

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**Estudio de Factibilidad para la elaboración y exportación
de concentrado de maracuyá hacia el mercado de
Canadá.**

**Previa a la obtención del Título de:
Ingeniera en Negocios Internacionales**

Presentado por

Rebeca Guerrero Medina

Cindy Martillo Rojas

Stefanía Triviño Rodríguez

DIRECTOR

Ing. Ivonne Moreno Aguí, M.Sc.

Guayaquil-Ecuador

2011

DEDICATORIA

Esta tesis es una parte de mi vida y comienzo de otras etapas por esto y más, la dedico primeramente a Dios quien ha permitido que la sabiduría dirija y guíe mis pasos, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado.

A mi madre Eliana. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Jorge. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis amigos. Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos: Erika Yance, Fernanda Sánchez, Stefanía Triviño, Byron García, Paúl Velastegui, Tania Altafuya, Valeria y Lucy Cargua, a Sara Morejón, Guillermo Medina y a mi hermano Jorge Andrés por haberme ayudado en los medios para realizar este trabajo.

A la Escuela Superior Politécnica Del Litoral y en especial a la Facultad de Economía y Negocios por permitirme ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

“Lo que hoy es utópico mañana es real. Mundos Posibles. La utopía es lo que ha conducido a que seamos posibles.”

Jerome Bruner

Rebeca Guerrero Medina

Dedico esta tesis a mi madre Sra. Juana Rojas León, por todo el apoyo brindado durante mi carrera y formación profesional, por sus sabios consejos y por enseñarme que todo se puede lograr en esta vida, no dejarse vencer por los obstáculos, sino aprender a superarlos y que con esfuerzo y sabiduría puedes lograr tus metas y objetivos propuestos. A mis hermanas, abuelita, tías y primas por su apoyo incondicional.

Cindy Michelle Martillo Rojas

Este proyecto se lo dedico a mi madre Sra. Patricia Rodríguez Díaz por todo su amor brindado a lo largo de mi vida, por sus sabios consejos los cuales me han hecho crecer como persona e inculcarme buenos valores para triunfar en la vida, a mi hermana Vanessa Triviño, a mi tío Alberto Rodríguez por su apoyo moral incondicional, a todas aquellas personas que siempre estuvieron en esta etapa de mi vida, lo cual me ayudó a sentirme segura para seguir y cumplir uno de mis objetivos propuestos.

Stefanía Triviño Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento:

A Dios por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida y lograr otra meta más en mi carrera.

A mis padres por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos, y a la vez han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

A mi hermano Jorge Andrés por tus comentarios, sugerencias y opiniones, además de ser un buen amigo eres la mejor compañía para compartir el mismo techo.

Un agradecimiento muy especial, a la empresa EXOFRUT S.A. y a la Ingeniera Analista Financiera Pamela Alejandro, por haberme proporcionado valiosa información para realizar mi trabajo de tesis.

A mis compañeros del centro de trabajo en el que laboro "Corporación Financiera Nacional", por su comprensión y cariño y por la gran calidad humana que me han demostrado con una actitud de respeto.

Finalmente, agradezco a mis compañeras de grupo, porque la constante comunicación con ellas ha contribuido en gran medida a transformar y mejorar mi forma de actuar en mi trabajo, especialmente a aquellos que me brindaron cariño, comprensión y apoyo, dándome con ello, momentos muy gratos.

Pensar es el trabajo más difícil que existe. Quizá sea ésta la razón por la que haya tan pocas personas que lo practiquen.

"Henry Ford"

Rebeca Guerrero Medina

A Dios, a mi madre, hermanas y familiares.

A los catedráticos que han sabido transmitir sus conocimientos.

Cindy Michelle Martillo Rojas

Agradezco en primer lugar a Dios por ser mi guía y quién me da fortalezas para seguir adelante día a día, a mi madre Sra. Patricia Rodríguez Díaz quien ha sido un pilar fundamental en mi formación profesional y ha estado a mi lado impulsándome para nunca dejarme vencer y siempre mirar hacia arriba para llegar a mi meta propuesta que es ser una buena profesional, a mi hermana Vanessa, a mi tío Alberto por su apoyo incondicional, a mis compañeras Rebeca Guerrero y Cindy Martillo con las cuales hemos cruzado las barreras para realizar este proyecto y a los profesores de tan prestigiosa institución por compartir sus conocimiento y experiencias a lo largo de estos años de estudio. A todos ellos muchas gracias.

Stefanía Triviño Rodríguez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Oscar Mendoza Macías, M.Sc.

Presidente Tribunal

Ing. Ivonne Moreno Aguí, M.Sc.

Director de Proyecto

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Rebeca Guerrero Medina

Cindy Martillo Rojas

Stefanía Triviño Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

1 INFORMACIÓN GENERAL	17
1.1 RESEÑA HISTÓRICA:	17
1.1.1 MUNDIAL	17
1.1.1.1 REGIONAL.....	19
1.1.2 LOCAL.....	21
1.2 IMPORTANCIA DEL MARACUYÁ EN EL SECTOR AGRÍCOLA	23
1.3 PROBLEMAS	23
1.4 OPORTUNIDADES	24
1.5 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	25
1.5.1 DESCRIPCIÓN	25
1.5.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	27
1.5.3 USOS DEL PRODUCTO	27
1.5.4 PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES.....	28
1.5.4.1 Otros Países Productores De Maracuyá	28
1.5.5 PARTIDA ARANCELARIA	29
1.5.6 FICHA TÉCNICA.....	30
1.6 ALCANCE	31
1.6.1 VIABILIDAD COMERCIAL.....	31
1.6.2 VIABILIDAD TÉCNICA.....	31
1.6.3 VIABILIDAD LEGAL.....	32
1.6.4 VIABILIDAD DE GESTIÓN	33
1.6.5 VIABILIDAD FINANCIERA	33
1.6.6 VIABILIDAD DE IMPACTO AMBIENTAL	33
1.7 OBJETIVO GENERAL	34
1.7.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	34
1.8 MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS ORGÁNICAS	34
1.8.1 OFERTA DEL ECUADOR PARA EL MUNDO	36
1.9 COMERCIO INTERNACIONAL DE LA MARACUYÁ	36
1.9.1 ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN DEL ECUADOR EN EL MERCADO MUNDIAL	38
1.9.1.1 Evolución De Las Exportaciones Ecuatorianas.....	38
1.9.1.2 Principales Destinos De Las Exportaciones.....	38
2 CAPITULO II	40
2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	40
2.1.1 LA EMPRESA.....	40
2.1.1.1 Logotipo	40
2.1.1.2 Isotipo	41
2.1.1.3 Isologo.....	41
2.1.1.4 Slogan.....	42
2.1.1.5 Características.....	42
2.1.1.6 Colores	42
2.1.2 MISIÓN.....	43
2.1.3 VISIÓN	43
2.1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	43
2.1.4.1 Estructura Básica (Organigrama)	44
2.1.4.2 Descripción del Personal:.....	45
2.1.5 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA.....	48

2.1.6	ISO Y EL MEDIO AMBIENTE.....	48
2.1.7	ESTUDIO DE EXPORTACIÓN.....	49
2.1.8	TRÁMITES PARA EXPORTAR	50
2.1.8.1	Registro como Exportador	50
2.1.8.2	Declaración De Exportación.....	51
2.1.8.3	Conseguir el Visto Bueno del DAU.....	51
2.1.8.4	Trámite de una Exportación al interior de Aduana	52
2.1.8.4.1	Fase de Pre-embarque.....	52
2.1.8.4.2	Fase Post-Embarque	52
2.1.8.4.3	Documentos a presentar.	53
2.2	INVESTIGACION DE MERCADO Y SU ANALISIS.....	56
2.2.1	MERCADO DE CANADÁ	56
2.2.1.1	Aspectos Generales del Mercado Canadiense.....	56
2.2.1.1.1	Geografía	57
2.2.1.1.2	Demografía	58
2.2.1.1.3	Economía	62
2.2.1.1.4	Cultura y Estilo de vida	64
2.2.1.1.5	Industria.....	66
2.2.2	COMERCIO INTERNACIONAL DE CANADÁ.....	66
2.2.2.1	Tipo De Cambio.....	72
2.2.2.2	Política Comercial de Canadá	73
2.2.3	REGULACIONES Y ADUANA	74
2.2.3.1	Regulaciones para importar.....	74
2.2.3.2	Aduana.....	75
2.2.4	REGULACIONES Y ACUERDOS COMERCIALES.....	77
2.2.4.1	Sistema Arancelario Canadiense.....	77
2.2.4.2	ACUERDOS COMERCIALES	79
2.2.4.2.1	NAFTA (Tratado Norteamericano de Libre Comercio).....	80
2.2.4.2.2	Arancel General Preferencial (General Preferential Tariff - GPT).....	80
2.2.4.2.3	Tarifa de Nación más Favorecida (Most Favoured Nation Tariff - MFN).....	80
2.2.4.3	Los Documentos Y Regulaciones Del Exportador Ecuatoriano, Importador Canadiense Y El Agente De Aduanas.....	82
2.2.4.4	Logística	84
2.2.4.5	INCOTERMS.....	84
2.2.4.5.1	Elección del Incoterms.....	85
2.2.5	ESTUDIO DE MERCADO	86
2.2.5.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	86
2.2.6	MERCADO	87
2.2.6.1	ESTRUCTURA DE MERCADO.....	87
2.2.7	ACCESO AL MERCADO DE CANADÁ.....	87
2.2.7.1	Certificado Kosher.....	88
2.2.7.2	Certificado Haccp (Hazard Análisis And Crítical Control Points).....	89
2.2.7.3	Requisitos Arancelarios.....	89
2.2.7.4	Tarifas.....	91
2.2.7.5	Impuestos	92
2.2.7.6	Estándares Canadienses para Alimentos Importados	93
2.2.7.6.1	Estándares relacionados al Muestreo	94

