cupones para el pago de la cuota, por aquellas exportaciones realizadas y no justificadas antes de que entre en vigencia la regulación.
- Transcurrido este plazo solo podrán utilizarse los cupones nuevos.
- El BCE puede cerrar el despacho del exportador por falta de pago del Cupón CORPEI.

Varios

- Pago mínimo a la CORPEI USD 5, por exportación
- Los cupones deben ser legibles, llenados con letra imprenta
- La identificación del Aportante debe ser la correcta (RUC, Cédula de identidad, Pasaporte)

Autorizaciones y certificados

Autorizaciones

Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes o Psicotrópicas (CONSEP), para plantas, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, insumos, componentes, preparados, derivados, etc., u otros productos químicos.

Certificados

Certificado de Origen

Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien y una autoridad certifica que el bien es originario del país o de la región y que cumple con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías[6].

Este documento se lo emite para Sudamérica y Centroamérica en FEDEXPOR y las Cámaras de la Producción, y para los Estados Unidos y la Unión Europea en el Ministerio de Comercio Exterior.

[6] Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP);

Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios.

Certificados sanitarios

Certificado fitosanitario para productos de origen vegetal no industrializados emitido por el Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.

Documentos necesarios para realizar una exportación

"Para realizar cualquier tipo de exportación es necesaria la siguiente lista de requisitos que se necesita para efectuarla correctamente:

Tarjeta de identificación

Instrucciones para llenar la tarjeta para ser exportador

1. Espacio reservado para el Banco Central del Ecuador.
2. Fecha de presentación de la tarjeta de identificación por parte del exportador.
3. Registrar ya sea el nombre o razón social con el cual va a realizar las operaciones de exportación.
4. Registro único de contribuyentes.
5. Cédula de identidad.
6. Dirección de residencia u oficina.
7. El código catastral de la institución.
8. Código otorgado por la Organización Internacional del Café.
9. Ciudad de residencia.
10. Provincia a la que pertenece.
11. Número de teléfono.
12. Número de fax.
13. Nombre del representante legal.
14. Cédula de identificación del representante legal.
15. Dirección del representante legal.

16. Ciudad de residencia.

17. Provincia a la que pertenece.

18. Número de teléfono.

19. Número de fax.

20. Descripción de la actividad económica CII, principal a que se dedica la empresa.

21. Se hará constar el código de la actividad económica principal a que se dedica la empresa.

22. Descripción de la actividad económica CIi, secundaria si la empresa o exportador tiene otra actividad.

23. Se hará constar el código de la actividad económica secundaria a que se dedica la empresa.

24. Descripción de otras actividades económicas secundarias si la empresa o exportador se dedica a más de dos actividades.

25. Se hará constar el código de las actividades económicas secundarias a que se dedica la empresa.

26. Marcar el sector institucional al que pertenece existe dos opciones: público o privado.

27. Marcar la nacionalidad del exportador o representante legal, si es extranjero especifique su procedencia.

28. Firma del exportador o representante legal.

Formulario único de exportación[7]

Instrucciones para llenar el FUE

1. La cuidad en que se tramita este formulario.

2. Nombre, dirección, teléfono, fax.

3. Nombre del comprador, dirección y teléfono.

4. El exportador ocasional deberá hacer constar su número de cédula de ciudadanía; si es una entidad y organismo del sector público anotará el código de catastro, caso contrario el RUC.

5. Número de factura comercial.

[7] www.bce.fin.ec; Página web del Banco Central del Ecuador.

6. ***General:*** si la mercadería que se exporta sale del país en forma temporal; ***temporal:*** si la mercadería que se exporta retornará en un plazo determinado; ***muestras sin valor comercial***: sí la mercadería esta destinada a la promoción; ***reexportación:*** exportación de un producto previamente nacionalizado.
7. País al que va destinada la mercadería.
8. Vía de transporte marítima, aérea o terrestre.
9. Puerto de salida de la mercadería.
10. Tipo de moneda en la que se transó la operación.
11. Si la negociación es con divisas anticipadas, a la vista, a plazo (con el número de días), en consignación o en trueque. Si la forma de pago es combinada, deberá anotar el particular y los valores respectivos.
12. Si es con divisas anticipadas, hacer constar el(los) número(s) de lo(s) convenio(s) de entrega anticipada de divisas y el valor respectivo que se aplica para la exportación.
13. Subpartida arancelaria correspondiente al producto.
14. El nombre comercial del producto (no transcribir el texto del arancel).
15. Peso neto por cada partida arancelaria.
16. Dependiendo del producto a exportar, anotar el total de unidades de la forma como indica la siguiente tabla:
    - ✓ Unidades Und.
    - ✓ Juegos Jgs.
    - ✓ Cajas Cjs.
    - ✓ Metros Mts.
    - ✓ Toneladas Métricas Tm.
    - ✓ Metros Cuadrados Mt2
    - ✓ Metros Cúbicos Mt3
    - ✓ Litros Lts.
    - ✓ Kilómetros Km.
    - ✓ Docenas Doc.
17. Valor FOB por partida arancelaria, que debe coincidir con el valor de la factura comercial.
18. Valor de deducciones que sean autorizadas por la Junta Monetaria.

19. Corresponde a la sumatoria de los valores que constan en el valor FOB.
20. En observaciones se harán las siguientes anotaciones:
    - ✓ Para exportaciones de café
    - ✓ Para exportaciones de cacao
    - ✓ Cuando se exportan productos perecibles en estado natural
    - ✓ En consignación
    - ✓ Cuando Sean aplicadas a convenios de entrega anticipada de divisas para futuras exportaciones
21. La casilla correspondiente a la declaración de precios y compromiso de venta de divisas deberá ser firmada por el exportador o la persona debidamente autorizada por este. Se hará constar nombre y número de cédula de la firma autorizada, adicionalmente anotará nombre y cédula del tramitador autorizado si lo hubiera.
22. Debe llenarse por parte de las Instituciones que por disposición legal deben conceder la autorización previa.
23. Para uso del Banco corresponsal

El resto de casilleros son para uso de Aduana.

Acordar y contratar la exportación

Incoterms

"Al realizar negocios internacionales, las condiciones de entrega y pago de la mercadería deben definirse en el contrato de compraventa; preferiblemente seleccionando un INCOTERM de la Cámara de Comercio Internacional (CCI). Los INCOTERMS son "Reglas Internacionales para la interpretación de los términos comerciales", su aplicación es básica para realizar negocios de compraventa internacional en los cuales no se produzcan errores y posteriores litigios.

Sin embargo, su uso no debe excluir la inserción de otros términos contractuales necesarios que deben especificarse en el contrato de compraventa.

Las partes contratantes pueden acordar someterse en caso de litigio al arbitraje de la CCI, incluyendo una cláusula- tipo de arbitraje establecida por la CCI: "Todas las desavenencias que deriven de este contrato o que guarden relación con éste serán resueltas definitivamente de acuerdo con el Reglamento de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento"[8].

Cada INCOTERM establece claramente cuáles son las obligaciones y derechos del comprador y del vendedor. Para resolver cualquier problema de interpretación, se deberá recurrir al manual de la Cámara de Comercio Internacional. Los INCOTERMS se aplican a la compraventa de mercancías tangibles, y sólo se refieren a la relación entre vendedores y compradores dentro de un contrato de compraventa; no se refieren a los contratos de transporte, seguro o financiamiento.

Incoterms 2000

A partir de la última actualización de los INCOTERMS (en 1990) y luego de más de 2 años de trabajo, la Cámara de Comercio Internacional presentó los INCOTERMS 2000. Los INCOTERMS 2000 presentan cambios sustanciales y/o formales frente a los INCOTERMS de 1990, por lo que los comerciantes que empleen esta nueva versión deben indicar explícitamente que el contrato queda sometido a los INCOTERMS 2000.[9]

Crédito documentario o carta de crédito

Intervinientes

- ✓ Comprador, cliente, importador u ordenante del crédito.
- ✓ Vendedor, proveedor, exportador o beneficiario del crédito.
- ✓ Banco emisor del crédito o banco del importador.
- ✓ Banco notificador o banco corresponsal del anterior, en el país del exportador; que notifica al exportador la apertura del crédito que ha hecho el importador.

[8] Sapag Chain, Nassir; Evaluación de proyectos de inversión en la empresa
[9] Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP);

1. Una vez acordados los términos de la negociación con el vendedor, el comprador solicita a su banco un crédito documentario a favor del vendedor.
2. El banco emisor aprueba la solicitud y comunica a su banco corresponsal, en el país del vendedor; que notifique a éste las condiciones en que se abrió la carta de crédito.
3. El banco notificador se comunica con el exportador y le informa las condiciones de la carta de crédito que abrió el comprador.
4. Si la carta de crédito corresponde a lo acordado, el vendedor envía la mercadería; en los términos acordados.
5. El exportador presenta al banco notificador los documentos de exportación, en el plazo acordado.
6. El banco notificador paga al exportador el valor del crédito y envía los documentos al banco emisor.
7. El banco emisor reembolsa al banco notificador el valor del pago efectuado y entrega los documentos al comprador.
8. El importador retira la mercadería con el conocimiento de embarque original a su orden o endosado a su orden; este conocimiento de embarque constituye su título de propiedad sobre la mercancía.

De acuerdo al flujo de trámites, el conocimiento de embarque podría llegar al comprador 12 o 15 días después del despacho de la mercadería; habiendo ya llegado ésta al país del comprador. Una posible solución es sustraer una copia original del conocimiento de embarque y enviarla por Courier al comprador.

El banco paga al beneficiario a la presentación de los otros conocimientos originales y con la copia de la carta en que se envía el primer conocimiento original. Para proceder de esta forma, deberá existir un acuerdo entre las partes y especificarlo detalladamente en la redacción del crédito documentario, “credoc”.

En general, el nuevo rol del Estado se concibe actualmente asociado a: Conducir la realización de una visión nacional, catalizar procesos, acelerar el cambio, articular y coordinar iniciativas y sectores, regular el mercado y

promover un entorno que garantice que los factores de la producción sean de la mejor calidad posible, a costos competitivos y que se encuentren oportunamente.

