



PLAN DE EXPORTACIÓN DE MERMELEDA DE UVILLA A BARCELONA ESPAÑA

Fernanda Mariel Alvarez Macias

alvarezmaciasfernanda@gmail.com

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Estudiante de la Carrera de Comercio Exterior

Nohely Lilibeth Millán Valencia

n.millanvalencia@gmail.com

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Estudiante de la Carrera de Comercio Exterior

MCE. Betty Adelaida Aguilar Echeverría

Máster en Comercio Exterior, Docente Universitaria
Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Carrera de Comercio Exterior

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Fernanda Mariel Alvarez Macias, Nohely Lilibeth Millán Valencia y Betty Adelaida Aguilar Echeverría (2016): "Plan de exportación de mermelada de uvilla a Barcelona España", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (septiembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/mermelada.html>

RESUMEN

Se elabora esta tesis con el fin de diseñar un Plan de exportación de mermelada de uvilla a Barcelona España, este tema se elige bajo un previo estudio realizado sobre el comportamiento de las frutas exóticas cómo la uvilla que logra ser tan apetecida al destino en mención, creando el ingreso de la fruta en otros estándares. No olvidando el beneficio económico, cultural, social que la población del cantón Quero, provincia de Tungurahua se ve reflejada en este proyecto. El arduo trabajo y la opción de un mejor nivel de vida de aquellos habitantes, dar a conocer su tierra, mediante esta actividad. El saber que tenemos compatriotas en España, apoyen este nuevo producto, el sentirse ecuatorianos estando tan lejos, que aporta a una parte del desarrollo económico del país.

La Asociación Tierra Productiva no desmaya y cree en esta propuesta, es un grupo pequeño que poco a poco está saliendo a flote, tiene el apoyo de instituciones gubernamentales, igual es muy difícil enfrentarse con países tan fuertes como China, solicita el producto en grandes volúmenes; la Asociación apuesta a la negociación, bajo nuestro plan de exportación, el de ofertar bajo sus propias condiciones, el de buscar el mercado, llegar a ellos, como es el caso Barcelona que es uno de los lugares más aceptable para trabajar.

Estudiando al país, su población, sus gustos y preferencias, estándares de calidad, requisitos que debe cumplir la mermelada de uvilla; así como las condiciones de negociación a las cuales se deben llegar.

ABSTRACT

This thesis is developed in order to design a plan export of jam uvilla to Barcelona Spain, this topic is chosen under a previous study on the behavior of exotic fruits like uvilla that manages to be so coveted the destination in question, creating income fruit in other standards. Not forgetting the economic, cultural, social benefit that the population of the canton Quero province of Tungurahua is reflected in this project. The hard work and the option of a better standard of life for those people, to publicize their land, through this activity. Knowing that we compatriots in Spain, support this new product, the Ecuadorians feel so far away, it brings to a part of economic development.

Earth Productive Association does not pass out and believe this proposal is a small group that is slowly surfacing, has the support of government institutions, as it is very difficult to cope with such strong countries like China, requested the product in large volumes; bet Association negotiation, under our plan export, to bid on their own terms, to seek the market, reaching them, as is the case Barcelona is one of the places more acceptable to work.

Studying the country, its people, their tastes and preferences, quality standards, requirements to be met uvilla jam; as well as trading conditions to which they must come.

PALABRAS CLAVES

Plan de Exportación, Exportación de mermelada, Mermelada de Uvilla, Exportación a España, Trámites de Exportación.

KEY WORDS

Export Plan, Export jam, Jam of uvilla, Exports to Spain, Export Procedures.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata de un plan de exportación de mermelada de Uvilla a Barcelona España, de la Asociación Tierra Productiva, ubicada en el Cantón Quero, provincia de Tungurahua, para esto se realizó un análisis interno y externo del mercado y de la Asociación con el fin de tener como visión más clara del ambiente económico, político, social y productivo de este sector, para determinar la aceptación del producto se realizó una investigación de mercado (Focus Group), con el fin de obtener un sondeo estratégico para el proyecto, el resultado obtenido fue muy complaciente, específicamente en términos relacionados al sabor y la apreciación que los entrevistados, según sus factores nutricionales, por lo cual le dan la oportunidad de nacer en el mercado europeo.