2.2.7.7	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	95
2.2.7.8	Empaque Y Etiquetado	96
2.2.7.8.1	Empaque	96
2.2.7.8.2	Etiquetado	97
2.2.7.8.3	Requerimientos generales en las etiquetas.....	97
2.2.7.8.4	Descripción del etiquetado.....	98
2.2.7.8.5	Cantidad neta.....	98
2.2.7.8.6	Nombre y dirección.....	98
2.2.8	ANÁLISIS DEL COMERCIO BILATERAL ECUADOR- CANADÁ	99
2.2.8.1	Mercado para Productos Ecuatorianos	101
2.2.9	LA DEMANDA	101
2.2.9.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA RESPECTO AL CONCENTRADO DE MARACUYÁ	102
2.2.9.2	Preocupación por la salud.....	105
2.2.10	ANÁLISIS DE LA OFERTA	111
2.2.10.1	Exportaciones Mundiales De Maracuyá	112
2.3	PLAN DE MARKETING	114
2.3.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	114
2.3.1.1	Objetivos del Plan Estratégico	114
2.3.1.1.1	Objetivo General.....	114
2.3.1.1.2	Objetivos Específicos	114
2.3.2	ANÁLISIS SITUACIONAL	115
2.3.2.1	Microambiente	115
2.3.2.2	Macro-ambiente	119
2.3.2.2.1	Entorno Demográfico.....	119
2.3.2.2.2	Entorno Político	120
2.3.2.2.3	Entorno Económico.....	120
2.3.2.2.3.1	Ingresos.....	122
2.3.2.2.3.2	Gastos	122
2.3.2.2.4	Entorno Político	122
2.3.2.2.5	Entorno Ambiental.....	123
2.3.3	ANÁLISIS FODA.....	124
2.3.3.1	Matriz Boston Consulting Group	125
2.3.3.2	Matriz Oportunidades Producto-Mercado (Ansoff)	128
2.3.3.3	Matriz Implicación	129
2.3.3.4	ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN – TARGETING Y POSICIONAMIENTO.....	131
2.3.3.4.1	Macro Segmentación.....	131
2.3.3.4.2	Micro Segmentación	132
2.3.4	MARKETING MIX	133
2.3.4.1	Producto	133
2.3.4.2	Precio	134
2.3.4.3	PLAZA O DISTRIBUCIÓN:	135
2.3.4.4	Promoción:.....	135
2.3.4.5	Personal:	136
2.4	ESTUDIO TÉCNICO	137
2.4.1	TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	137
2.4.1.1	Factores que Determinan el Tamaño de La Empresa	138
2.4.2	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	140

2.4.2.1	Método de evaluación por factores no cuantificables	140
2.4.2.2	Método Cualitativo por puntos	141
2.4.2.3	MÉTODO DE BROWN Y GINSON	141
2.4.3	INGENIERIA DEL PROYECTO	143
2.4.3.1	Proceso De Producción	143
2.4.3.1.1	Flujo del Proceso de Producción.....	150
2.4.4	EQUIPOS Y MAQUINARIAS	151
2.4.5	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA PRODUCTORA.....	157
2.4.5.1	Plano de La Planta Productora EXPORT PASSIONFRUIT C.A.....	158
3	ESTUDIO FINANCIERO	159
3.1	ANTECEDENTES.....	159
3.2	INVERSIÓN INICIAL.....	160
3.2.1	ACTIVOS FIJOS	160
3.2.1.1	Terreno	161
3.2.1.2	Maquinaria.....	162
3.2.1.3	Equipos de Laboratorio y Utensilios	162
3.2.1.4	Equipo de Oficina.....	163
3.2.1.5	Equipo de Computación.....	163
3.2.1.6	Muebles y Enseres	164
3.2.1.7	Planta Procesadora	164
3.2.1.8	Vehículo	165
3.2.2	ACTIVOS INTANGIBLES.....	166
3.2.3	CAPITAL DE TRABAJO	166
3.3	FINANCIAMIENTO	169
3.3.1	PRÉSTAMO	169
3.3.1.1	Amortización de la Deuda.....	169
3.3.1.2	Capital Propio.....	169
3.4	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	170
3.5	INGRESOS	171
3.6	COSTOS Y GASTOS.....	172
3.6.1	COSTOS DE PRODUCCIÓN	173
3.6.1.1	Costo de Materia Prima	173
3.6.1.2	Costo de Mano de Obra.....	174
3.6.2	GASTOS	176
3.6.2.1	Gastos Administrativos	176
3.6.2.2	Gastos de Ventas	179
3.6.2.3	Gastos de constitución.....	179
3.6.2.4	Gastos de Exportación	180
3.6.2.4.1	Determinación de Volúmenes de exportación	180
3.6.2.4.2	Costos de la Distribución Física Internacional	181
3.6.2.4.3	INCOTERM EXW (Ex Work-En Fábrica)	182
3.6.2.4.3.1	PRECIO DE VENTA	182
3.6.2.4.3.2	ENVASE	182
3.6.2.4.3.3	EMBALAJE	183
3.6.2.4.3.4	RÓTULOS DE EXPORTACIÓN	183
3.6.2.4.3.5	DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN	184
3.6.2.4.3.6	UNITARIZACIÓN	185

3.6.2.4.3.7	VERIFICACIÓN PREVIA.....	185
3.6.2.4.4	INCOTERM FAS (Free Alongside Ship – Libre al Costado del Barco).....	186
3.6.2.4.4.1	ARRIENDO DEL CONTENEDOR	186
3.6.2.4.4.2	ESTIBA DEL CONTENEDOR	186
3.6.2.4.4.3	TRANSPORTE INTERNO	187
3.6.2.4.5	COSTOS BANCARIOS	187
3.6.2.4.6	ALMACENAJE PUERTO MARÍTIMO GUAYAQUIL.....	188
3.6.2.4.7	AGENTE AFIANZADO.....	189
3.6.2.4.8	NOTIFICACIÓN PRE-EMBARQUE	189
3.6.2.4.9	CARGA.....	189
3.6.2.4.10	CERTIFICADOS Y CONOCIMIENTOS DE EMBARQUE	189
3.6.2.5	Depreciación y Mantenimiento	192
3.6.2.5.1	Depreciaciones.....	192
3.6.2.5.2	Mantenimiento	192
3.6.3	ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.....	193
3.7	TASA DE DESCUENTO (TMAR)	194
3.8	MÉTODO CAPM (CAPITAL ASSET PRICING MODEL)	194
3.9	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC).....	196
3.10	FLUJO DE CAJA	197
3.10.1	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.....	198
3.10.2	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.....	198
3.11	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	198
3.12	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	199
3.13	VALOR DE DESECHO	199
3.14	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	203
3.15	PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PAYBACK)	207
3.16	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE.....	209