Específicamente, el rol del Sector Público Agrario, en el marco del rol general del Estado, tiene como objetivo generar condiciones para el desarrollo de mercados competitivos y eficientes de bienes y servicios agrarios, así como disminuir la inequidad y la pobreza; en el marco de un rol promotor, normativo y subsidiario del Estado, buscando sinergias con los agentes privados ligados al sector.[10]

Por lo tanto, la intervención del Sector Público Agrario se orienta a:

- Corregir las fallas de mercado, ampliando el acceso de información a productores, promoviendo el desarrollo de mercados competitivos, asegurando la provisión de bienes y servicios públicos de calidad para el agro como asistencia técnica, infraestructura de riego, etc., controlando las externalidades negativas relacionadas a sanidad agraria y manejo ambiental, reduciendo los costos de transacción, entre otras.

- Reducir la pobreza, contribuyendo al desarrollo rural, a través de la ejecución de programas que contribuyan a mejorar la calidad de vida y las oportunidades de los ciudadanos, especialmente de los sectores más vulnerables del área rural y reducir la exclusión económica y social.
- Contribuir a la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y del medio ambiente, gestión de los recursos hídricos y establecimiento de reglas de juego estables.

Este rol del Sector Público Agrario se operativiza en los tres niveles de Gobierno (Gobierno Nacional-GN, Regional-GR y Local-GL), sobre la base de una intervención coordinada.

[10] Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)

Rol del Estado en la promoción de la innovación agraria y agroindustrial

Las actividades de fomento de la innovación tecnológica son fundamentales en la concepción moderna del Estado. Estamos frente a nuevos patrones competitivos, nuevos conceptos de organización y nuevas tecnologías y los países más eficientes resultan ser aquellos que modelan el entorno de la empresa en función de los nuevos requerimientos.

Parte fundamental de este entorno es el marco legal y regulatorio que orienta, regula e incentiva la innovación tecnológica, y que por lo general está integrado por las leyes de protección de la propiedad intelectual, las regulaciones de calidad de productos y de inocuidad de alimentos, las de semillas, de bioseguridad y de acceso a recursos genéticos, entre otras. El Estado tiene claramente la responsabilidad de establecer y mantener un marco coherente y adecuado al estímulo de la innovación en todas sus formas, dentro de las necesarias garantías de protección de la salud pública, del ambiente y de otros intereses colectivos.

1.1.7 Tecnología Imperante

Para el cultivo y procesamiento de las plantas medicinales se requieren la siguiente maquinaria y equipo:
Sistema de riego fijo ya que el sitio en que se localizará el proyecto a pesar de que su ubicación es optima no cubre los requerimientos mínimos de agua por lo que es necesario un sistema de riego.

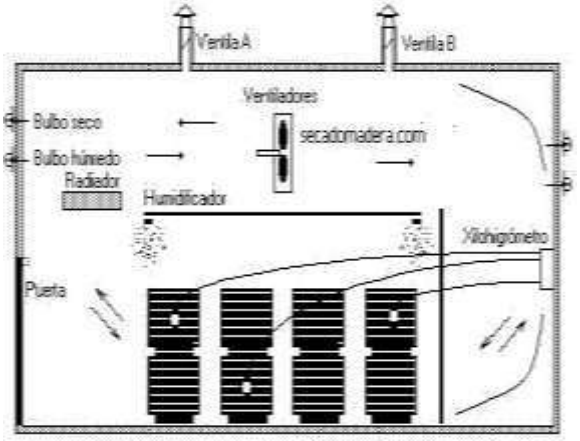
- Balanza electrónica de 200 Kg. para pesar el producto en hojas frescas.
- Cámara artesanal de secado que es la única maquinaria disponible para el efecto, es una cámara de 2,5 metros de ancho por 3 metros de alto con estructura de madera y recubrimiento de plástico negro.
- Termómetro industrial con toma posterior para medir la temperatura de cada una de las cámaras.

- Higrómetro digital que será ubicado en el área de secado para verificar la temperatura y la humedad.

El valor total de maquinaria y equipo es de $ 3.580,00

El Sistema de riego fijo por aspersión Israriego. Bajo este concepto de riego localizado tienen cabida todos aquellos métodos como goteo, cintas, microaspersión, microjet, etc., los cuales requieren para su funcionamiento una determinada presión, lo que obliga al uso de conductos cerrados o tuberías para la conducción, distribución y aplicación del agua, su costo es de $ 300,00 cada uno.

La cámara artesanal de secado,



Consiste de una caja cerrada dentro de la cual se colocan charolas con rejillas que permiten el flujo de aire caliente a través de los alimentos. Su función es el secado de los alimentos, este secado se lleva a cabo por circulación del aire caliente proveniente del colector solar. Al ser una cámara cerrada impide la exposición directa de los alimentos a la radiación solar, favoreciendo la conservación de las propiedades nutritiva de los alimentos. Para la salida del aire caliente con la humedad extraída de los alimento se instala una chimenea en la cámara de secado. El costo de esta cámara es de $ 500,00 cada una.

Balanza electrónica 200 kg. con plataforma de 42x52. **Báscula** completa **(plataforma** + columna + visor) plato y columna en acero inoxidable. Medidas: 42 x 52 cm. fuerza: 200 kg divisiones: 5 g.... basculas industriales, básculas paquetería y mensajería. El costo total de la Balanza es de $ 450,00

El **Termómetro con toma posterior** tiene un costo de $ 150,00 y sus características generales son:

• Placa calefactora circular de acero indeformable.
• Mueble exterior de inyección pintado en epoxi.
• Incorpora termostato de seguridad que desconecta la placa si la temperatura excede de 350ºC.
• Regulación electrónica de la tensión que permite variar la potencia entre un 10% y un 100% de esta.
• Opcionalmente puede llevar, en la parte posterior, una conexión para termómetro de contacto ó programador digital.
• Esta provista de interruptor luminoso de puesta en marcha y piloto de señalización de funcionamiento de la resistencia.
• Fabricado bajo directivas CE
• Tensión: 230v/50H

El Termo higrómetro marca Extech Características: La pantalla grande indica simultáneamente la temperatura y la humedad Use sobre un escritorio o montado en la pared Verifique fácilmente las lecturas mínimas y máximas apretando un botón Escala de temperatura: -10° a 60°C Escala de humedad relativa: 10 a 99% RH completa con soporte integrado, soporte para montaje en pared y batería AAA de 1.5V. Este equipo tiene un costo de $ 80,00.

MAQUINARIA	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	COSTO TOTAL
Sistema de riego fijo por aspersión Israriego	Unidad	3	300,00	900,00
Cámara artesanal de secado	Unidad	4	500,00	2.000,00
Balanza electrónica 200 kg. con plataforma de 42x52	Unidad	1	450,00	450,00
Termómetro con toma posterior	Unidad	3	50,00	150,00
Higrómetro digital marca Extech	Unidad	1	80,00	80,00
			TOTAL	**$ 3.580,00**

1.2 Micro Ambiente del Negocio

1.2.1 Micro Ambiente Externo

Se estima, que en el Ecuador son conocidas unas aproximadamente 500 especies de *plantas medicinales*. De ellas, 228 son registradas como las más utilizadas y unas 125 identificadas como las más por el estudio de Buitrón (1999).[11]
Se las obtiene vía recolección silvestre o cultivo. Se comercializan como producto fresco, seco, extracto pulverizado o como aceites esenciales (en pocas cantidades).

Los aspectos de la problemática de la producción de plantas medicinales son:

- Su recolección, uso y comercio no esta regulado, aparte del campo de la protección de los recursos naturales, así como de convenciones ratificadas por el país (como el CITES).
- No hay control de calidad ni se aplican estándares adecuados y buenas prácticas de fabricación en la gran mayoría.
- La falta de acceso del sector industrial a información sobre las investigaciones, la aplicación de tecnologías adecuadas y a la información sobre la legislación existente, promueven la obtención de materia prima en forma no sostenible y el comercio informal.

[11] Buitrón C., Ximena; Ecuador: Uso y Comercio de Plantas Medicinales, situación actual y aspectos importantes para su conservación

Históricamente se conoce que Ecuador ha dado origen a uno de los medicamentos más importantes para la humanidad, a través de la Chinchona, cuyo compuesto, la Quinina, fue descubierto en el siglo XVII y utilizado para la cura del paludismo. Y sigue dando noticias: en círculos informados se sabe que el medicamento modulador biológico de respuesta inmune – BIRM, elaborado por un científico ecuatoriano a base de uno o varias plantas medicinales (probablemente a base de la Dulcamara) y que modifica la conducta de tumores cancerígenos y eleva las defensas bajas de pacientes con SIDA y cáncer, tiene efectos del mejoramiento de la calidad de vida de pacientes, que están documentados (Antonio Salazar, comentario personal 2001).

Otro ejemplo de un compuesto en base de plantas medicinales desarrollado en el país es el producto INMUNEX, con aplicación en la acuicultura, que tiene efectos antivirales significativos y comprobados en el camarón infectado con la mancha blanca y está por comercializarse internacionalmente.

1.2.1.1 Análisis de los proveedores

La mayoría de plantas comercializadas salen directamente del bosque de las regiones de la Amazonía y sierra principalmente, se distribuyen hacia Pastaza, Puyo, Tena, Sucumbíos, Ambato y Riobamba. Desde ahí salen a los principales puertos y mercados. Ambato, una de las ciudades más comerciales del país, es el mayor centro de acopio y distribución, al por mayor, de plantas medicinales provenientes de las tres regiones del país.

Hay plantas de la sierra que se venden en mercados de la Amazonía, de la costa y también algunas especies de la Amazonía y de la costa son comercializadas en la sierra. Las plantas medicinales de la costa se distribuyen principalmente desde el mercado de Cuenca, donde llegan desde el lugar de origen transportadas en camiones. La venta por catálogos se la realiza en centros comerciales. La mayoría de productos naturales llegan ya procesados a la costa.

La oferta es limitada por varios motivos, comenzando con el sistema de recolección y transporte rudimentario, que hacen que muchas plantas se dañen

hasta llegar a su destino. Mientras la industria informal las acepta en estas condiciones, la industria seria busca material en óptimas condiciones e inclusive se ve obligada a importar. Por otro lado ya no se encuentran suficientes cantidades de algunas especies más demandadas (ver Buitrón 1999, UTPL 2010). La fase comercial, aunque sea informal, está más avanzada que la fase de investigación e industrialización en el país.