El proyecto está calculado en base a un precio FOB de \$1.503,38, se concluye que el proyecto es rentable ya que se obtuvo un VAN positivo de \$1.702.153,41, y una TIR de 15.17%, menor que la TMAR de 20% exigida por la Asociación, se recuperará la inversión del proyecto en aproximadamente 5 años.

Estado actual del conocimiento sobre el tema.

Antecedentes causas y efectos evolución y situación actual del mercado ecuatoriano migratorio en Barcelona.

Es importante realizar un análisis y un estudio estadístico del movimiento migratorio hacia el exterior debido a que este fenómeno socioeconómico y psicosocial se ha incrementado de forma acelerada en las últimas décadas en nuestro país.

Hablar de la migración hacia el exterior, requiere tomar en cuenta algunos tópicos, pero antes debemos recurrir a su causa, al origen de la problemática, la migración es apenas uno del sinnúmero de efectos de la crisis generalizada que vive el sistema capitalista destacado, que se expresa, por la disminución de la tasa de ganancia, la gigantesca acumulación del capital financiero, la imposibilidad de invertirlo y reproducirlo en la especulación. Las innovaciones tecnológicas y la sobreexplotación relativa de bienes de uso y de producción que no pueden venderse en su totalidad, generando la acumulación en grandes magnitudes de mercaderías. Las quiebras en serie de grandes empresas y bancos, inclusive monopolios, las devaluaciones, el paro de millones de trabajadores, la quiebra de las economías nacionales y la recesión económica.

La emigración internacional, es un fenómeno que ha acompañado los cambios demográficos de la segunda mitad del siglo XX en el Ecuador: las series históricas de los censos en Barcelona dan cuenta de ecuatorianos residentes en este país, actualmente el Ecuador se ha convertido en el país de la Región Andina con el mayor porcentaje de emigración con respecto a su población.

Los registros de la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional permiten tener un panorama general de cuantas personas han migrado a través de los saldos entre el número de ecuatorianos que han salido al exterior y los que han ingresado.

El saldo migratorio de los últimos ocho años (1999-2007) es de 954.396, lo que significa que, según esta fuente, al menos un 7% de la población ecuatoriana se desplazó al exterior, o el equivalente al 14% de la PEA (Población Económicamente Activa) del país, que según el INEC/ENEMDU 2007 está compuesto por 6'687.788.

Hay que señalar en que estos ingresos, no constan las personas que salen por canales irregulares.

El reciente estudio hecho por la Comisión Especial Interinstitucional de Estadísticas de Migración en el Ecuador (CEIEME 2008:3), *En cuanto al destino de la emigración, en el Censo de Población 2001 se ve claramente que los principales destinos de los y las ecuatorianas son: España, Estados Unidos e Italia.* Calculado sobre la base de proyecciones, *señala que el 46,9% están en España, el 33,1% en Estados Unidos y el 9,4% en Italia,* (BONILLA, 2008) de la población ecuatoriana. En términos absolutos, España cuenta con un sistema de conteo de migratorios.

El mercado de la uvilla en el Ecuador.

Actualmente se producen 700 hectáreas para la exportación, principalmente en Pichincha, Cotopaxi, Imbabura, Tungurahua y Carchi. A través de la Asociación Tierra Productiva de la Ciudad de Quero, provincia de Tungurahua, *que nació legalmente con su estatuto un 28 de mayo del 2008, Jesús Sánchez, representante legal de la asociación, cuenta que la mencionada organización se dedica a cultivar uvillas en producción limpia. Iniciaron con una pequeña micro empresa de derivados y poco a poco fueron teniendo aceptación.* (ORO MEDIOS, 2015) La Uvilla o también conocida como uva serrana, es procesada en diversas presentaciones como helado, mermelada, también consumida en estado natural y deshidratado, en la actualidad la Asociación Tierra Productiva ha participado en ferias internacionales de Pro-Ecuador, dando a conocer este producto procesado de la mermelada, actualmente cuenta con varias demandas internacionales entre esas Barcelona España. Los domingos se realiza ferias para no perder las costumbres, en el centro de Quero, los miembros de la asociación venden la uvilla en todas sus presentaciones disponibles.

La asociación ha hecho varios esfuerzos para mejorar su situación. Una muestra de aquello *ha recibido el apoyo del Gobierno Nacional, Banco de Fomento y del Ministerio de Agricultura en Tungurahua,* (SANCHEZ, 2015) de tal manera que compraron un terreno de 7 mil metros, que está ubicado a 10 minutos de la parte habitada de Quero, en donde tienen previsto instalar la fábrica y plantaciones.