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	1.1	Principales Países Exportadores de concentrado de Maracuyá	20
Cuadro	1.2	Evolución de la producción de maracuyá en Ecuador	22
Cuadro	1.3	Regiones Productoras de Ecuador	24
Cuadro	1.4	Países Consumidores del concentrado de maracuyá (1999-2000)	26
Cuadro	1.5	Características Generales Del Producto Final	28
Cuadro	1.6	Ficha Técnica de la Fruta Maracuyá	32
Cuadro	1.7	Exportaciones De Concentrado De Maracuyá	41
Cuadro	2.1	Distribución por edades y sexo	61
Cuadro	2.2	Producto Interno Bruto 2005-2009	65
Cuadro	2.3	Feridos en Canadá	67
Cuadro	2.4	Exportaciones De Canadá Desde El Mundo	69
Cuadro	2.5	Importaciones De Canadá Desde El Mundo	71
Cuadro	2.6	Comercio internacional de Canadá (porcentaje)	75
Cuadro	2.7	Aranceles Aplicados Por Canadá	78
Cuadro	2.8	Régimen Comercial Aplicados Por Canadá Al Ecuador	83
Cuadro	2.9	Tarifas Canadienses para productos desde Ecuador	92
Cuadro	2.10	Exportaciones Ecuatorianas A Canadá	102
Cuadro	2.11	Importaciones Ecuatorianas A Canadá	102
Cuadro	2.12	Balanza Comercial Ecuador-Canadá	103
Cuadro	2.13	Consumo de Frutas	106
Cuadro	2.14	Mercado Interno de Canadá	106
Cuadro	2.15	Usos del Concentrado Para Fabricación de Bebidas y Alimentos	109
Cuadro	2.16	Proyecciones de Concentrados de Frutas	110
Cuadro	2.17	Importaciones de Concentrado de Maracuyá	111
Cuadro	2.18	Proyección de la Importaciones de Canadá	112
Cuadro	2.19	Exportaciones Mundiales De Maracuyá	114
Cuadro	2.20	Proyectos De Cooperación Internacional	115
Cuadro	2.21	Industrias Ecuatorianas procesadoras de maracuyá	119
Cuadro	2.22	Indicadores Macroeconómicos	123
Cuadro	2.23	Método cualitativo por puntos para la localización de la empresa	144
Cuadro	3.1	Inversión fija	162
Cuadro	3.2	Terreno	163
Cuadro	3.3	Maquinaria	164
Cuadro	3.4	Equipo de Laboratorio y Utensilios	164
Cuadro	3.5	Equipo de Oficina	165
Cuadro	3.6	Equipo de Computación	165
Cuadro	3.7	Muebles y Enseres	166
Cuadro	3.8	Edificios y Estructuras	167
Cuadro	3.9	Vehículo	168
Cuadro	3.10	Capital de Trabajo	170
Cuadro	3.11	Inversión Total	170
Cuadro	3.12	Financiamiento	171
Cuadro	3.13	Capital Propio	172
Cuadro	3.14	Estado de Situación Financiera	173

Cuadro	3.15	Ingresos	174
Cuadro	3.16	Costo Materiales Directos	175
Cuadro	3.17	Costos Mano de Obra Directa	176
Cuadro	3.18	Costos Mano de Obra Indirecta	176
Cuadro	3.19	Materiales Indirectos	177
Cuadro	3.20	Costos de Producción	177
Cuadro	3.21	Gastos de Sueldos y Salarios	178
Cuadro	3.22	Suministros de Oficina	179
Cuadro	3.23	Servicios Básicos	179
Cuadro	3.24	Suministros de Limpieza	180
Cuadro	3.25	Gastos Administrativos	180
Cuadro	3.26	Gastos de Ventas	181
Cuadro	3.27	Gastos de Constitución	181
Cuadro	3.28	Parámetros de determinación de volúmenes de exportación	182
Cuadro	3.29	Proyección de los volúmenes de Exportación	183
Cuadro	3.30	Distribución Física	183
Cuadro	3.31	Costo por envase	184
Cuadro	3.32	Costo de embalaje	185
Cuadro	3.33	Costo de etiqueta	186
Cuadro	3.34	Documentos requeridos para exportar	186
Cuadro	3.35	Costos de Unitarización	187
Cuadro	3.36	Costo arriendo del contenedor	188
Cuadro	3.37	Gastos por estiba	188
Cuadro	3.38	Costos bancarios	190
Cuadro	3.39	Costo de almacenaje en el Puerto de Guayaquil	190
Cuadro	3.40	Costo de carga	191
Cuadro	3.41	Matriz de Exportación	192
Cuadro	3.42	Proyección de los costos de Exportación	193
Cuadro	3.43	Depreciaciones Activos Fijos	194
Cuadro	3.44	Mantenimiento de Activos Fijos	195
Cuadro	3.45	Estado de Resultado Integral	196
Cuadro	3.46	Datos para calcular Ke	197
Cuadro	3.47	Datos para calcular Ko	199
Cuadro	3.48	Flujo de Caja del Proyecto	203
Cuadro	3.49	Flujo de Caja del Inversionista	204
Cuadro	3.50	Costos Fijos y Variables	206
Cuadro	3.51	Punto De Equilibrio	207
Cuadro	3.52	Cantidades para alcanzar el punto de equilibrio	207
Cuadro	3.53	Valor Monetario de Equilibrio	208
Cuadro	3.54	Punto de Equilibrio	209
Cuadro	3.55	Periodo de recuperación (Flujo del Proyecto)	209
Cuadro	3.56	Periodo de recuperación (Flujo del Inversionista)	210
Cuadro	3.57	Flujo de Caja del Inversionista	211

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	1.1	Rendimiento de las Regiones productoras del Ecuador	24
Gráfico	1.2	Superficie Mundial con Cultivos Orgánicos	37
Gráfico	1.3	Principales Destinos de las Exportaciones	41
Gráfico	2.1	Organigrama de la Empresa	46
Gráfico	2.2	Procedimiento Exportaciones	56
Gráfico	2.3	Flujo de Exportación	57
Gráfico	2.4	Crecimiento De La Población	61
Gráfico	2.5	Crecimiento del PIB	64
Gráfico	2.6	Exportaciones totales de Canadá 2005-2010	69
Gráfico	2.7	Exportaciones totales por País	70
Gráfico	2.8	Importaciones totales de Canadá	71
Gráfico	2.9	Importaciones totales por País	72
Gráfico	2.10	Balanza Comercial de Canadá	73
Gráfico	2.11	Apreciación del dólar Canadiense frente al dólar Americano	74
Gráfico	2.12	Concentrados de Frutas	105
Gráfico	2.13	Principales alimentos Consumidos en Canadá	107
Gráfico	2.14	Proyección de la Importaciones de Canadá	108
Gráfico	2.15	Proyección de uso del Concentrado de Maracuyá	109
Gráfico	2.16	Proyección de Consumo de Concentrados de Frutas	110
Gráfico	2.17	Importaciones de Concentrado de Maracuyá	111
Gráfico	2.18	Proyección de la Importaciones de Canadá	112
Gráfico	2.19	Fuerzas de Porter	117
Gráfico	2.20	Distribución de la Población de las Principales Ciudades de Canadá	121
Gráfico	2.21	Componentes de Crecimiento Poblacional en Canadá	122
Gráfico	2.22	Producto Interno Bruto de Canadá (2006-2008)	123
Gráfico	2.23	Matriz BCG	128
Gráfico	2.24	Matriz Ansoff	130
Gráfico	2.25	Matriz Implicación	132
Gráfico	2.26	Esquema: Necesidades-Consumidor-Tecnología	134
Gráfico	2.27	Marketing Mix	135
Gráfico	2.28	Producción de concentrado de maracuyá	152
Gráfico	3.1	Punto de Equilibrio	208
Gráfico	3.2	Sensibilidad VAN vs. TASA	210
Gráfico	3.3	Sensibilidad VAN vs. PRECIO	211

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	1.1	Fruta maracuyá	27
Figura	2.1	Logotipo	42
Figura	2.2	Isotipo	43
Figura	2.3	Isologo de la empresa	43
Figura	2.4	Slogan	44
Figura	2.5	Mapa Físico de Canadá	59
Figura	2.6	Cambio De La Población En Las Eco-zonas De Canadá	63
Figura	2.7	Recepción de la fruta	146

Figura	2.8	Selección y lavado de la fruta	147
Figura	2.9	Extracción y centrifugación	148
Figura	2.10	Evaporación y pasteurización	149
Figura	2.11	Estandarización y adición de aroma	150
Figura	2.12	Envasado y almacenamiento	151
Figura	2.13	Despulpadora de Fruta	153
Figura	2.14	Marmita a gas eléctrica	154
Figura	2.15	Envasadora y Selladora Semiautomática	154
Figura	2.16	Bandas Transportadoras	155
Figura	2.17	Cuartos de Frío	155
Figura	2.18	Tanques de Acero	156
Figura	2.19	Equipo de Computación	157
Figura	2.20	Impresora...	157
Figura	2.21	Plano de la Planta Productora EXPORT PASSION FRUIT C.A	160

CAPITULO I

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 RESEÑA HISTÓRICA:

1.1.1 MUNDIAL

A nivel mundial, el cultivo de maracuyá ha tenido impulsos históricos. De esta planta existen tres productos bien diferenciados: la fruta fresca, el jugo simple y el jugo concentrado, esta fruta es conocida como la fruta de la pasión no por ser un afrodisiaco o tener alguna propiedad parecida a ello, sino que su flor contiene los símbolos de la Pasión de Cristo, teniendo entonces un origen religioso esta designación, esta es originaria de América.