El mercado internacional de plantas medicinales está cada vez más dominado por grandes firmas, generalmente compradoras de materia prima en todo el mundo, que es transportada a sus centros de elaboración y acondicionamiento del granel final. La competencia en precio es cada vez mayor y bastantes áreas se especializan en productos para los que tiene ventajas comparativas claras. En general, el factor de mano de obra para la recolección es un factor de desequilibrio y hace imposibles muchos cultivos en países con salarios relativamente altos, como es el caso español.

La mayoría de empresas o comerciantes se niegan a proporcionar datos y cifras sobre las exportaciones o importaciones de productos y medicinas naturales y muchos aseguran que el comercio es solamente local. Sin embargo se sabe que se exportan principalmente a los mercados de Estados Unidos y Europa sin realizar trámites legales, solamente llevando los productos al por mayor o menor, vía aérea y marítima y pagando a las aduanas (Buitrón 1999). Se conoce que salen del país no sólo los productos nacionales, sino que se re-exportan también peruanos, colombianos y argentinos al por mayor y menor, sin ninguna documentación oficial, principalmente hacia Estados Unidos y Europa. Ni para las plantas medicinales ni para productos derivados existen entonces datos oficiales reales. Una de las formas observadas es el intercambio por otros productos en las fronteras con Colombia y Perú.

Los principales centros de salida de las plantas medicinales hacia otros países son El Coca, Aguas Verdes, Lago Agrio y la frontera con Colombia, donde se realizan intercambios entre Tulcán e Ipiales. El comercio se lo realiza con gente puntual, bien identificada.

1.2.1.2 Identificación y caracterización de la competencia

El cultivo regular de plantas medicinales, y su transformación industrial es una interesante alternativa para numerosas regiones rurales de Jipijapa, que ayudaría a resolver problemas económicos, sociales y medioambientales. El aprovechamiento por el hombre de las plantas medicinales, así como la extracción y utilización de sus esencias, hay que buscarla en la más remota antigüedad. Desde tiempos de la colonia con enormes latifundios, donde la población indígena estaba relegada a vivir en las zonas más altas y frías de las provincias de la sierra, donde retomaron la agricultura, pastoreo de animales como medio de vida. De allí nace los productos con el cultivo de plantas medicinales, utilizadas por los indígenas para un sin fin de utilidades, como de alimentación, de aroma e incluso facultades medicinales.

Existe una gran variedad de plantas aromáticas provenientes del campo como son: Borraja, Cedrón, Eucalipto, Hierba Luisa, Hojas de Nogal, Manzanilla, Menta Piperita, Tomillo, Toronjil, Valeriana entre otras. Donde con el tratamiento adecuado se las puede deshidratar a fin de poderlas comercializar en el Exterior, sin que pierdan las características que son únicas de cada planta.

Estas plantas medicinales son vendidas en los laboratorios para sus respectivos estudios y análisis y transformación de la materia prima en producto final.

1.2.1.3 Dimensionamiento de la oferta actual y potencial

Enfocados al objetivo de nuestro estudio, tenemos que para una operación de exportación o de comercio exterior, el producto puede ser utilizado en su presentación original, o utilizado para la elaboración de otros productos de diversa índole, lo cierto es que las plantas medicinales deshidratadas y la demanda respectiva de las mismas, según profesionales de las instituciones encargadas de su exportación, es inducida por la oferta del producto.

Lamentablemente por la falta de información específica presentada, en relación a consumo o demanda por parte de los países europeos, principalmente España y

Estados Unidos de América, no se pueden precisar cifras exactas de especies de plantas, sin embargo el consumo de las mismas y el crecimiento en la evolución de exportaciones e importaciones de estos países evidencia un consumo considerable.

La mayoría de empresas o comerciantes se niegan a proporcionar datos y cifras sobre las exportaciones o importaciones de plantas medicinales en seco, y muchos aseguran que el comercio es solamente local. Sin embargo se conoce que se exporta principalmente a países como EEUU y Europa sin realizar trámites legales, solamente llevando los productos al por mayor o menor vía aérea o marítima y pagando a las aduanas.

Las informaciones de la demanda se encuentra en dos de los mercados más grandes la Unión Europea y Norte América, como son; España y Estados Unidos respectivamente.

En New York es el mercado de más rápido crecimiento debido a la facilidad a ser introducidas, mientras que en La Unión Europea, especialmente España es un mercado más amplio pero con un poco más de restricciones, lo que no representa ningún obstáculo para el productor nacional ya que este mercado es el preferido por los exportadores, dejando en cierto punto a un lado el ofertar en EEUU.

Es posible obtener información sobre la demanda de las plantas medicinales en seco, para nuestros dos países meta. Los cuales se consideran que el precio fluctúa entre los 4 a 7 dólares, por cada Kilo de plantas medicinales en seco.

1.2.2 Micro Ambiente Interno

1.2.2.1 Ubicación

La empresa estará ubicada en La Avenida Universitaria, donde se receptará la compra de la materia prima que se dé en las zonas rurales del cantón Jipijapa.

Inversión fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Terreno	1.500,00
Edificio	5.600,00
Maquinaria, Equipo y herramientas	5.712,00
Muebles y Equipos de oficina	1.782,00
Vehículo	1.500,00
TOTAL	**$ 16.094,00**

SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Energía eléctrica	20.523	0,1	2052,3
Agua potable	434	0,28	121,52
Combustible	28	1,96	54,88
Material de limpieza	4	50	200
Yuntas	35	10	350
TOTAL			**$ 2.778,70**

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Telefax		1	180,00	180,00
Escritorio		2	110,00	220,00
Acondicionador de aire		1	280,00	280,00
Sillas		8	14,00	112,00
Computadoras		1	750,00	750,00
Archivador		2	120,00	240,00
TOTAL				**$ 1.782,00**

TERRENO				
DETALLE	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Terreno	m2	500,00	3,00	**1.500,00**

VEHICULO				
DETALLE	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Motocicleta	Moto	1,00	1.500,00	1.500,00

HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Azadones		45	7,20	324,00
Rastrillos		45	10,00	450,00
Podadora Celco No. 2		50	12,00	600,00
TOTAL				**$ 1.374,00**

EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Botas (pares)		12	16,00	192,00
Cascos		12	20,00	240,00
Extinguidores		2	30,00	60,00
Mascarillas		12	2,00	24,00
				0,00
TOTAL				**$ 516,00**

EQUIPOS AXILIARES

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Guantes de trabajo (pares)		12	7,00	84,00
Overoles		12	15,00	180,00
Bata de laboratorio		2	10,00	20,00
Zapatos antideslizantes (pares)		12	8,00	96,00
Gafas de protección		0	7,00	0,00
Cobertores de boca		12	1,00	12,00
TOTAL				**$ 392,00**

CONSTRUCCION				
DETALLE	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Cerramiento de Terreno en bloques	ml	70	25,00	1.750,00
Construcción de Galpón	m2	50	25,00	1.250,00
Oficina administración	m2	12	25,00	300,00
Baños administración	m2	5	20,00	100,00
Bodega	m2	30	20,00	600,00
Cuarto para máquinas	m2	30	20,00	600,00
Area de recepción	m2	10	20,00	200,00
Area de parqueadero de carros	m2	0	20,00	0,00
Adecuaciones eléctricas	global	1	300,00	300,00
Instalacion de maquinarias y equipos	global	1	500,00	500,00
TOTAL				**5.600,00**

MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA UTILIZADOS AL AÑO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO / UNIT.	TOTAL / AÑO
Facturas talonarios	4	4,00	16,00
Resmas de papel	10	4,00	40,00
Cajas de CD	3	0,30	0,90
Cajas de plumas	4	0,50	2,00
Carpetas	20	3,00	60,00
Otros	1	50,00	50,00
Imprevistos	5%	5,95	5,95
			$ 174,85

MATERIALES DIRECTOS

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Abono humus de lombriz	TM.	12	$ 44,00	$ 528,00
Control fitosanitario	Funda	112	$ 3,50	$ 392,00
Kilol	Kg./litro	43	$ 15,00	$ 645,00
TOTAL				**$ 1.565,00**

MATERIALES INDIRECTOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
Sacos para embalaje		4.279	0,30	1.283,70
Fundas de polipropileno		37.510	0,006	225,06
Etiquetas		37.510	0,004	150,04
Cajas de cartón corrugado		375	0,50	187,50
Cinta de embalaje		20	2,08	41,60
TOTAL				**1.887,90**

1.2.2.2 Misión y Visión de la empresa

Misión

Satisfacer necesidades alimenticias, farmacéuticas y estéticas ofreciendo una variedad de plantas medicinales en seco que sirvan como medicina natural al mercado internacional, comprometidos a mejorar los procesos de producción y transformación de sus productos y capaz de trabajar conjuntamente para satisfacer a sus clientes.

Visión

La visión en convertirnos en una empresa altamente competitiva en la comercialización, producción, exportación e importación de plantas medicinales secas como medicina natural, así llegar a ser líderes nacional en la industria de medicina natural e incursionar en nuevos mercados y participar activamente en la economía ecuatoriana.

1.2.2.3 Objetivos de empresa

- Disponer una planta productiva distinguida por su nivel tecnológico y capacidad de producción.

- Promover los convenios de Asociaciones de Productores de Plantas medicinales en seco a fin de disponer varios proveedores y contar con materia prima que cumpla con las características similares.
- Incursionar en nuevos mercados internacionales por medio de los estudios de factibilidad de gestión de exportación.

1.2.2.4 Imagen de la empresa

1.2.2.5 Análisis estructural de la empresa, 5 fuerzas de Porter

Cualquier estrategia de mercadeo, cuenta con varios factores que se interrelacionan y actúan conjuntamente. Aquí se realiza un análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, las cuales constan en el siguiente gráfico:

Amenaza de nuevos competidores

- Empresas ecuatorianas que se dedican a la elaboración de té de plantas medicinales
- Empresas importadoras de productos naturales

Amenaza de los productos sustitutos

Por ser un producto de uso diario en todos los hogares, existe una gran competencia en el mercado con productos sustitutos. A continuación se detalla los tres principales:

- Plantas aromáticas
- Té

Poder de los proveedores

La materia prima que se utilizará en la producción de plantas medicinales en seco tiene precios moderados debido a que no existen empresas en la provincia de Manabí que estén dedicadas a esta actividad comercial.