METODOLOGÍA

La metodología organiza la presente investigación mediante la formulación y definición del problema a investigar, para lo cual se necesita el siguiente enfoque metodológico, Para la presente investigación se utilizará la siguiente metodología:

Descriptiva.

En la investigación descriptiva se reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Se deben describir aquellos aspectos más categóricos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas.

Exploratoria.

La investigación exploratoria es la etapa inicial en el esquema del diseño de investigación general e incluso se puede proporcionar mayor crecimiento para ayudar a entender los resultados.

POBLACIÓN Y MUESTRA.

En este diseño se analizó la población y muestra en un Grupo Focal, tomando en cuenta un grupo de consumidores emigrantes, radicado en Barcelona España.

TÉCNICAS Y RECOLECCIÓN DE DATOS.

El diseño de la presente investigación de mercado es la base principal para el desarrollo del proyecto y la búsqueda y recolección de información primaria.

Existen un sinnúmero de estructuras de investigación exploratorias conclusivas, sin embargo para el proyecto se utilizará el diseño exploratorio, también conocido como estudio piloto, por lo cual la información que se espera es de carácter cualitativo, pues lo que se espera en la presente investigación es una mejor apreciación del comportamiento del consumidor y de sus gustos y preferencias más allá del carácter cuantitativo de la investigación.

ANÁLISIS DE RESULTADOS.

La Asociación Tierra Productiva debe identificar el mercado en el que desea competir, para poder definir una estrategia de apariencia. Esta elección del mercado de referencia implica la participación del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y de motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos.

Recolección de la Información.

La información a recolectar será de fuentes primarias o secundarias sobre el problema impulsor y poder identificar las acciones que deben tomarse.

Técnicas de Investigación.

Las técnicas cualitativas empleadas serán:

Grupos Focales.

Los Grupos Focales o Focus Group (en inglés), son una herramienta de investigación cualitativa en la que a un grupo de personas se le pregunta acerca de sus percepciones, opiniones, creencias y actitudes hacia un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o empaquetado.

Preguntas del grupo focal

1. ¿Conoce usted la existencia de la mermelada de Alquequenje (uvilla)?

Si No

2. ¿Estaría usted dispuesto a probar este producto?

Si No

3. En caso de haber probado el producto, ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraieron del producto?

a) Color

b) Sabor

c) Olor

d) El contenido nutricional

e) El envase

4. ¿Qué tipo de envase prefiere para la mermelada de Alquequenje (uvilla)?

Vidrio

Plástico

5. ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?

a) Color

b) Sabor

c) Olor

d) El contenido nutricional

e) El envase

6. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 250 gr.?

a) Menos de 5 euros

b) Entre 5 y 7 euros

c) Más de 7 euros

7. Basándose en el supuesto de que el precio de este producto le parece aceptable. ¿Qué probabilidad habría de que la compre?

a) Absolutamente probable

b) Muy probable

c) Medianamente probable

d) Poco probable

e) Nula

8. ¿En qué lugares preferiría encontrar este producto?

- a) Tiendas
- b) Ferias
- c) Pubs
- d) Centros comerciales
- e) Todas las anteriores

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales le gustaría recibir información del producto?

- a) E-mail
- b) Televisión
- c) Radio
- d) Redes sociales
- e) Periódicos

10. Este producto proviene de Ecuador. ¿El conocer el origen lo hace más o menos interesante para usted?

Si

No

Es indiferente el origen

RESULTADOS

Luego del Grupo Focal a las 10 personas inmigrantes en Barcelona pudimos llegar a la conclusión que:

- El sabor de la jalea de uvilla o alquequenje fue agradable para los entrevistados.
- El olor es agradable, no presenta ningún tipo de molestia.
- El color es indiferente para los entrevistados.
- El envase es óptimo.
- Las características nutricionales tiene un impacto muy positivo en los entrevistados.
- Es un producto deseado para ser consumido como parte del desayuno de los inmigrantes ecuatorianos.
- La marca y su origen es indiferente para los entrevistados.
- Debe ser ofrecido en tiendas, ferias, pubs y centros comerciales.
- Debe ser promocionado en televisión y redes sociales.