La planta maracuyá (*Passiflora edulis* Sims) es conocida desde la primera mitad del siglo XVI cuando las primeras frutas llegaron a Europa bajo el nombre de granadilla, dado que se comía en forma similar como la granada. A fines del siglo XVI se empezaron a cultivar las *Passifloras* en invernadero en Italia por la atractiva flor.

El primer país que inició la producción comercial del maracuyá fue Australia, donde la planta fue introducida en 1861 y tuvo sus inicios a nivel comercial en los años 40; posteriormente fue promovido por empresas australianas y europeas, en Kenia, Sudáfrica y otros países del mismo continente. Hawaii obtuvo la planta del maracuyá morado de Australia en 1880 y la sembró primero en el distrito de Liliroi Gulch en la región de Maui del Este.

En los años 70 en Brasil el cultivo de esta fruta toma gran importancia, a fines de la década de los 80 en Colombia y Ecuador y en los años 90 en Perú, Venezuela y Costa Rica. En la actualidad el maracuyá se cultiva en 37 países de los 5 continentes.

Los principales países productores son Brasil, Colombia y Ecuador, que también son los principales exportadores. En Brasil existen en explotación comercial 24 mil ha con una producción de 240,000 t/año. La extensión de este cultivo en Colombia es de 6,100 ha, con una producción de 20 t/año.

Principales Países Exportadores de concentrado de Maracuyá (Tm)
Cuadro No 1.1

País Exportador	1987	1988	1989	1990	1994	1995	1996
Colombia	2.487	3.286	2.068	1.889	270		
Brasil	1.800	2.994	3.877	1.350		Importa	
Perú	1.029	1.178	1.705	1.243	768	500-800	
Ecuador	800	1.100	1.200	1.485	4.200	3.000	5.000

Fuente: CORPEI
Elaborado por: Las autoras

Como podemos ver en el cuadro No 1.1 en el año 1995 Ecuador exportó 3.000 toneladas, siendo la única oferta significativa en ese año. Brasil durante ese mismo año perdió su importancia como exportador, debido a que la demanda local aumentó tuvieron que importar el concentrado.

1.1.1.1 REGIONAL

Ecuador incursionó desde los ochenta. Desde entonces, las ventas han ido en aumento, debido a que este país posee ventajas comparativas para la producción de la maracuyá, convirtiéndolo en uno de los más grandes productores mundiales de esta fruta. De hecho, el privilegiado clima tropical ecuatoriano permite que exista una cosecha ininterrumpida durante todo el año.

En Ecuador la superficie cultivada es de 9.342 ha. Su producción es de 63.749 TM. Su importancia radica en el hecho de que se ha convertido en uno de los exportadores mayores y más dinámicos. Tiene un rendimiento de 6.82 TM por Ha Dentro de los jugos concentrados de frutas que exporta Ecuador, el jugo de maracuyá es el de mayor importancia y participa con el 88% dentro del total. Le siguen el jugo de papaya, con el 5,92%, y el jugo de mango, con el 1,58%.

Entre sus principales clientes podemos mencionar: Holanda, EEUU, Bélgica, Reino Unido, Islas Bahamas y Alemania. Siendo los de mayor demanda: Holanda y EEUU.

En 1995-1996 exportó a EUA, Europa, Chile, Argentina e incluso a Brasil. Ecuador pertenece a los países productores que empezaron en los años 80 con el cultivo del maracuyá, que por ello pertenece a los cultivos no tradicionales. En el cuadro No 1.2 se puede observar la evolución de las exportaciones del concentrado de maracuyá que Ecuador ha mantenido desde sus inicios.

Evolución de la producción de maracuyá en Ecuador
Cuadro No 1.2

Años	Superficie(ha)	Producción(t)	Rendimiento (%)
1981	105	1.370	13,05
1982	347	4.893	14,10
1983	536	7.411	13,83
1984	1.384	19.516	14,10
1985	1.397	22.682	16,24
1986	1.466	20,877	0,01
1987	1.471	23,309	0,02
1988	1.511	20.984	13,89
1989	1.776	21.636	12,18
1990	2.662	29,433	0,01
1991	2.653	31,218	0,01
1992	1.400	16,100	0,01
1993	3.500	48.650	13,90
1994	4.460	20.180	4,52
1995	3.550	18.190	5,12
1996	3.610	34.900	9,67
1997	9.170	70.890	7,73
1998	13.040	91.820	7,04
1999	32.850	373.440	11,37
2000	25.000	250.000	10,00

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería
Elaborado por: Las autoras

1.1.2 LOCAL

En el Ecuador existen cerca de 28 mil hectáreas sembradas de maracuyá, con un rendimiento promedio de 14 toneladas métricas. En las cinco provincias de la Costa: Los Ríos, Guayas, Manabí, El Oro, Esmeraldas se cultivan cuatro variedades de esta fruta, amarilla, morada, hawaiana y venezolana.

El estudio de este proyecto va a ser realizado en la provincia del Guayas, en el cual las principales zonas productoras son: El Empalme, Balzar, Yaguachi, y Naranjito.

La planta de maracuyá empieza su producción a partir del octavo o noveno mes desde el trasplante. La floración del maracuyá comienza a los seis meses después de efectuada la plantación.

El rendimiento de la cosecha depende de varios factores como: el clima, el suelo, espacio de siembra y controles fitosanitarios. Se estima que una plantación bien conducida se puede obtener un rendimiento por hectáreas de 8-10 ton., el primer año, de 15-20 ton., el segundo año y de 12-14 ton., en el tercer año.

La maracuyá se da durante todo el año, pero tiene dos picos de producción: uno de abril a junio y el otro en octubre, en estos meses los niveles de producción son superiores al promedio. La recolección se la realiza manualmente y en sacos. Los frutos caen de manera natural y deben de ser recolectados cada 2 semanas, pero mientras más frutos caen mayor

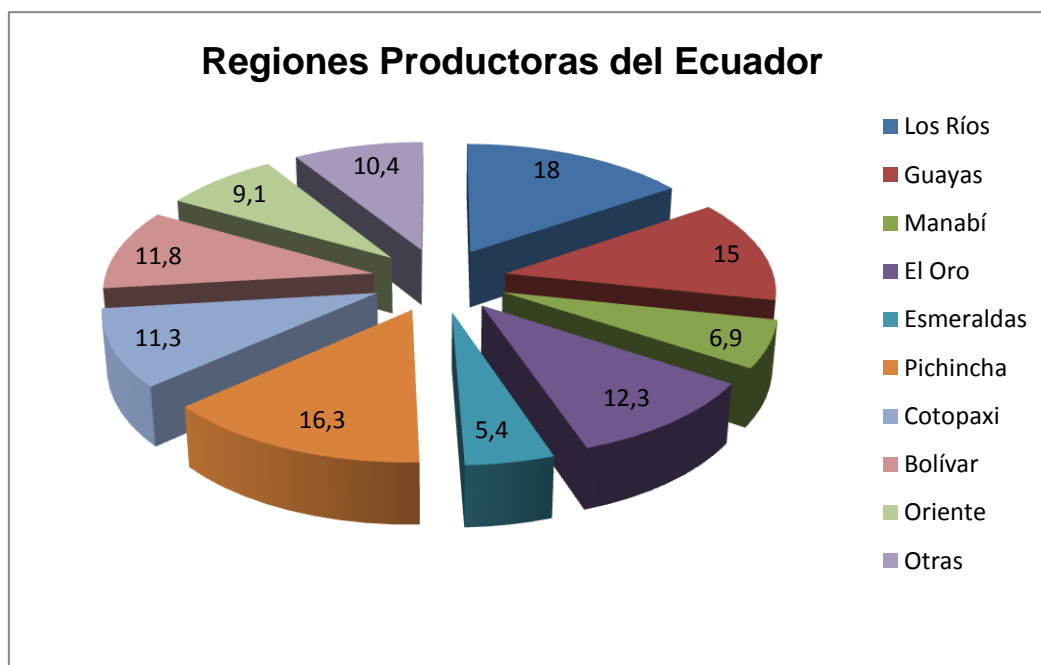
debe ser la frecuencia de recolección. En el cuadro No 1.3 se muestra las provincias y la producción de maracuyá que tienen respectivamente.