Ecuatoriano que compiten entre sí, es decir que PLAMEDIJIPI S.A. Tendrá el poder de negociar.

Poder de los consumidores

PLAMEDIJIPI S.A. Esta dirigida a las personas que gustan cuidar su salud y estado físico y es una tendencia que va en aumento.

Rivalidad de la Industria

A nivel nacional no existe una amenaza entre las empresas porque es un producto que recién se está dando a conocer y solo existe una empresa en Quito que tiene una presentación en polvo, y entre los productos extranjeros solo existen los locales que venden productos naturales que venden muchas veces sin registro sanitario productos de Colombia y Perú, especialmente.

1.2.2.6 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial

Las informaciones de la demanda se la encuentran en dos de los mercados más grandes: la Unión Europea y Estados Unidos. La Unión Europea es el mayor mercado (en especial Alemania), mientras que Estados Unidos es el mercado de más rápido crecimiento. Nuevas materias pueden ser introducidas con mayor facilidad a Estados Unidos que a la Unión Europea o Japón, porque la legislación considera un producto como seguro hasta que sea probado lo contrario.

1.2.2.7 Oportunidades y Amenazas.- Síntesis

Oportunidades

- Existencia de asociaciones de pequeños productores organizados de producción de plantas medicinales.
- Existencia de agricultores experimentados en cultivos para la exportación con proyectos o interés de incursionar en la producción de plantas medicinales.
- Disponibilidad de mano de obra para cultivo y procesamiento.
- Zonas agro-ecológicas apropiadas para el cultivo con la posibilidad de buenos rendimientos.
- Alternativa de cultivo para pequeños productores que puede estar orientada para el mercado nacional o para un comprador puntual en el mercado internacional, y a medida que la experiencia y el desarrollo del negocio lo justifique extenderse al mercado mundial.
- Proyectos y programas de donantes internacional a favor del desarrollo de pequeños productores, incluido iniciativa BIOCOMERCIO.
- Recursos naturales: buenas condiciones climáticas, de suelos y una gran variedad de especies, recursos forestales y zonas silvestres.
- Encontrar nuevos productos naturales ya que existe un interés mundial por su uso.
- La agroindustria se puede adecuar a sectores campesinos con bajo nivel educativo. Se puede valorizar la mano de obra no calificada en zonas rurales mediante la implementación de tecnologías sencillas.

- Este tipo de cultivos es una alternativa no tradicional, especialmente para las especies autóctonas.
- Consumo mundial en aumento.

Amenazas

- Existen en relación a su potencialidad pocos antecedentes publicados del valor curativo o la variabilidad genética de la flora autóctona regional.
- Carencia en el ámbito nacional de un sistema de estandarización de calidad e inocuidad del producto.
- Precios bajos en el mercado interno.
- La fácil adaptabilidad a diferentes microclimas de especies como la menta, manzanilla o la hierba buena provocan sobreofertas en el mercado nacional, dando como resultado precios muy bajos con relación a los precios internacionales, por lo cual es necesario diversificar hacia especies con demanda internacionales

1.2.2.8 Procedimiento de obtención del producto final

Rendimientos

Para obtener 1 TM de hojas o flores en seco en condiciones para exportación, se requiere de 5 TM de hojas o flores frescas.

Recolección

El material a secarse debe ser recogido en la mañana para contar con la seguridad de que sus elementos integrantes no hayan experimentado deterioro, sobre todo, en cuanto a sus principios activos y aún el aroma.
El material es embalado en sacos de polipropileno de 80x120 para el adecuado traslado hacia el área de procesamiento.

Lavado y desinfección

Tanto hojas como flores se lavan en agua pura y fría para eliminar cuerpos extraños depositados en ellas y que generalmente son acarreados por el viento y

por los insectos que se posan en ellos, en casos menos frecuentes por animales mayores que incursionan en los sembríos.

Inmediatamente se procede a desinfectarlo en un baño de Kilol un desinfectante orgánico permitido el cual cada litro se combina con 1.000 litros de agua y sirve para desinfectar 5.000 Kg. de material fresco.

Luego se procede a un lavado adicional y a sacudir el material para escurrir el agua presente en exceso.

Presecado y separación

El material es expuesto al ambiente para lograr un secado inicial, no se debe tener contacto directo con el sol ya que esto reduce su calidad considerablemente; de tal manera que se tengan rangos de contenido de humedad del orden del 70%-75%, para luego proceder a la separación de aquellos elementos que integrarán el lote a enviarse, tales como tallos desprovistos de hojas, pecíolos muy largos, etc.

Humectación

El volumen total, convenientemente extendido se rocía con agua fresca y pura, mediante el sistema de espray. Esta operación tiene por objeto evitar que el contacto inicial en el cuerpo vegetal a secarse se produzca directamente sobre su superficie indefensa. Adicionalmente, el agua añadida favorecerá la eliminación del agua a desalojarse debido a efectos de tensión superficial, capilaridad y presión osmótica.

Secado

A la unidad de humectación la sigue la correspondiente a secado. La cámara artesanal de secado es la única maquinaria disponible para el efecto, es una cámara de 2,5 metros de ancho por 3 metros de alto y 2,5metros de espesor, con estructura de madera y recubrimiento de plástico negro. La temperatura de cada

cámara es medida por termómetro industrial y es necesario ubicar un higrómetro en el área de secado para medir la temperatura y la humedad de la misma.

Empaque

Según el requerimiento del comprador se empaca en fundas de polipropileno con sus respectivas etiquetas, luego se coloca en cajas de cartón, y se rotula, de acuerdo a las instrucciones del interesado y se almacena en la bodega de producto terminado.

1.2.2.9 Análisis del impacto ambiental

1.2.2.10 Fortalezas y Debilidades.- Síntesis

Fortalezas

- Capacidad de producción orgánica, lo cual da un valor agregado al producto.
- Nuestro país es una de las regiones del planeta con menor área no aprovechable (zonas áridas y semiáridas) para la agricultura, lo que habla de su riqueza edáfica y climática.
- Si se eligen las especies adecuadas, son cultivos aplicables a zonas marginales, como regiones áridas, semiáridas, de montaña o de difícil mecanización agrícola, con imposibilidad de realizar cultivos intensivos.

Debilidades

- Difícil manejo de especies silvestres para que se adapten a las condiciones de cultivos tradicionales.
- Falta de concientización del pequeño productor de la importancia de ofrecer una calidad internacional.
- Restringido acceso a información de mercado, sus preferencias y condiciones de acceso

CAPÍTULO II
PLAN COMERCIAL

2.1 Micro segmentación

El sector debe mejorar su posicionamiento a nivel nacional. Esto se lo realizará a través de actividades de comunicación y lobby con los siguientes objetivos:

Objetivos son:

- Dar a conocer el sector de Plantas Medicinales y Aromáticas, el trabajo que se esta realizando y el potencial del sector para el país.
- Crear una actitud positiva hacia el sector.
- Concienciar a las empresas y organizaciones sobre de las ventajas de trabajar juntos y organizarse bien.
- Grupos metas para mejorara el posicionamiento son:
- Ministerio de Agricultura, Ministerio de Salud, Ministerio de Ambiente Universidades y INIAP, ONGs como Ecociencia, CECI etc.
- Organizaciones de la red y las Pymes.
- Otras organizaciones y empresas del sector

2.2 Posicionamiento

Base del posicionamiento comercial:

Los productos naturales, de las culturas típicas del Ecuador en los Andes, la Amazonía y la Costa Pacífica, constituyen una opción interesante para compradores nacionales e internacionales. Productos naturales, de alta calidad, fáciles de usar, exóticos, de origen producidos de una manera sostenible.

Por ventajas comparativas como la luminosidad, el tipo de suelo, los microclimas y las prácticas de producción de la materia prima la calidad es mejor que la de los competidores.

Las organizaciones y empresas en el Ecuador son socios confiables y están en capacidad de producir una amplia gama de productos naturales con buena calidad y con sistemas de producción sostenibles y orgánicos

Posicionamiento del sector

El sector debe mejorar su posicionamiento a nivel nacional. Esto se lo realizará a través de actividades de comunicación y lobby con los siguientes objetivos:

Objetivos son:

- Dar a conocer el sector de Plantas Medicinales secas, el trabajo que se esta realizando y el potencial del sector para el país.
- Crear una actitud positiva hacia el sector.
- Concienciar a las empresas y organizaciones sobre de las ventajas de trabajar juntos y organizarse bien.

Grupos metas para mejorara el posicionamiento son:

- Ministerio de Agricultura, Ministerio de Salud, Ministerio de Ambiente.
- Universidades y INIAP.
- ONGs como Ecociencia, CECI etc.
- Organizaciones de la red y las Pymes.
- Otras organizaciones y empresas del sector.

2.3 Características del producto

La marca que llevaran nuestros productos será la de **PLANMEDIJIPI S.A.**, que es una de las características de la planta.

Marca del producto

PRODUMEDICINAL

Logotipo

Debido a la gran creatividad y competencia de productos sustitutos que hay en el mercado, he creado un logotipo que represente y de significado original al producto que se comercializará. Por lo tanto el logotipo es el siguiente:

2.4 Canales de distribución

Colocar los bienes y servicios donde y cuando son necesarios y felicitar el cambio de propiedad y transferencia del título ocurren dentro de los canales de distribución. En algunos casos, la ruta que los bienes y servicios toman durante estas funciones es relativamente corta y sencilla.

Otras rutas son más complejas y largas. Sin embargo, el importador debe tener un entendimiento funcional de la ruta compleja que un producto extranjero debe tomar para llegar a las tiendas en cualquier ciudad o pueblo de Estados Unidos.

Los canales de distribución pueden ser definidos formalmente como la estructura de las unidades de la organización intracompañía son los agentes y distribuidores, mayoreo y menudeo, a través de los cuales una mercancía, producto o servicio es comercializado.