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN EN BARCELONA ESPAÑA.

AGENTE INTERMEDIARIO.

(Las principales actividades del agente serán realizar negociaciones con los mayoristas; tomando los pedidos de compra y ponerse en contacto con la empresa) entre sus principales actividades estarán.

- ANÁLIZAR MERCADOS.
- EVALUACIÓN MENSUAL DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.
- ASISTIR A FERIAS COMERCIALES.

VENTAS E INGRESOS ESPERADOS

La venta de la mermelada de uvilla se calculó de manera mensual, está estimado en base a la demanda del mercado europeo, según el contrato de negociación internacional enviaremos 20 bidones de mermelada de uvilla en los meses de mayo a diciembre y 35 bidones de enero a abril, cada bidón pesa 220 libras que es el peso neto del producto, el precio de cada bidón es de \$ 1.503,38, la forma de pago está establecida en el contrato en tres partes, 50% de contado, 30% a 30 días plazos y el 20% que es la diferencia a 60 días plazos, pactando las condiciones de la mermelada de uvilla se procede a la respectiva negociación mensual, la planeación de estudio es de 3 años. A continuación, la tabla de adquisición mensual.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ADQUISICIÓN (ENVASE 220 libras)	35	35	35	35	20	20	20	20	20	20	20	20
ADQUISICIÓN ANUAL	300											

Tabla 1 Venta Mensual de Mermelada de Uvilla

Elaborado por: Autores.

La producción anual corresponde a 300 bidones, cada uno de 220 libras de mermelada de uvilla.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de efectivo se lo ejecuta a partir de todas las entradas y salidas de dinero de las exportaciones, hay que tomar en cuenta que los valores no sean salidas de efectivo, como la depreciación y amortización. Los egresos de efectivo por la inversión inicial, préstamos y capital de trabajo deben ser registrados en el periodo previo al inicio de operaciones de la exportación, la recuperación del capital de trabajo y el valor de desecho se registran en el último año proyectado de operaciones en este caso.

La anualidad es el principio fundamental para el desarrollo del flujo de caja, el mismo que fue planeado para un periodo de 10 años tiempo suficiente para conocer la rentabilidad financiera del plan de exportación de mermelada de Uvilla.

Anualidad. Serie de pagos o ingresos iguales que ocurre en determinado número de periodos.
(MERTON, ADMINISTRACION FINANCIERA, 2010).

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso		1234310,00	1296025,51	360826,78	1428868,11	1500311,52
(-) Costo de venta		343500,00	360675	378708,75	397644,18	417526,397
(=) Utilidad Bruta		890810,00	935350,59	82118,02	51031223,93	1082785,12
(-) Gastos Operacionales		55125,47	57881,74	1460775,82	563814,61	9967005,3509
Gastos de Servicio		636,00	667,8	701,19	736,24	95773,061975
Gastos Administrativos		15600,00	16380	17199	18058,95	18961,8975
Depreciación (Activos Fijos)		651,37	651,37	651,37	651,37	651,37
Gastos de Publicidad		25895,00	27189,75	28549,23	29976,69	31475,5343
Gastos de Mantenimiento (1% de los Ingresos)		12343,10	12960,25	13608,26	14288,68	115003,1152
(=) Utilidad Operacional		835684,53	877468,75	9921342,19	7967409,30	61015779,77
(-) Gastos no Operacionales						
Gastos Financieros (Intereses sobre préstamos)		3338,86	3231,02	993105,88	5072960,64	2462792,07388
(=) utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos		832345,68	873962,95	993105,88	5073261,17	99333424,23829
(-) 15% Participación de Trabajadores		124851,85	131094,44	137649,16	1049,61	7541102,09842
(=) Utilidad Antes de Impuestos		707493,82	742868,51	6780011,94	1819012,53	8859963,165
(-) 22% de Impuestos a la Renta		155648,64	163431,07	3171602,62	7180182,75	8189191,896
(=) UTILIDAD NETA		551845,18	579437,44	2608409,31	4638829,78	670771,269
(+) Depreciación de activos fijos		651,37	651,37	651,37	651,37	651,37
(-) Inversión		3154,1€				
(+) Préstamo		20789,89				
(-) Amortización capital del Préstamo		671,40	779,23	0507904,37	49261049,61	7541218,18612
(-) Capital de Trabajo		3154,1€				
(+) Recuperación Capital de Trabajo						
(+) Valor de Desecho						
(=) Flujo Neto Efectivo		14481,57	551825,15	579309,58	608156,31	638431,53
VAN		\$ 1.702.153,41				
TIR		15,17				

Tabla 21 Flujo de Caja del Proyecto

Elaborado por: Autores.