Regiones Productoras de Ecuador
Cuadro No 1.3

Región	Provincia	Superficie (%)	Producción (%)	Rendimiento(t/ha)
Costa	Los Ríos	42.5	55.0	18.0
	Guayas	13.1	14.1	15.0
	Manabí	11.0	5.4	6.8
	El Oro	10.0	8.8	12.3
	Esmeraldas	6.7	2.6	5.4
Sierra	Pichincha	3.4	3.9	16.3
	Cotopaxi	3.3	2.7	11.3
	Bolívar	3.6	3.1	11.8
Oriente		3.1	2.1	9.1
Galápagos		2.1	1.4	
Otras		1.2	0.9	10.4

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería
Elaborado por: Las autoras

Rendimiento de las Regiones productoras del Ecuador
Gráfico No 1.1



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería
Elaborado por: Las autoras

1.2 IMPORTANCIA DEL MARACUYÁ EN EL SECTOR AGRÍCOLA

El maracuyá es considerado por los agricultores del país como el “BANANO DEL POBRE”, haciendo alusión a la importancia de esta fruta en la economía de alrededor de 50 mil familias, las cuales se benefician directa o indirectamente de esta actividad

A diferencia de otros productos agrícolas, el cultivo de maracuyá requiere una mínima inversión con un rendimiento importante de producción. Su cosecha se da ininterrumpidamente durante los 365 días del año y la mano de obra es el principal rubro de este tipo de cultivo no tecnificado.

1.3 PROBLEMAS

En el mercado mundial, Ecuador es el mayor exportador de concentrado de maracuyá alcanzando aproximadamente el 81.4% de las exportaciones en los países de EEUU y Holanda. Es necesario hacer un análisis de la cantidad exportada a Canadá en la actualidad, y determinar si sería factible para nuestra empresa exportar al mercado elegido.

El concentrado de maracuyá es muy demandado y todavía se puede seguir explotando esta industria, existen algunos países que tienen un bajo nivel de importación, en este caso queremos analizar la demanda de Canadá debido a que a diferencia de los principales importadores como lo son Holanda y EEUU queremos incurrir y estudiar si es posible aumentar el nivel de consumo que mantiene este país actualmente.

En el cuadro No 1.4 se puede observar los países consumidores del concentrado de maracuyá en una pequeña proporción medido en toneladas y su valor.

Países Consumidores del concentrado de maracuyá (1999-2000)
Cuadro No 1.4

País	Consumo(Tm)	Valor(US\$)
Sudáfrica	400.6	\$1'115,580
República Dominicana	367.2	1'144,520
Japón	348.25	1'186,080
Chile	330.72	463,870
Colombia	273.4	422,160
Australia	267.92	560,700
Israel	225	443,390
Reino Unido	188.01	288,870
Nueva Zelanda	95.88	213,230
Barbados	94.75	94,130
Canadá	82.94	226,050
España	75.28	97,980
Suiza	74.43	175,630
Haití	74	84,000
México	69.73	242,740
Martinica	67.5	198,840
Jamaica	53.78	37,780
Costa Rica	50.13	54,450
Bélgica	46.99	8,690
Tailandia	37.53	162,370
Dominica	35.9	39,880
Argentina	25.84	57,830
Mozambique	24.62	34,950
Eslovenia	24	33,600
Honduras	24	9,580

Fuente: CORPEI

Elaborado por: Las autoras

1.4 OPORTUNIDADES

Siendo Ecuador de clima tropical es muy fácil que se produzca esta fruta, y Canadá si está interesado en el concentrado de maracuyá pero hace falta una mayor oferta para este destino, que Ecuador está en la capacidad de ofrecer

La ventaja competitiva de las productoras ecuatorianas radica en ofrecer un producto a precios accesibles y de alta calidad. Esta fruta se ha convertido en un importante ingrediente para elaborar postres, cócteles y caramelos por lo que se vería un crecimiento en el área de la gastronomía.

Exportar el jugo concentrado de maracuyá a Canadá para sus diferentes usos por compañías o marcas privadas de importadores o empresas, su estrategia debe estar estructurada con base en productos que cumplan con los requisitos técnicos (grados Brix), así como con las condiciones de empaque y precio que se requiere en el mercado.

1.5 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Fruta maracuyá
Figura No 1.1



Fuente: CORPEI

1.5.1 Descripción

El concentrado de maracuyá es producto de la evaporación del agua del jugo de maracuyá, derivado de la fruta seleccionada, madura y fresca. La pulpa para obtener el concentrado ha sido refinada en malla de 0.5 mm, homogeneizada, desairada, pasteurizada, concentrada, empacada higiénicamente para su conservación y congelada.

Al concentrado se le incorpora el 100% del aroma natural, extraído en el proceso de evaporación. La pulpa no tiene preservativos ni azúcar. El jugo de maracuyá o su concentrado es apeteído en el mercado internacional por sus características de sabor y aroma, que permiten dar fuerza, mediante mezclas a otros jugos de características más suaves.

En forma natural, el jugo de maracuyá tiene un contenido de sólidos y azúcar que oscila entre 12° y 14° *Brix*¹. Los altos costos del transporte hasta los mercados de Europa y Norteamérica hacen necesaria su concentración, usualmente hasta 50° *Brix*, para reducir la cantidad de agua total transportada. En los procesos industriales normales la concentración se realiza por medios térmicos, elevando la temperatura del producto para evaporar parcialmente la humedad. **Ver ANEXO No 1**

La utilización de equipo inadecuado, que someta el producto a temperatura demasiado alta o durante un periodo demasiado largo, afecta el sabor y aroma del jugo, y su valor como producto de exportación.

Características Generales Del Producto Final
Cuadro No 1.5

Sólidos solubles (° Brix)	50
PH	3.0
Acidez (% ácido Cítrico)	12
Pulpa (%)	20
Vitamina C (mg/100 ml)	83.1
β - caroteno	6.8

Fuente: QUICORNAC y revista de Alimentos, vol. 14
Elaborado por: Las autoras

¹ Valor "Brix". Significa el valor de la sacarosa refractométrica del jugo, ajustado para compensar el efecto de cualquier material agregado de la dulcificación, y corregido después de esto para la acidez.

1.5.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los principales sustitutos del concentrado de maracuyá constituyen otras materias primas utilizadas para la elaboración de jugos. Algunas de éstas son la pulpa de mango, la pulpa del banano y el concentrado de naranja.

1.5.3 USOS DEL PRODUCTO

El maracuyá es muy aromático, rico en ácidos cítricos y en contenido de caroteno, así como, con menor contenido de ácido ascórbico; es atractivo sensorialmente, por su balance entre lo dulce y lo ácido y su elevada concentración de pigmentos. De manera informal se reporta que el fruto debe consumirse cuando tenga su mayor madurez.

El maracuyá se utiliza para la elaboración de pulpas, dulces, néctares, jaleas, mermeladas y concentrados. El jugo de maracuyá puede ser industrializado para la elaboración de cremas, dulces cristalizados, helados, licores, confites, jaleas, refrescos y concentrados². **Ver ANEXO No 2**

La cáscara es utilizada en Brasil para preparar raciones alimenticias de ganado bovino, pues es rica en aminoácidos, proteínas, carbohidratos y pectina, éste último elemento hace que se pueda usar para darle consistencia a jaleas y gelatinas.

² Usos del Maracuyá, Ecuador Passion Fruit

1.5.4 PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES

Desde Brasil, el maracuyá se ha extendido prácticamente a todas las zonas tropicales del mundo. Históricamente, en la mayoría de los países la producción se ha iniciado como un cultivo de traspatio, para el consumo casero; después se ha vuelto comercial para satisfacer la demanda interna.

Ese proceso ha sido más o menos lento y su desarrollo en cada país ha dependido de los apoyos gubernamentales y de los compromisos con la agroindustria. Australia y Hawái son los que más han fomentado y apoyado la investigación, posteriormente Colombia y Brasil han hecho aportes relevantes.

1.5.4.1 Otros Países Productores De Maracuyá

Los cuatro países mencionados aportan más del 90% del total de la producción mundial. Otros países importantes de América Latina son: Venezuela, con una superficie de 1.000 ha y una producción que oscila entre 15.000 y 20.000 TM; y Costa Rica, que a principios de los años 90 alcanzó una superficie de casi 900 HA.

Otros países que fuera del continente americano cuentan con cierta producción son actualmente: Kenia, Zimbabwe y Sudáfrica, en África produciendo principalmente el maracuyá morado con una fuerte orientación hacia la exportación en fresco para Europa; y Tailandia, Malasia e Indonesia en Asia. Todos ellos en conjunto aportan menos del 7% del total mundial.

1.5.5 PARTIDA ARANCELARIA

El concentrado de maracuyá del Ecuador está clasificado de la siguiente manera:

- **SECCIÓN IV:** “Productos de las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre; Tabaco y Sucedáneos del Tabaco Elaborados”.

- **CAPITULO 20:** Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.

- **PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 20.09:** Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso “silvestres”), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

- **SUBPARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 2009.80:** Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza (incluso “silvestres”).

- **SUBPARTIDA REGIONAL 2009.80.12:** De “maracuyá” (parchita) (*Pasiflora edulis*).

Esta clasificación consta en el Arancel Nacional de Aduanas (Importaciones); el Banco Central del Ecuador para una clasificación más exacta de esta partida crea el llamado código interno “CUCI”, de esta manera se puede diferenciar claramente al concentrado de maracuyá del jugo de maracuyá, los cuales utilizan la misma partida.