Las diversas instituciones y organizaciones de comercialización que son responsables por el flujo del título y el movimiento físico de los bienes y servicios del productor al consumidor, forman la ruta que los productos o servicios siguen a medida que pasan del punto de producción al punto de consumo final. Estas unidades desempeñan las siguientes funciones importantes:

- Los canales de distribución facilitan el flujo de los bienes y servicios, reducen el número de transacciones requeridas para llegar al consumidor final.
- Los canales de distribución ajustan las discrepancias entre la oferta y la demanda.
- Para cumplir con estas funciones, los canales de distribución desempeñan las siguientes actividades:
- Transferencia del título: facilitando el intercambio de propiedad.
- Promoción: desarrollo de la mezcla promocional.
- Negociación: búsqueda y negociación de los términos de venta.
- Distribución física: transportar y almacenar los bienes.
- Financiamiento: adquirir y dispersar los fondos para cubrir el costo.
- Toma de riesgos: asumir los riesgos de la conexión.
- Ordenamiento: anticipar las necesidades del consumidor y ajustar a la oferta de la compañía el mercado.
- Pago: retrofinanciamiento de los compradores a los productores.

Factores que afectan las decisiones sobre el canal de importación

- Grado de experiencia en comercialización
- Tipo de sistema de comercialización deseado
- Grado de control deseado
- Situación competitiva
- Costo

Canales de distribución para productos agrícolas

A continuación mostramos un canal típico de distribución para productos agrícolas no tradicionales. Como se muestra, el importador trata ya sea con el productor o con los agentes extranjeros de exportación tales como cooperativas, distribuidores independientes y corredores de exportación. Estos productos son entonces dirigidos a los mercados de consumo e institucionales.

2.5 Promoción y Publicidad

Los valores más importantes que se comunicarán son:

- 100 % natural;
- Calidad;
- Biodiversidad de los Andes, la Amazonía y la Costa Pacífica.

Adicionalmente también se comunicarán valores como:

- Comercio justo
- Producción orgánica y sostenible;
- Productos saludables.

Los valores a comunicar variarán de acuerdo al segmento y al cliente.

El eslogan principal del sector será "Salud y Vida"

El posicionamiento y los valores principales son los elementos del "Produmedicinal" y el mensaje principal. Por concepto, Comercio Justo, Medicamentos Naturales, Ingredientes Naturales, Ingredientes Exóticos, se cambia acentos en el mensaje.

DESCRIPCIÓN	**COSTO AL MES**	**COSTO AL AÑO**
Publicidad	$ 250,00	**$ 3.000,00**

CAPÍTULO III

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

3.1 Plan de Operaciones

"Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamadas cartas o gráficas de organización. Consisten en hojas o cartulinas en las que cada puesto de un jefe se representa por un cuadro que encierra el nombre de ese puesto (y en ocasiones de quien lo ocupa) representándose, por la unión de los cuadros mediante líneas, los canales de autoridad y responsabilidad. Los organigramas señalan la vinculación que existe entre sí de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales.

Requisitos de un organigrama

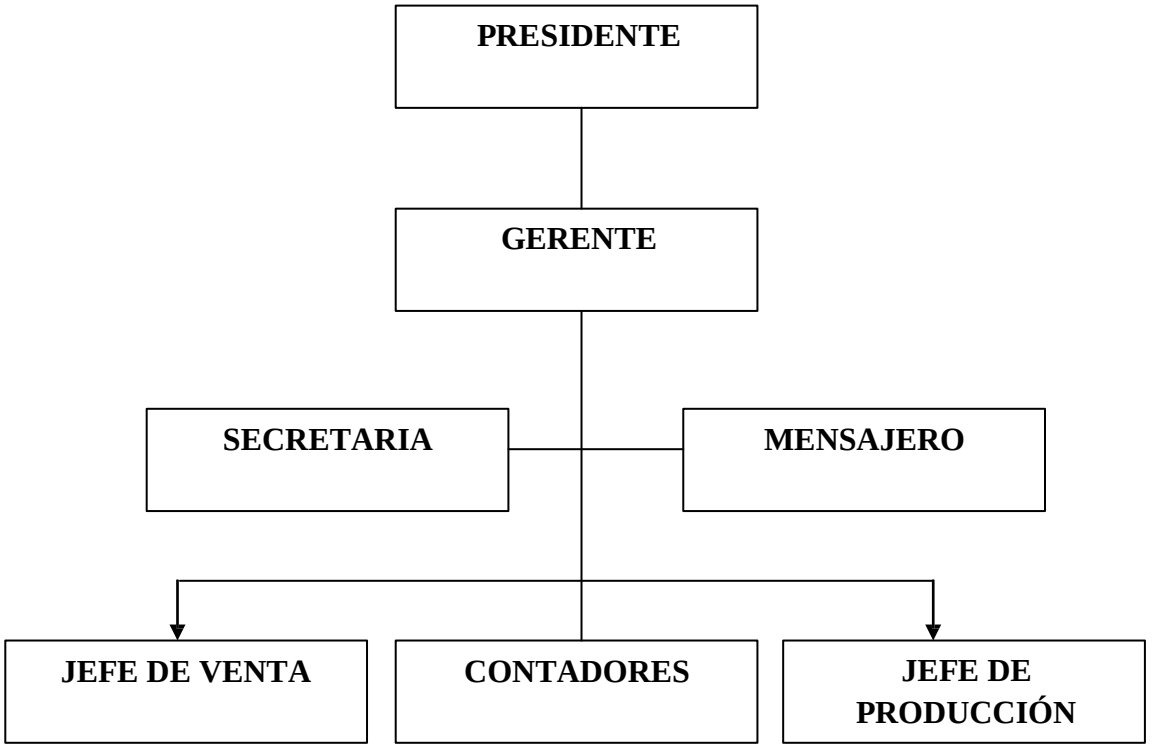
- "Los organigramas deben ser, ante todo, muy claros; por ello se recomienda que no contenga un número excesivo de cuadros y de puestos, ya que esto, en vez de ayudar a la estructura administrativa de la empresa, puede producir mayores confusiones. Por ellos, los cuadros deben quedar separados entre sí por espacios separados.
- Los organigramas no deben comprender ordinariamente a los trabajadores o empleados. El más frecuente es hacerlos arrancar del Director, o Gerente General y terminarlos con los jefes O supervisores del último nivel.
- Los organigramas deben contener nombres de funciones y no de personas. Cuando se desea que estos últimos figuren, conviene colocar dentro del mismo cuadro, con una letra mayor el nombre del puesto y con letra menor el nombre de la persona que lo ocupe.
- Los organigramas pueden presentar un número muy grande de elementos de organización. De ordinario sirven exclusivamente para lo anteriormente dicho."

3.2 Plan de Recursos Humanos

"Son organigramas que representan la estructura jerárquica, desde arriba hacia abajo. Son los organigramas más utilizados." Utilizaremos este tipo de

organigrama ya que es una pequeña empresa y tiene pocos niveles jerárquicos lo que garantiza la comunicación adecuada y un eficiente flujo de la información.

A continuación presentamos el organigrama estructural de la empresa:



3.3 Plan de Acción de Corto Plazo

INVERSION DIFERIDA

DENOMINACIÓN	VALOR
PERMISOS MUNICIPALES Y OTROS	275,00
GASTOS DE CONSTITUCION	350,00
TOTAL	**625,00**

PERMISOS MUNICIPALES Y OTROS	
DENOMINACIÓN	**VALOR**
Permiso de Cuerpo de Bombero	20,00
Registro Único de Contribuyente (RUC)	5,00
Registro Sanitario	150,00
Registro de IPI (Instituto de Propiedad Intelectual)	100,00
TOTAL	**275,00**

GASTOS DE CONSTITUCION	
DENOMINACIÓN	**VALOR**
Permiso de Fucionamiento	45,00
Honorarios Profesionales	180,00
Notaria (Escritura)	85,00
Publicacion (Prensa)	40,00
TOTAL	**350,00**

AMORTIZACION DE DIFERIDOS			
DESTALLES	**VALOR**	**%**	VARLOR ANUAL
PERMISOS MUNICIPALES Y OTROS	275,00	20	55,00
GASTOS DE CONSTITUCION	350,00	20	70,00
TOTAL			**125,00**

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACIÓN	**CANT.**	**SUELDO MENSUAL**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Gerente	1	300,00	300,00	3.600,00
Secretaria (contadora)	1	200,00	200,00	2.400,00
Jefe de ventas	1	200,00	200,00	2.400,00
Mensajero	1	180,00	180,00	2.160,00
TOTAL	**4**			**$ 10.560,00**

CAPÍTULO IV

PLAN FINANCIERO

Evaluación Económica y Financiera

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia análisis de la factibilidad de un proyecto.

Estados financieros proforma

"Después de haber elaborado todos los presupuestos requeridos para el proyecto, se procede a la formulación de los estados financieros proforma, los que mostrarán finalmente la situación futura de la empresa. Los estados financieros que normalmente se presentan en este tipo de estudios son el balance general inicial o estado de situación inicial y el estado de resultados o de pérdidas y ganancias."

Balance general inicial o estado de situación inicial

"Un balance inicial (en tiempo cero) presentado en la evaluación de un proyecto, dado que los datos asentados son muy recientes, es probable que si revele el valor real de la empresa en el momento de inicio de sus operaciones." El valor total de los activos al igual que los pasivos más el patrimonio al inicio de sus actividades es de $ **20.321,66**.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

(En Dolares)

ACTIVOS		**PASIVOS**	
ACTIVOS CORRIENTE		**PASIVO CORRIENTE**	
Caja	3.610,75		
TOTAL ACT. CTE.	**3.610,75**	**TOTAL PASIVO CTE**	
ACTIVOS FIJOS		**PASIVO A LARGO PLAZO**	
Terreno	1.500,00	Crédito bancario	16.008.81
Edificio	5.600,00	**TOTAL PASIVO LARGO PLAZO**	**16.008.81**
Maquinarias y equipos	5.712,00	**TOTAL PASIVO**	**16.008.81**
Vehículos	1.500,00	**PATRIMONIO**	
Equipos y muebles de oficina.	1.782,00	CAPITAL	4.320,95
TOTAL ACT. FIJOS	**16.094,00**	**TOTAL PATRIMONIO**	**4.320,95**
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de puesta en marcha.	625,00		
TOTAL ACT. DIFERIDOS	**625,00**		
TOTAL ACTIVOS	**20.329,75**	**TOTAL PAS.Y PATR.**	**20.329,75**

TOTAL ACTIVOS = TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este estado financiero sirve para calcular la utilidad o pérdida neta (después de impuestos y reparto de utilidades) que generará el proyecto durante su periodo operativo.