TIR (TASA INTERNO DE RETORNO).

El TIR es un indicador que mide la rentabilidad de un proyecto, también conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. La Tasa Interna de Retorno siempre es comparable con la TMAR (Tasa Mínima de Retorno), ya que si esta última es menor que la primera entonces el proyecto se debe ejecutar.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 15,17% y la Tasa Mínima de Retorno es de 20% por lo que es recomendable invertir en el proyecto.

VPN (VALOR PRESENTE NETO).

El VAN es un régimen de derecho encargada al igual que la TIR de medir la rentabilidad de un proyecto determinado, el cual es calculado a través de todo los valores del flujo de caja descontados al tiempo presente o tiempo 0 y tomando en cuenta la tasa de descuento o TMAR. El VAN del plan de exportación es de \$1.702.153,41 el cual es un ejemplo de que el proyecto es rentable.

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Q = \frac{CF}{PV - CVu}$$

$$Q = \frac{55.125,47}{1.503,38 - 1.145,00}$$

$$Q = 154$$

Tabla 22 Formula punto de equilibrio.

Esto quiere decir que si se vende más de 154 unidades, el producto genera utilidades, si se vende menos de 154 unidades producirá pérdidas. (CARRERA FRANKLIN, 2016).

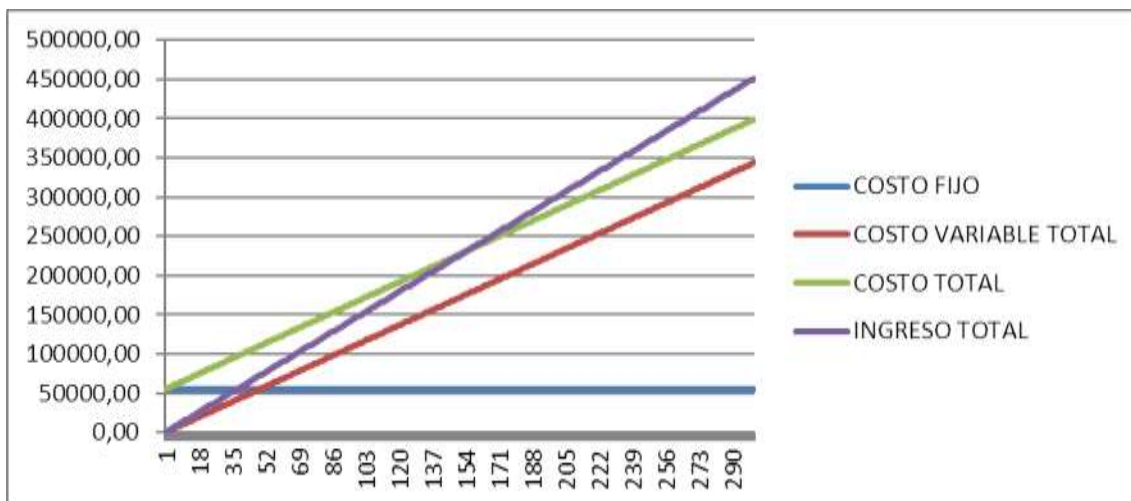


Gráfico 1 Punto de Equilibrio.

Elaborado por: Autores.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el Plan de Exportación, se puede concluir que la situación analizada de la uvilla en el Ecuador, es considerada una fruta exótica que se produce en este país, mayormente en las zonas templadas, actualmente ha incrementado sustancialmente su producción debido a las oportunidades que se han mostrado en el mercado internacional.

La uvilla tiene características nutricionales muy importantes para la salud, como vitamina A y C, alto nivel de proteínas y fosforo, contiene mayor cantidad de azúcar, coloración intensa y más almidones, por lo que su sabor es menos ácido, estas características hacen atractivo el producto al mercado europeo, facilitando la comercialización, la mermelada de uvilla puede ser consumida como una guarnición en el desayuno o un lunch.