Este código para el concentrado de maracuyá es **0599501000**, mientras que para el jugo de maracuyá es 0593001000.

1.5.6 FICHA TÉCNICA

Ficha Técnica de la Fruta Maracuyá
Cuadro No 1.6

MARACUYÁ	
Nombre Científico:	Passiflora edulis
Familia:	Passifloraceae
Variedad:	Flavicarpa
Periodo Vegetativo:	2 – 3 años (Flavicarpa)
Vida Útil:	6 – 8 años
Requerimiento de Suelo:	Franco arenoso PH: 5.5 – 8.2
Clima:	Cálido
Épocas de Siembra:	Todo el año
Época de Cosecha:	Todo el año
Temperatura:	
Temperatura máxima:	38°C
Temperatura mínima:	12°C
Temperatura óptima:	20° - 32°C
Jornales (No/Ha):	Instalación: 60 - 70 Mantenimiento y cosecha: 80-120
Rendimientos (TM/Ha):	
Rendimientos Regionales:	10,56
Rendimientos Nacionales:	11,59
Rendimientos Potenciales:	12 – 15 (300 – 500 frutos/planta)
Costo Producción (USA \$/Ha):	Instalación: 1.500 – 1.800
Mercados demandantes:	
Mercado Internacional:	Holanda, EE.UU., Alemania, Francia
Manejo Técnico:	
Semilla (Kg. /Ha):	800 - 850
Distanciamiento (mts):	Entre surcos 4 – 5 y entre plantas 2.5 - 3
Fertilizantes:	
Nitrógeno (N). (Kg. /Ha):	100 (I), 250 (II), 400 (III)
Fósforo (P). (Kg. /Ha):	60 (I), 60 (II), 60 (III)
Potasio (k). (Kg. /Ha):	40 (I), 40 (II), 40 (III)
Módulo de Riego (m3/Ha):	10.000 – 12.000
Frecuencia de Riego:	20 – 25 días

Fuente: CORPEI

Elaborado por: las autoras

1.6 ALCANCE

1.6.1 VIABILIDAD COMERCIAL

El comercio mundial de jugo concentrado de maracuyá tiene mayor peso que el intercambio en estado fresco; en este caso también sobresalen Ecuador y Colombia por las exportaciones de este producto.

En general los consumidores finales buscan productos que sean saludables y que a la vez les ofrezcan precios competitivos que ayuden a mantener la economía del hogar, igualmente y cuando se tienen niños se busca que los sabores sean atractivos para ellos. De acuerdo a lo observado en los diferentes puntos de venta tanto en las provincias de Quebec, Ontario y British Columbia, en jugos tropicales y exóticos las mezclas con Maracuyá, Mango, Piña llevan la delantera.

1.6.2 VIABILIDAD TÉCNICA

En Ontario la región de la península de Niágara es reconocida por su capacidad productiva de Manzanas, Duraznos, Uvas, y Peras. De esta manera la producción de jugos tradicionales es muy significativa y el consumo se encuentra por sobre los 30 litros 10 por persona al año.

Por ende en términos de jugos de frutas exóticas y debido a la falta de cultivo de las mismas en el país, no existe producción nacional como tal, las marcas vistas en el mercado son de otros países, marca propia desarrollada para empresas Canadienses o empresas productoras que importan la pulpa, concentrado o jugo en barril para desarrollar sus mezclas en el país.

La principal empresa productora en el rubro de jugos es Tropicana, multinacional que hace parte del grupo Pepsi Co., en segundo lugar se encuentra Lassonde (Canadiense) localizada cerca de Montreal y quien es el principal productor de jugo de manzana y ofrece alta variedad de jugos de diferentes sabores.

Igualmente existe una gran oferta de jugos congelados que vienen listos para disolver en agua, en esta una las empresas líderes del mercado son McCain y The Minute Maid Company una filial de Coca Cola. Además de que el concentrado de esta fruta es utilizado en la industrias de confiterías, cocteles y como ingrediente de helados y postres

1.6.3 VIABILIDAD LEGAL

Los controles con respecto a perseverantes que se efectúan tienden a establecer posibles residuos de productos fitosanitarios y sustancia nocivas, como metales pesados, toxinas perseverantes no permitidos, radioactividad, etc.

Los productos agrícolas y alimenticios están amparados bajo el sistema de preferencias generalizadas para los países andinos y no pagan aranceles, sin embargo debe cumplir con las regulaciones del país de destino.

1.6.4 VIABILIDAD DE GESTIÓN

Nuestra empresa tendrá una estructura flexible, dinámica, y organizada por procesos, la misma que facilitara el desarrollo a través de un liderazgo compartido. Nuestra administración cuenta con experiencia local e internacional en desarrollo empresarial del sector agro-exportador.

1.6.5 VIABILIDAD FINANCIERA

El precio de la fruta fresca de maracuyá que es el principal material para el proyecto será de aproximadamente de 0.45 ctvs. El mismo que será para el primer año ya que la fruta se cultiva todo el año, lo que facilitara las negociaciones con los productores de la fruta para mantener el precio todo el año.

Contando con el apoyo del gobierno y las entidades financieras, dándonos capitales a bajos intereses ya que permitiría el desarrollo de las exportaciones de frutas no tradicionales.

1.6.6 VIABILIDAD DE IMPACTO AMBIENTAL

La empresa se impulsa al desarrollo del sector agrícola mediante tecnología limpia, la cual no es dañina para el medio ambiente, la salud de los obreros y de los consumidores de concentrado de esta fruta.

1.7 OBJETIVO GENERAL

El objetivo del presente proyecto es alcanzar mediante un estudio de factibilidad, la viabilidad de la exportación de concentrado cítrico de maracuyá al mercado de Canadá. El objeto de estudio es establecer la rentabilidad de exportación de concentrado cítrico de maracuyá, indicando las expectativas de ingresos para el productor así también como las fuentes de generación de divisas para el país.

1.7.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

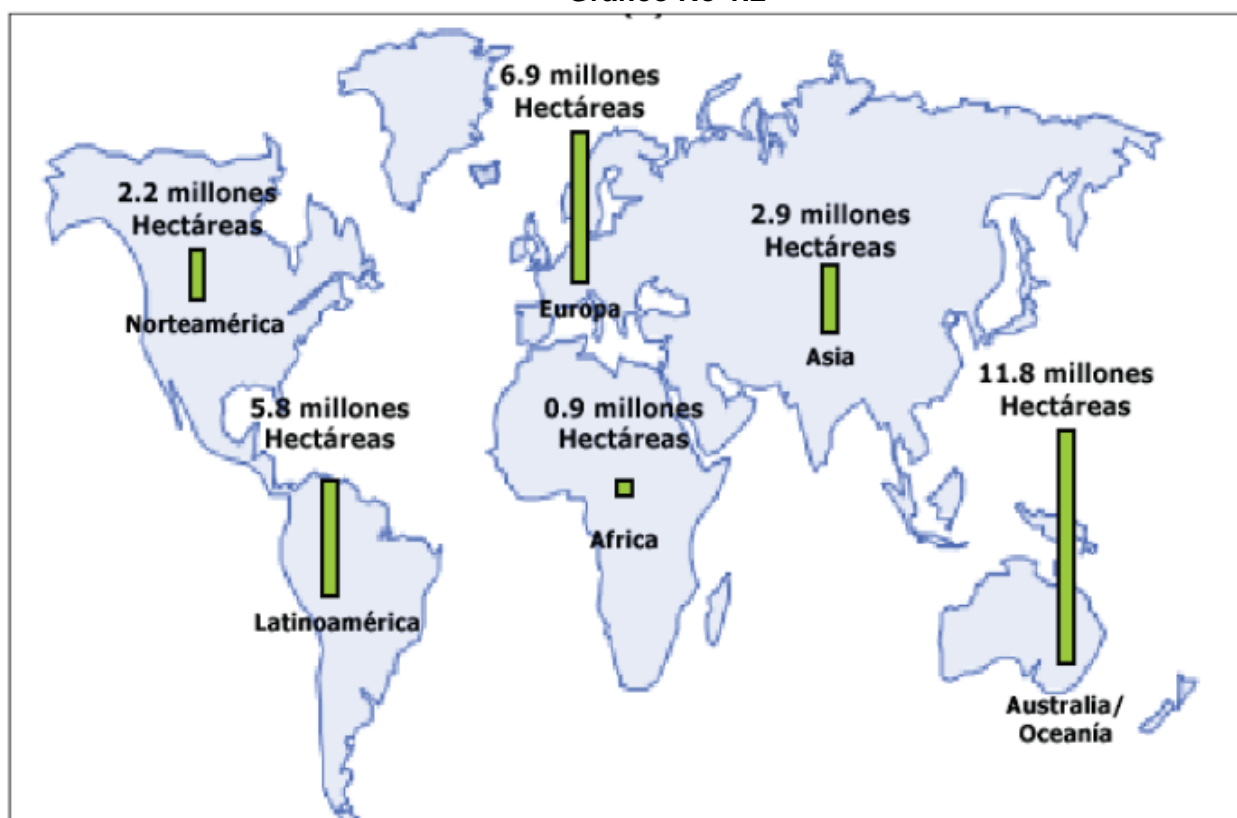
1. Conocer el proceso de elaboración del concentrado de maracuyá.
2. Analizar el mercado de Canadá para conocer el consumo de concentrado de maracuyá.
3. Efectuar un estudio técnico para determinar la logística adecuada en función del producto y del mercado.
4. Obtener un producto de buena calidad con aceptación en el mercado de destino a un costo atractivo para los inversionistas.
5. Evaluar financiera, social y ambientalmente el proyecto para conocer su rentabilidad.