El reparto de utilidades a los trabajadores es del 15% y el pago del impuesto a la renta es del 25%. La utilidad neta del primer año es de $ **7.142,63**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
(En dólares)

	PERIODOS (en años)				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
VENTAS NETAS	65.000,00	68.250,00	71.662,50	75.245,63	79.007,91
COSTOS DE VENTAS					
(-)Costos directos (A1)	12.438,00	12.438,00	12.438,00	12.438,00	12.438,00
(-)Gastos indirectos (A1)	18.639,26	18.639,26	18.639,26	18.639,26	18.639,26
(-)Depreciación (A1,A2)	2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80
UTILIDAD BRUTA	**31.843,94**	**35.093,94**	**38.506,44**	**42.089,56**	**45.851,84**
(-)Gastos de administración (A2)	11.382,96	11.382,96	11.382,96	11.382,96	11.382,96
(-)Gastos de venta (A2)	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
(-)Amortización (Est. Sit. Inic. Gast. Preop)	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
UTILIDAD OPERATIVA	**17.335,97**	**20.585,97**	**23.998,47**	**27.581,60**	**31.343,88**
(-)Gastos financieros (Tabla amort)	1.552,85	1.296,98	1.016,28	708,35	370,56
V.A.I.PE	**15.783,12**	**19.289,00**	**22.982,20**	**26.873,25**	**30.973,32**
(-)Partcip. Empl. 15%	2.367,47	2.893,35	3.447,33	4.030,99	4.646,00
V.A IMP. RENTA.	**13.415,65**	**16.395,65**	**19.534,87**	**22.842,26**	**26.327,32**
(-)Impuesto a la renta 25%	3.353,91	4.098,91	4.883,72	5.710,56	6.581,83
UTILIDAD NETA	**10.061,74**	**12.296,74**	**14.651,15**	**17.131,69**	**19.745,49**

Ingresos promedios al año **71.833,21**

FLUJO DE CAJA

"Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que ocurren los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un período, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del período siguiente puedan ocurrir."

Hay que indicar que existe una disminución de los flujos de caja en el quinto y noveno año ya que es necesario invertir en plantas nuevas para el cultivo ya que las plantas tienen una vida útil de cuatro años.

Adicionalmente hay que invertir en el sexto año en equipos de oficina y en el vehículo que estas tienen una vida útil de cinco años.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
(EN DOLARES)

PERIODOS (en años)						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS NETAS		65.000,000	68.250,000	71.662,500	75.245,625	79.007,906
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS		65.000,000	68.250,000	71.662,500	75.245,625	79.007,906
EGRESOS OPERATIVOS						
COSTOS DE FABRICACIÓN (-DEP)		31.077,263	31.077,263	31.077,263	31.077,263	31.077,263
GASTOS DE VENTAS		3.000,000	3.000,000	3.000,000	3.000,000	3.000,000
GASTOS ADM. Y GENER. (-A D)		11.382,962	11.382,962	11.382,962	11.382,962	11.382,962
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS		45.460,225	45.460,225	45.460,225	45.460,225	45.460,225
SUPERAVIT O (D) OPERT./AÑO		19.539,775	22.789,775	26.202,275	29.785,400	33.547,681
SUPERAVIT O (D)OPERT./ACUM		19.539,775	42.329,550	68.531,824	98.317,224	131.864,905
INGRESOS NO OPERATIVOS						
CREDITO	16.008,805	-	-	-	-	-
APORTE PROPIO	4.320,947	-	-	-	-	-
TOTAL INGRE. NO OPERT.	20.329.752	-	-	-	-	-

EGRESO NO OPERT.						
INV. FIJA	16.094,000	-	-	-	-	-
INV. DIFERIDA	625,000	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN PRINCIPAL		2.637,912	2.893,789	3.174,487	3.482,412	3.820,206
GASTOS FINANCIEROS		1.552,854	1.296,977	1.016,279	708,354	370,560
PAGO IMP RENTA Y PART. EMPL		-	5.721,381	6.992,262	8.331,046	9.741,552
TOTAL EGRESO NO OPERT.	16.719,000	4.190,766	9.912,147	11.183,028	12.521,812	13.932,317
SUPERAVIT O (D) NO OPERT/AÑO	3.610,752	- 4.190,766	- 9.912,147	- 11.183,028	- 12.521,812	- 13.932,317
SUPERAVIT O (D) NO OPERT/ACUM	3.610,752	- 580,014	- 10.492,161	- 21.675,188	- 34.197,000	- 48.129,318
SUPERAVIT O (D) TOTAL/AÑO	3.610,752	15.349,009	12.877,628	15.019,247	17.263,588	19.615,364
SUPERAVIT O (D) TOTAL/ACUM	**3.610,752**	**18.959,761**	**31.837,389**	**46.856,636**	**64.120,224**	**83.735,587**

COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad esta dado por la sumatoria de multiplicar el porcentaje de la inversión que esta financiado por la tasa activa más el porcentaje de la inversión que son de recursos propios por la tasa pasiva.

A este resultado se le suma el porcentaje de la inflación y el riesgo.

PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS

(En dólares)

PLAN DE INVERSIÓN

INVERSION FIJA	APORTE	CRÉDITO	TOTAL
Terreno		1.500,00	1.500,00
Edificio	0,00	5.600,00	5.600,00
Maquinarias, equipos y herramientas		5.712,00	5.712,00
Vehículo		1.500,00	1.500,00
Muebles y equipos de oficina	1.782,00	0,00	1.782,00
Gastos de Constitución	625,00	0,00	625,00
TOTAL	**2.407,00**	**14.312,00**	**16.719,00**

CAPITAL DE TRABAJO			
Materia prima directa una semana de producción	105,25	0,00	105,25
Materiales directos para un mes	130,42	0,00	130,42
Mano de obra directa para un mes	450,00	0,00	450,00
Gastos de operaciones un mes (Anexo 1)		1.696,81	1.696,81
Gastos de administración y ventas para un mes de operación (Anexo 2)	1.228,28	0,00	1.228,28
TOTAL	**1.913,95**	**1.696,81**	**3.610,75**
INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA.+CAP.TRABAJO			**20.329,75**
APLICACIÓN			
INVERSIÓN FIJA	16.719,00	82%	
CAPITAL DE OPERACIÓN	3.610,75	18%	
TOTAL	**20.329,75**	**100%**	
ORIGEN DE FONDOS			
DETALLE	**MONTO**	**PORCENTAJE**	
RECURSOS PROPIO	4.320,95	21%	
CRÉDITO BANCARIO	16.008,81	79%	
TOTAL	**20.329,75**	**100%**	

VALOR ACTUAL NETO

"Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y la resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido y, si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.".

El VAN es de $ **29.596,42,** lo que significa que es positivo y el proyecto es muy rentable.

TASA INTERNA DE RETORNO

"Un segundo criterio de evaluación lo constituye la *tasa interna de retorno,* TIR, que mide la rentabilidad como un porcentaje.

"Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial."

La TIR es del **53,63%** lo que significa que cubre el costo de oportunidad.

Flujo de Fondos Netos Proyectado a 5 Años

RUBROS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS DE OPERACIÓN	**0,00**	**65.000,00**	**68.250,00**	**71.662,50**	**75.245,63**	**79.007,91**
(-)Costo de Operación		31.077,26	31.077,26	31.077,26	31.077,26	31.077,26
(-)Costo de Administración y venta		14.382,96	14.382,96	14.382,96	14.382,96	14.382,96
(-)Depreciación		2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80
(-)Amortización		125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
(-)Pago de Intereses por Crédito Recibido		1.552,85	1.296,98	1.016,28	708,35	370,56
Utilidad Antes de Participación e Impuestos		**15.783,12**	**19.289,00**	**22.982,20**	**26.873,25**	**30.973,32**
(-)15% de Participación Trabajadores		2.367,47	2.893,35	3.447,33	4.030,99	4.646,00

(=)Utilidad Antes de Impuesto a la Renta		13.415,65	16.395,65	19.534,87	22.842,26	26.327,32
(-)25% de impuesto a la Renta		3.353,91	4.098,91	4.883,72	5.710,56	6.581,83
Utilidad Neta		**10.061,74**	**12.296,74**	**14.651,15**	**17.131,69**	**19.745,49**
(+)Utilidad en Ventas de Activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Impuestos a las utilidades de ventas de activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Ingresos no gravables		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Costos de operación no deducibles		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Valor en libros de los activos vendidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación		2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80	2.078,80
(+)Amortización de activos diferidos		125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
(-)Costo de inversión fija	16.719,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Capital de trabajo	3.610,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación de capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	3.602,66
(+)Crédito recibidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Pago del capital (amortización del principal)		2.637,91	2.893,79	3.174,49	3.482,41	3.820,21
Flujo de fondos Netos	**-20.329,75**	**9.627,63**	**11.606,75**	**13.680,46**	**15.853,08**	**21.614,84**

VAN	**29.596,42**
TIR	**53,63%**
R B/C	**1,13**

VAN (ingreso)	**256.103,31**
VAN (egreso)	**226.370,99**

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El *período de recuperación de la inversión*, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado.

El período de recuperación del proyecto se da en el primer año a partir de ahí el resto son ganancias del proyecto.

Años	Inversión	FFN		VP FFN
0	- 20.329,75			
1		9.627,63	1año	8.596,10
2		11.606,75	2 año	9.252,83
3		13.680,46	3año	9.737,48
4		15.853,08	4 año	10.074,92
5		21.614,84	5 año	12.264,84

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

"La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando éste es cero, la relación beneficio-costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno y, si el VAN es negativo, ésta ser menor que uno."

vp=vf/(1+i)^n		
Inversión		20.329,75
VP ffn 4to año		37.661,33
Diferencia		- 17.331,58

AÑO	VALOR PRESENTE
1	12.264,84
-0,76	17.331,58

Porcentaje por año $\frac{-\ 17.331,58}{12.264,84}$ = - 1,41

PRI= 2,59 AÑOS

La relación Beneficio-costo del proyecto es igual a $ 1,41

Lo que significa que por cada dólar invertido existe una rentabilidad de $ 0,41.