Mediante el grupo focal, se concluyó que el producto tiene la aceptación bastante prometedora, el sabor fue muy apetecido, y el olor y color en general les pareció aceptable, el factor más importante fue que cada uno de los participantes les gusto los elementos nutricionales del producto.

La situación actual de la Asociación Tierra Productiva, le es conveniente usar la exportación indirecta, se usará como intermediario un agente de exportación, el cual será encargado de promover y comercializar el producto con los mayoristas europeos.

El Incoterm elegido fue FOB, ya que así la Asociación Tierra Productiva se libra de muchas responsabilidades en el riesgo de la exportación.

Según los análisis desarrollados se pudo concluir que el proyecto es rentable, gracias a los valores del VAN y el TIR obtenidos, de estos mencionados el valor del VAN corresponde a \$1.702.153,41 mientras que la TIR alcanza el 15.17% la cual es inferior a la TMAR de 20% requerida, se recupera la inversión del proyecto en aproximadamente 5 años.

RECOMENDACIÓN

Para la ejecución del plan de exportación, es importante tomar en cuenta las estrategias expuestas, analizar la viabilidad de usar otros términos de precio en la negociación, con el fin de encontrar el Incoterm ideal para una exportación directa.

Tener en cuenta las posibles demandas para prever la producción necesaria para satisfacerla, en caso que el producto llegue a tener mayor acogida en el mercado europeo, es altamente recomendable incrementar o desarrollar las estrategias de marketing, enfocadas al consumidor final.

REFERENCIAS

ORO MEDIOS. (22 de ABRIL de 2015). Obtenido de <http://www.romedios.com/asociacion-tierra-productiva-ejemplo-de-actores-de-la-economia-popular-y-solidaria/>

BARCELONA, T. G. (2016). *TOURIST GUIDE BARCELONA*. Obtenido de TOURIST GUIDE BARCELONA: <http://www.barcelona-tourist-guide.com/es/general/politico-sistema-espana.html>

BARCELONA.COM. (2014). *BARCELONA.COM*. Obtenido de http://es.barcelona.com/guia_ciudad/informacion_practica/barcelona_estadisticas

BBVA, F. (2006). *FUNDACION BBVA*. Obtenido de http://www.fbbva.es/TLFU/dat/05_barcelona.pdf

(2008). LA MIGRACION INTERNACIONAL EN CIFRAS. En A. BONILLA, *EVOLUCION DE FLUJO MIGRATORIO* (págs. 31,33). QUITO: FLACSO.

HORA, L. (13 de JULIO de 2016). REGIONALES. *LA UVILLA NUEVA FUENTE DE INGRESO EN QUERO*.

INE, I. N. (03 de DICIEMBRE de 2014). *ELECCIONES ECUADOR*. Obtenido de <http://www.eleccionesenecuador.com/noticia-mas-de-125-mil-ecuatorianos-votaran-en-comicios-municipales-de-espania-2015-190.html>

MERTON, R. (2010). ADMINISTRACION FINANCIERA. En R. MERTON. HARVARD: PEARSON EDUCACION.

MERTON, R. (2010). FINANZAS. En R. MERTON. HARVARD: PEARSON EDUCACION.

NAKASONE, G. T. (2005). ANALISIS DE ESTADO FINANCIEROS PARA LAS TOMA DE DECISIONES. En G. T. NAKASONE. PERU: TAREA GRAFICA EDUCATIVA.

PROECUADOR. (2012). ANALISIS SECTORIAL DE FRUTAS NO TRADICIONALES. En D. D. INVERSIONES. QUITO: PROECUADOR.

PROECUADOR. (2015). BOLETIN DE COMERCIO EXTERIOR. En F. RIVADENEIRA, *ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y UNION EUROPEA* (pág. 7). QUITO: SILVIA CONTRERAS, ESPECIALISTA DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES.

QUILCA, G. M. (2012). MANEJO DEL CULTIVO DE UVILLA II. *REVISTA TIERRA ADENTRO*, MARZO.

SANCHEZ, J. M. (30 de JUNIO de 2015). *EL QUERENITO*. Obtenido de <http://querenito.blogspot.com/>

VAN HORNE JAMES, W. J. (2002). FUNDAMENTOS Y ADMINISTRACION FINANCIERA. En W. J. VAN HORNE JAMES. MEXICO: PEARSON EDUCACION.