1.8 MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS ORGÁNICAS

Se entiende a los productos o alimentos orgánicos como productos que provienen de un sistema de producción sustentable sin la aplicación de sintéticos o agroquímicos, ni estar sometidos a manipulaciones genéticas.

Son alimentos saludables, mantienen e incrementan la fertilidad del suelo, la diversidad biológica y permite a los consumidores identificarlos a través de un sistema de certificación que garantiza su calidad y el cumplimiento de las normas internacionales de producción. En el siguiente grafico se muestra la superficie mundial con cultivos orgánicos.

Superficie Mundial con Cultivos Orgánicos
Gráfico No 1.2



Fuente: Guía para exportar a Canadá, Octava edición
Elaborado por: Las Autoras

Según datos de Organic Monitor sobre el mercado global de alimentos y bebidas orgánicas, éste nicho continua creciendo, con una tasa de crecimiento de alrededor del 16% anual, llegando a un volumen de ventas de US\$38,6 billones en el 2006.

El consumo está concentrado en América del Norte (45%) y Europa (52%), quienes representan 97% de las ventas de este nicho. Paralelamente, otras regiones como Asia, América latina y Australia son importantes productores y exportadores de productos orgánicos.

1.8.1 OFERTA DEL ECUADOR PARA EL MUNDO

El maracuyá es una fruta que crece en zonas tropicales, en el Ecuador gracias a su tierra fértil y temperaturas adecuadas hace que la cosecha de la maracuyá se dé sin interrupciones durante los 365 días del año. En el mercado internacional es muy demandado el jugo y concentrado de esta fruta, debido a su exótico sabor e incomparable aroma lo que la hace más apetecible.

Ecuador se ha convertido en el principal exportador de esta fruta, pero en forma de jugo o concentrado, debido a que la fruta fresca no es tan común verla en los mercados internacionales, solo a nivel local se la consume como fruta, de la producción total aproximadamente el 10% se queda para consumo interno y el resto de la producción se exporta a diferentes mercados.

1.9 COMERCIO INTERNACIONAL DE LA MARACUYÁ

La historia del comercio internacional del maracuyá es reciente, a pesar de que el jugo (néctar con agua y azúcar) había sido conocido desde hace mucho en Australia, África, Hawái y Sudamérica. Debido a que no existía tecnología para su conservación y transporte a cualquier país, el

consumo se quedó limitado a las regiones productoras y por ello no se obtuvo excedentes exportables.

La situación cambió debido al crecimiento del turismo a países de zonas tropicales y subtropicales. Los norteamericanos y europeos conocieron bebidas y refrescos tropicales. La atracción por el sabor de esta fruta, por lo nuevo, lo exótico, lo diferente, ha ido en aumento hasta la actualidad. Entre los principales países exportadores del jugo y concentrado de maracuyá encontramos a Ecuador, Brasil, Colombia y Perú, quienes han mantenido el monopolio del mercado, al ofrecer casi el 90% de la demanda mundial.

Cuando un alimento tiene características nutricionales positivas y va acompañado por una imagen de “ES BUENO PARA TI” tiene posibilidades casi ilimitadas de ser aceptado.

Entre los primordiales importadores del concentrado de maracuyá podemos mencionar: Unión Europea, Estados Unidos y Alemania. El principal uso que estos países le dan a este producto es como multivitamínico, además de utilizarlo para la elaboración de yogurts, postres, quesos, mezclador de bebidas, etc.

1.9.1 ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN DEL ECUADOR EN EL MERCADO MUNDIAL

1.9.1.1 Evolución De Las Exportaciones Ecuatorianas

Los valores FOB generados por la exportación de maracuyá y sus derivados de nuestro país incrementaron durante el periodo 2002-2006. El único año en el que se registró un descenso fue el 2005 con 12.90%. La variación promedio es 20.38% para el periodo en consideración.

Los datos reflejan que el volumen exportado por Ecuador tuvo su punto máximo en el año 2004 con un registro de 23,729.05 toneladas. Los últimos dos años del periodo en consideración se ha exportado menor cantidad de toneladas como promedio de reducción 9%.

1.9.1.2 Principales Destinos De Las Exportaciones

El portafolio de destinos de exportación de maracuyá y sus concentrados es poco diversificado. Más de la mitad de estos productos son enviados a Holanda. En el año 2006 este mercado captó el 61% del total exportado por Ecuador. **Ver ANEXO No 3**

Estados Unidos de América es el segundo mercado para la exportación de este producto con una participación muy inferior al mercado principal (19%). Finalmente, Australia y Reino Unido reciben 4% y 2% respectivamente. Otros países completan el portafolio de destino de exportación de maracuyá y sus concentrados por parte de Ecuador.

En el cuadro No 1.7 se muestran los principales países que consumen el concentrado de maracuyá, las toneladas y el valor FOB en miles de US\$ respectivamente:

**Exportaciones De Concentrado De Maracuyá
Cuadro No 1.7**

ECUADOR		
EXPORTACIONES DE PULPA DE MARACUYÁ Y SUS CONCENTRADOS		
País Importador	Toneladas	Valor FOB (Miles USD)
HOLANDA(PAISES BAJOS)	17,759.52	\$55,283.30
ESTADOS UNIDOS	2,650.93	11,227.18
REINO UNIDO	932.25	4,565.64
AUSTRALIA	745.01	1,992.17
CANADA	419.55	1,836.53
BRASIL	175.00	964.40
ANTILLAS HOLANDESAS	270.00	933.96
ESPAÑA	183.03	810.84
REPUBLICA DE SUDAFRICA	150.75	768.10
FRANCIA	267.30	647.60

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Las autoras

**Principales Destinos de las Exportaciones
Gráfico No 1.3**



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Las autoras

CAPITULO II

2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL


2.1.1 LA EMPRESA

El nombre de la empresa es “**Export PassionFruit C. A.**”, el cual tiene como objetivo la calidad de su producto.

2.1.1.1 Logotipo

Es la representación tipográfica del nombre de la marca, la palabra funciona como imagen.

LOGOTIPO
Figura No 2.1



Export PassionFruit

Elaborado por: Las autoras

2.1.1.2 Isotipo

Es la imagen que la empresa usará. Esta imagen representa una maracuyá, debido a que la empresa exportará concentrado de maracuyá y su principal materia prima para su elaboración es esta fruta.

ISOTIPO
Figura No 2.2



Elaborado por: Las autoras

2.1.1.3 Isologo

Es la combinación del Logotipo más el Isotipo.

ISOLOGO DE LA EMPRESA
Figura No 2.3



Elaborado por: Las autoras

2.1.1.4 Slogan

Es la frase que la empresa usará. En este caso elegimos esta frase para dar a conocer que el concentrado se elaboró con la pulpa de fruta y con las más altas normas de higiene y calidad.

Slogan
Figura No 2.4

“Naturalmente fresco, 100% Calidad”

Elaborado por: Las autoras

2.1.1.5 Características

Las características obtenidas bajo la creación de la marca para el concentrado de maracuyá son las siguientes:

- Legible (hasta el tamaño más pequeño).
- Escalable (a cualquier tamaño requerido).
- Memorable (de fácil recuerdo y pronunciación).

2.1.1.6 Colores

- **Rojo:** El rojo es el color del amor y la pasión, además de ser un color vivo y llamativo, este representa de manera ideal el nombre de nuestra compañía que ya se ha mencionado anteriormente.

- **Amarillo y Verde:** El amarillo representa el color del maracuyá, y el verde las hojas de la fruta.

- **Azul:** El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la lealtad y confianza, por el cual queremos que nuestros clientes nos asocien y confíen en que nuestros productos son de buena calidad y brindarles un buen servicio.