Punto de equilibrio

"El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables."

PUNTO DE EQUILIBRIO 1ER. AÑO

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Materia prima directa		5.473,00
COSTOS OPERATIVOS		
Mano de obra indirecta	8.640,00	
Mano de obra directa	5.400,00	
Materiales directos	1.565,00	
Depreciación	2.078,80	
Electricidad		2.052,30
Agua		121,52
Teléfono	54,88	
Internet	200,00	
Materiales ind. Y otros sum.		4.666,60
Seguros	384,36	
Imprevistos		969,60
Gastos de administración.	11.382,96	
Gastos de ventas.	3.000,00	
Gastos financieros.	1.552,85	
TOTALES	**34.258,86**	**13.283,02**
Costo total= C.fijos+C.variables	**47.541,88**	

P.E.= Punto de equilibrio	43.057,92
C.F.= Costo fijos	34.258,86
C.V = Costo Variables	13.283,02
V = Ventas netas.	65.000,00

$$PE = \frac{CF}{1-(CV/V)}$$

PE. 43.057,92

CANTIDAD	INGRESO 1er AÑO
130.000,00	65.000,00

$$PE\ Q = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO-C. VAR. UNT.}}$$

Costo fijo	$	34.258,86
precio	$	0,50
Costo variable unitario	$	0,10
Peq		86.115,85 unidades

CANTIDADES	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	UTILIDADES
0,00	0,00	34.258,86	0,00	34.258,86	-34.258,86
10.000,00	5.000,00	34.258,86	1.021,77	35.280,63	-30.280,63
20.000,00	10.000,00	34.258,86	2.043,54	36.302,40	-26.302,40
30.000,00	15.000,00	34.258,86	3.065,31	37.324,17	-22.324,17
40.000,00	20.000,00	34.258,86	4.087,08	38.345,94	-18.345,94
50.000,00	25.000,00	34.258,86	5.108,86	39.367,71	-14.367,71
86.115,85	43.057,92	34.258,86	8.799,07	43.057,92	0,00
70.000,00	35.000,00	34.258,86	7.152,40	41.411,25	-6.411,25
80.000,00	40.000,00	34.258,86	8.174,17	42.433,02	-2.433,02
90.000,00	45.000,00	34.258,86	9.195,94	43.454,80	1.545,20
100.000,00	50.000,00	34.258,86	10.217,71	44.476,57	5.523,43
110.000,00	55.000,00	34.258,86	11.239,48	45.498,34	9.501,66

$$\textbf{Peq \$} = \frac{\text{Ventas - Costo variable}}{\text{Ventas}} \quad \text{Costo fijo}$$

$ 34.258,86

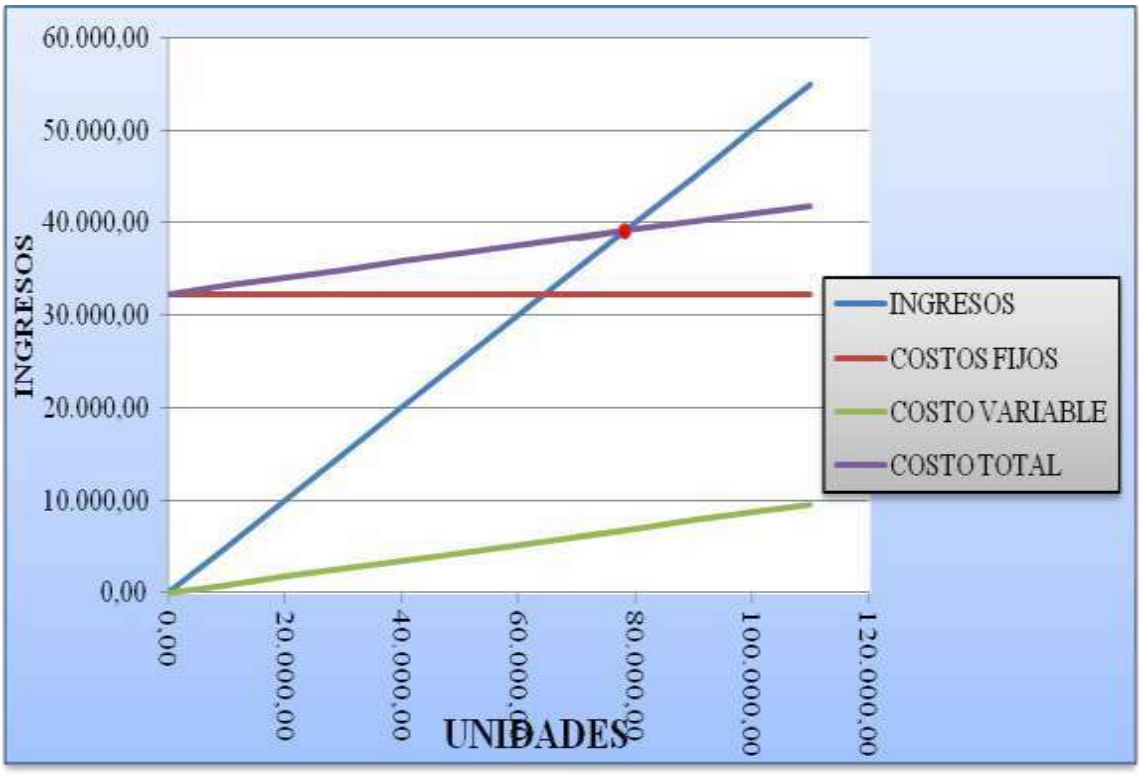
$ - $ 51.716,98

$ - 65.000,00

$ 0,80

Peq $ $ 43.057,92

PUNTO DE EQUILIBRIO



VI. CONCLUSIONES

- Existe mucha información disponible de las propiedades y usos de las plantas medicinales tanto en libros, publicaciones, en instituciones relacionadas en el campo de la agricultura y en el Internet.
- Según el estudio de mercado la comercialización de las plantas medicinales se lo realiza a nivel nacional e internacional.
- A nivel nacional se comercializa plantas cultivadas en la región costa, sierra y Amazonía. Ambato es el mayor centro de acopio y distribución de plantas medicinales provenientes de las tres regiones del país.
- A nivel internacional se comercializa principalmente a la Unión Europea y Estados Unidos.
- Del total de las exportaciones realizadas por el Ecuador en el período entre 2005 y el 2010 el 66% se exportó a los Estados Unidos.
- Las importaciones realizadas por Estados Unidos de la partida arancelaria 1211909000 denominada como "Los demás" para el año 2010 es de USD $128.926.900,00 y de este valor el 33,56% se destino a la ciudad de Nueva York es decir USD $43.273.500,00.
- A pesar de que la mayoría de las exportaciones tienen como destino el mercado de los Estados Unidos el porcentaje de participación del Ecuador es menor al 0.01% del total de las importaciones.
- El cultivo y proceso de producción de las plantas medicinales en seco es complejo y requiere supervisión total en cada uno de los procesos desde la preparación del suelo para la siembra hasta el empaque del producto terminado para ser comercializado.
- Para realizar adecuadamente las exportaciones al exterior es necesario seguir todos los trámites correspondientes y así garantizamos la entrada de nuestro producto hacia el mercado meta.
- El valor actual neto es de $ 29.596,42, esto quiere decir que es positivo y por lo tanto que el proyecto es muy rentable.

- La tasa interna de retorno del proyecto es del 53,63% lo que significa que cubre el costo de oportunidad.
- La inversión se recupera en el primer año lo que permite a partir de ese momento que las utilidades sean líquidas y que la recuperación de la inversión sea segura.
- El punto de equilibrio se presenta en un nivel de producción de 130.000 Kg. con un ingreso de $ 65.000,00.

VII. RECOMENDACIONES

- Fomentar la difusión de las propiedades de las plantas medicinales para que un mayor número de personas conozcan sus bondades para ser usadas como medicina natural.
- De acuerdo a las conclusiones antes mencionadas es necesario incrementar la participación de nuestro país en las importaciones realizadas por los Estados Unidos ya que es un mercado muy amplio y con grandes posibilidades para un producto que cada día tiene mayor acogida; cabe indicar que es un mercado muy competitivo que exige un producto de alta calidad que cumpla con todos los requisitos y que apruebe todas las inspecciones necesarias que garanticen su calidad.
- Por lo tanto se debe entregar un producto de alta calidad y completamente orgánico libre de químicos que atenten con la salud del consumidor.
- Es necesaria mayor tecnología en el procesamiento de las plantas, debería existir maquinaria especializada para el proceso de secado con mayor eficiencia, ya que según información disponible existe únicamente una cámara artesanal de secado.
- Ya que no contamos con contactos directos en el mercado meta hemos considerado realizar la venta de nuestros productos a través de un broker y por lo tanto es indispensable tener un buen contacto con él y que nos garantice la venta de nuestro producto.
- La administración debe ser eficiente lo que permitirá optimizar los recursos de la empresa, garantizar los ingresos y rendimientos para asegurar la evaluación económica y financiera que hemos realizado.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. Acosta Solis, Misael; Vademécum de plantas medicinales del Ecuador; Ediciones Abya – Ayala; Quito; 1992.
2. Asesoría jurídica del Estudio Bermeo Hidrovo & Asociados para la elaboración de la Minuta de Constitución de la Compañía. McGraw-Hill/Interamericana de México; México; 1990.
3. Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de proyectos; Cuarta edición; McGrawHill/Interamericana Editores; México; 2001.
4. Buitrón C., Ximena; Ecuador: Uso y Comercio de Plantas Medicinales, situación actual y aspectos importantes para su conservación; TRAFFIC Internacional; Cambridge; 1999.
5. Burgos, H.; Medicina campesina en Transición: Hombre y Ambiente Nº 24; Ediciones Abya Yala; Quito; 1992.
6. Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana; Datos estadísticos de importaciones de plantas medicinales del período de 1996 a 2004.
7. CBI 2000a; Natural Ingredients for Pharmaceuticals: EU Market Survey 2000; Rotterdam; 50 p.
8. CBI 2000b; Natural Ingredients for Pharmaceuticals: EU Marketing Guide; Rotterdam; 35p.
9. CBI 1999b; Spices and Herbs: A survey of the Netherlands and other major markets in the European Union; Rotterdam; 146 p.
10. CCI/ITC (Centro de Comercio Internacional); Alimentos y bebidas ecológicos: Oferta mundial y principales mercados europeos; Ginebra: ITC; 1999.
11. Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR); La clave del comercio: Libro de respuestas para el exportador; Quito; 2001.
12. CYTED; Los recursos vegetales aromáticos en Latinoamérica: Su aprovechamiento industrial para la producción de aromas y sabores; Buenos

Aires; Editorial UNLP; 2000. 146 Ediciones y Publicaciones Ecuatorianas; Codificación de la Ley de Compañías; Quito; 2003.

13. Gallardo Cervantes, Juan; Formulación y evaluación de proyectos de inversión; McGraw-Hill Interamericana Editores; México; 1998.
14. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP); Informe final del proyecto piloto: recolección, adaptación y producción de biomasa de plantas medicinales y aromáticas de la sierra ecuatoriana; Quito; Septiembre de 1997.
15. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP); Revista Agropecuaria Sector No. 15; Quito; Agosto de 1996.
16. Jambi Kiwa Chimborazo; La magia de las plantas. Volumen 1: Guía práctica para conocer las plantas medicinales y sus propiedades curativas; Riobamba; 2000.
17. Jambi Kiwa Chimborazo; Información técnica para el cultivo orgánico y procesamiento de plantas medicinales en seco; Riobamba; 2004.
18. Mancheno Karolys, Mónica; Larco, Roberto; Estudio de mercado para verificar la factibilidad de la venta de hierbas aromáticas y medicinales en seco; realizado para CEDEIN; Quito; 2000.
19. Naranjo, Plutarco; La medicina tradicional en el Ecuador; Corporación Editorial Nacional; Quito; 1995.
20. Pahlow, N; El gran libro de las plantas medicinales, la salud mediante las fuerzas curativas de la naturaleza.
21. Traffic-Network; La utilización de las plantas medicinales: Un reto para la conservación Mundial, folleto. 147
22. UTPL - Universidad Técnica Particular de Loja (CADES-CETTIA);
23. www.bce.fin.ec; Página web del Banco Central del Ecuador.

ANEXOS

GLOSARIOS

Definiciones

Plantas medicinales

Todo vegetal que contiene en uno o más de sus órganos sustancias que pueden ser usadas con finalidades terapéuticas o que son precursores en el semisíntesis químico-farmacéutica.

Plantas aromáticas

Son aquellas plantas que estimulan el organismo, son tonificantes, expiden una fragancia y sus principios activos están constituidos total o parcialmente por aceites esenciales.

Especias

Cualquier planta deshidratada usada primeramente para condimentar o sazonar alimentos.

Fitoterapia o medicina herbal / botánica

Medicina a base de hierbas.

Industria Fito-farmacéutica y Nutracéutica

Industria dedicada a la producción de fito-fármacos (medicina herbal o botánica) en base a plantas medicinales.

Agricultura orgánica

“Es un sistema holístico de la producción que fomenta y mejora la salud del agro ecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo. Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción específicas y precisas cuya finalidad es lograr agro ecosistemas que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico. (FAO/OMS, Codex Alimentarius, 1999). La agricultura orgánica se caracteriza por un nivel bajo del uso de insumos externos (a la unidad productora) en general y básicamente de orígenes naturales, no uso de químicos de síntesis como fertilizantes y plaguicidas y no modificación genética de las plantas.

ANEXO 1

COSTOS DIRECTOS

COSTO DE LA MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (KILOS)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Plantulas	130.000	0,0421	5.473,00
TOTAL			$ 5.473,00

GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA DIR.				
Jornaleros	100	4,50	450,00	5.400,00
TOTAL	100		$ 450,00	$ 5.400,00

MATERIALES DIRECTOS

DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Valor unitario	VALOR ANUAL
Abono humus de lombriz	TM.	12	$ 44,00	$ 528,00
Control fitosanitario	Funda	112	$ 3,50	$ 392,00
Kilol	Kg./litro	43	$ 15,00	$ 645,00
				$ 1.565,00

COSTOS INDIRECTOS

GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA IND.				
Ingeniero Agronómo	1	120,00	120,00	1.440,00
Jefe de producción	1	400,00	400,00	4.800,00
Guardia de seguridad	1	200,00	200,00	2.400,00
TOTAL				$ 8.640,00

TRANSPORTE

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible y mantenimiento	$ 100,00	$ 1.200,00

COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS AL AÑO

DESCRIPCIÓN			COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Energía eléctrica	Kw./h	20.523	0,1	2052,3
Agua potable	m3	434	0,28	121,52
Combustible	Galón	28	1,96	54,88
Material de limpieza	unidad	4	50	200
Yuntas	unidad	35	10	350
TOTAL				$ 2.778,70

MATERIALES INDIRECTOS Y OTROS SUMINISTROS

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Materiales indirectos	1.887,90
Materiales auxiliares y suministros	2.778,70
	$ 4.666,60

A) DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	COSTO	VIDA ÚTIL	COSTO AL AÑO
Edificio	5.600,00	20	280,00
Vehículo	1.500,00	5	300,00
Maquinarias y equipos	5.712,00	5	1.142,40
			$ 1.722,40

SEGUROS

CONCEPTO	COSTO	TIPO DE SEGURO	% DE SEGURO	VALOR ANUAL
Edificio	5.600,00	S. Incendio	3%	168,00
Vehículo	1.500,00	S. Robo	3%	45,00
Maquinarias y equipos	5.712,00	S. Completo	3%	171,36
				$ 384,36

SUBTOTAL DE GASTOS DE OPERACIONES	$ 19.392,06

IMPREVISTOS

Aproximadamente el 5% de los rubro anteriores	$ 969,60

TOTAL DE GASTOS DE OPERACIONES	$ 20.361,66

TOTAL COSTOS DE OPERACIONES	$ 32.799,66

ANEXO 2

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	1	300,00	300,00	3.600,00
Secretaria (contadora)	1	200,00	200,00	2.400,00
Jefe de ventas	1	200,00	200,00	2.400,00
Mensajero	1	180,00	180,00	2.160,00
TOTAL	**4**			**$ 10.560,00**

B) DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	COSTO	TOTAL / AÑO
Muebles y equipos de oficina (amortizables en 5 años)	**1.782,00**	**$ 356,40**

MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA UTILIZADOS AL AÑO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO / UNIT.	TOTAL / AÑO
Facturas talonarios	4	4,00	16,00
Resmas de papel	10	4,00	40,00
Cajas de CD	3	0,30	0,90
Cajas de plumas	4	0,50	2,00
Carpetas	20	3,00	60,00
Otros	1	50,00	50,00
Imprevistos	5%	5,95	5,95
			$ 174,85

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	TOTAL / AÑO
Aproximadamente 5% de los Costos de muebles y equipos	**$ 89,10**

SUBTOTAL	**$ 11.180,35**

IMPREVISTOS

Aproximadamente el 5% de gastos anteriores	**$ 559,02**

TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$ 11.739,36**

GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Publicidad	250,00	**$ 3.000,00**

TOTAL GASTOS DE VENTAS	**$ 3.000,00**

TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	**$ 14.739,36**

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

CRÉDITO BANCARIO EN DOLARES

MONTO **16.008,81**

INTERÉS (ie) **9,70%** **PAGO** **$4.190,77**

PERIODO **5**

FORMA DE PAGO: en amortizaciones anuales iguales

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERÉS	PAGO DE CAPITAL	CUOTA TOTAL	SALDO FINAL
0					
1	16.008,81	1.552,85	2.637,91	4.190,77	13.370,89
2	13.370,89	1.296,98	2.893,79	4.190,77	10.477,10
3	10.477,10	1.016,28	3.174,49	4.190,77	7.302,62
4	7.302,62	708,35	3.482,41	4.190,77	3.820,21
5	3.820,21	370,56	3.820,21	4.190,77	-0,00

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

(EN DOLARES)

	PERIODOS (en años)					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS NETAS		65.000,000	68.250,000	71.662,500	75.245,625	79.007,906
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS		65.000,000	68.250,000	71.662,500	75.245,625	79.007,906
EGRESOS OPERATIVOS						
COSTOS DE FABRICACIÓN (-DEP)		31.077,263	31.077,263	31.077,263	31.077,263	31.077,263
GASTOS DE VENTAS		3.000,000	3.000,000	3.000,000	3.000,000	3.000,000
GASTOS ADM. Y GENER. (-A D)		11.382,962	11.382,962	11.382,962	11.382,962	11.382,962
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS		45.460,225	45.460,225	45.460,225	45.460,225	45.460,225
SUPERAVIT O (D) OPERT./AÑO		19.539,775	22.789,775	26.202,275	29.785,400	33.547,681
SUPERAVIT O (D)OPERT./ACUM		19.539,775	42.329,550	68.531,824	98.317,224	131.864,905
INGRESOS NO OPERATIVOS						
CREDITO	16.008,805	-	-	-	-	-
APORTE PROPIO	4.320,947	-	-	-	-	-
TOTAL INGRE. NO OPERT.	20.329,752	-	-	-	-	-
EGRESO NO OPERT.						
INV. FIJA	16.094,000	-	-	-	-	-
INV. DIFERIDA	625,000	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN PRINCIPAL		2.637,912	2.893,789	3.174,487	3.482,412	3.820,206
GASTOS FINANCIEROS		1.552,854	1.296,977	1.016,279	708,354	370,560
PAGO IMP RENTA Y PART. EMPL		-	5.721,381	6.992,262	8.331,046	9.741,552
TOTAL EGRESO NO OPERT.	16.719,000	4.190,766	9.912,147	11.183,028	12.521,812	13.932,317
SUPERAVIT O (D) NO OPERT/AÑO	3.610,752	-4.190,766	-9.912,147	-11.183,028	-12.521,812	-13.932,317
SUPERAVIT O (D) NO OPERT/ACUM	3.610,752	-580,014	-10.492,161	-21.675,188	-34.197,000	-48.129,318
SUPERAVIT O (D) TOTAL/AÑO	3.610,752	15.349,009	12.877,628	15.019,247	17.263,588	19.615,364
SUPERAVIT O (D) TOTAL/ACUM	**3.610,752**	**18.959,761**	**31.837,389**	**46.856,636**	**64.120,224**	**83.735,587**