2.1.2 MISIÓN

“Exportar el concentrado de maracuyá, cubriendo las exigencias del mercado internacional, ofreciendo un producto de calidad, a precios accesibles permitiendo contribuir al progreso nuestro país a nivel social, económico y ambiental.”

2.1.3 VISIÓN

“Consolidarnos como empresa exportadora de concentrado de maracuyá líder en el mercado Canadiense, ofreciendo calidad y confianza en nuestros productos.”

2.1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

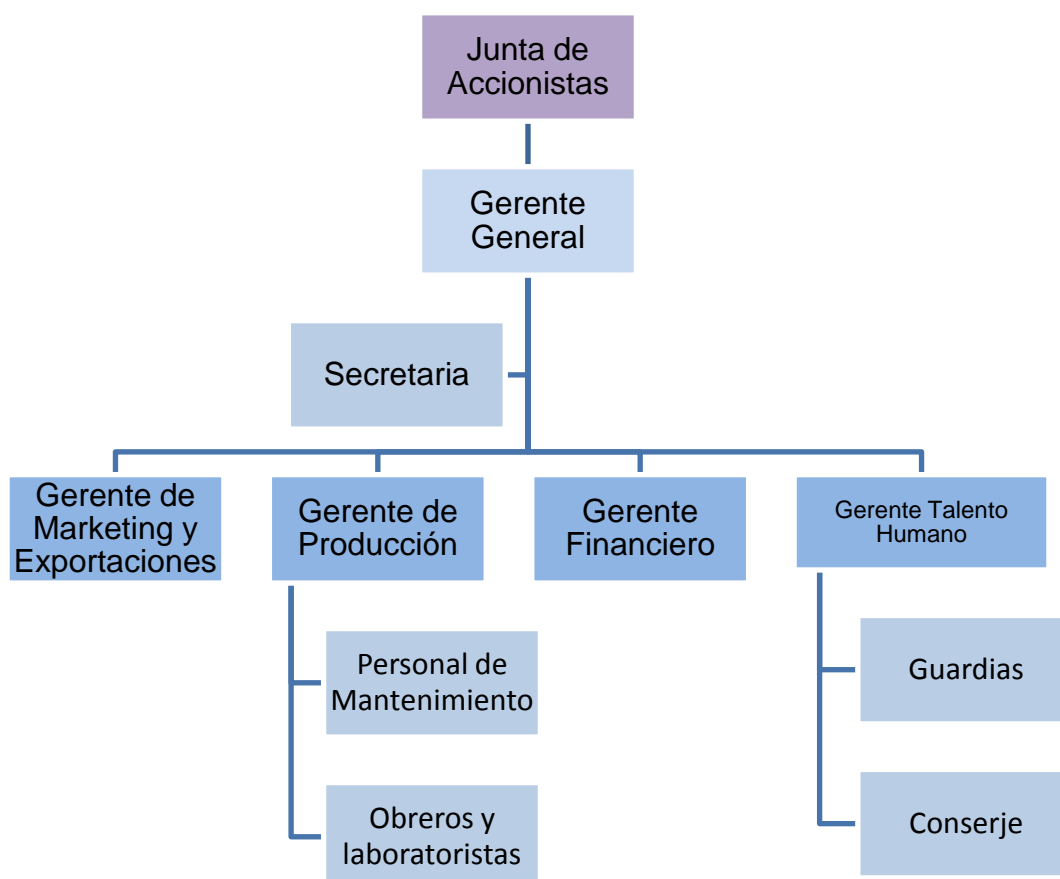
La estructura de la empresa será dinámica, dúctil, organizada por procesos, de esta forma se podrá proporcionar un mejor desarrollo de la empresa, tomando en cuenta las opiniones de los empleados, convirtiéndolo en un liderazgo compartido.

En cada área se dispondrá de un jefe, el mismo que deberá supervisar las funciones de los demás, pero al mismo tiempo solucionará los problemas que se puedan presentar de manera conjunta. En cuanto a la mano de obra, se contratará personal calificado para cada cargo que se requiera dentro de la empresa. Para indicar de una manera más específica los cargos principales se utilizará un organigrama funcional, y presentar a la organización de una forma más visible y comprensible.

2.1.4.1 Estructura Básica (Organigrama)

El organigrama de la empresa será el siguiente:

Organigrama de la Empresa
Gráfico No 2.1



Elaborado por: Las Autoras

2.1.4.2 Descripción del Personal:

Las funciones que desempeñarán cada miembro de la empresa son las siguientes:

Junta de Accionistas:

- Elegir al Gerente General
- Repartir utilidades
- Buscar a nuevos socios
- Decisiones acerca de la compañía y sus miembros.

Gerente General

- Administrar las juntas generales
- Presentar anualmente los estados
- Manejar las relaciones con los productores a nivel local y compradores en el exterior
- Delegar funciones para maximizar las funciones en la empresa
- Controlar los activos de la empresa
- Cumplir y hacer cumplir las reglas

Gerente de Marketing y Exportaciones

- Elaborar estrategias de promoción
- Definir el mercado meta
- Determinar políticas de precios
- Planear metas de ventas
- Informar sobre los niveles de ventas que mantiene la compañía
- Buscar nuevos mercados para exportar.

Gerente de Producción

- Encargado de programar y controlar la producción
- Velar por el buen funcionamiento de la planta
- Llevar registros de productos
- Coordinar actividades de planta
- Hacer contacto con los proveedores

Gerente Financiero

- Recopilar y procesar información financiera
- Ayudar en el proceso de la toma de decisiones financieras de la empresa
- Elaboración de cheques para pagos
- Llevar los estados financieros al día, así como el reporte semanal de ingresos y gastos, conciliaciones bancarias y declaraciones de impuestos para el SRI
- Analizar alternativas de financiamiento a largo plazo
- Estudiar y evaluar nuevos proyectos
- Realizar estudios sobre la estructura de capital y de las políticas de dividendos
- Ejecutar y controlar el cobro de las cuentas por pagar

Gerente Talento Humano

- Ayudar a los empleados a optimizar su talento
- Reclutar al personal por medio de entrevistas y evaluaciones
- Atender las deficiencias del personal
- Programar actividades de integración entre los empleados
- Buscar centros para capacitar al personal

Secretaria

- Atender clientes y llamadas
- Crear y manejar archivos
- Realizar pagos de sueldos al personal y servicios básicos

- Realizar tareas de gerencia
- Ayudar en la elaboración de presupuestos.
- Programar citas con los clientes y proveedores.

Personal de Mantenimiento

- Dar mantenimiento a las maquinarias e informar sobre su funcionamiento.
- Arreglar daños o cualquier tipo de averiación que se tenga en las maquinarias.
- Guiar a los nuevos operarios para que manejen de forma adecuada las maquinarias existentes en la planta.

Obreros

- Ejecutar actividades indicadas
- Cumplir con su horario de trabajo
- Cumplir con las normas de higiene
- Usar el vestuario adecuado dentro de la planta
- Cuidar y mantener las máquinas

Guardias

- Controlar y llevar registros de las personas que ingresan a la empresa
- Anotar placas de vehículos
- Velar por la seguridad de la empresa

Conserje

- Realizar el mantenimiento diario en las áreas administrativas.
- Mantener el aseo de los baños.
- Ayudar en cualquier requerimiento del personal administrativo.
- Realizar pagos o compras de menor cuantía que se necesite.

2.1.5 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

Esta empresa se constituirá como Compañía Anónima en un solo acto por las tres fundadoras de la misma (autoras del proyecto), mediante escritura pública y previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, con un capital suscrito de setenta y dos mil ciento nueve con 19/100 dólares americanos, la razón social de esta compañía será **Export PassionFruit C.A. (Ver ANEXO No 4)**

2.1.6 ISO Y EL MEDIO AMBIENTE

La familia ISO 14000 es la parte más visible del trabajo de la ISO para el medio ambiente. En esta sección se da la imagen completa. ISO cuenta con una de múltiples facetas enfoque a satisfacer las necesidades de las empresas, la industria, gobiernos y consumidores en el ámbito del medio ambiente.

En primer lugar, la norma ISO que ofrece un alcance amplio portafolio de estándar de muestreo, las pruebas y los métodos analíticos para hacer frente a los desafíos específicos del medio ambiente. Se ha desarrollado más de 350 normas internacionales para el seguimiento de aspectos como la calidad del aire, agua y suelo. Estas normas son un medio de ofrecer a las empresas y el gobierno **con** los datos científicamente válidos sobre los efectos ambientales de la actividad económica. También pueden utilizarse como base técnica para las regulaciones ambientales. **(Ver ANEXO No 5)**

En segundo lugar, la norma ISO ofrece un enfoque estratégico a través de la familia ISO 14000 de normas de gestión medioambiental

desarrollado por técnicos de la ISO del comité ISO / TC 207 que se pueden implementar en cualquier tipo de organización, ya sea en privado o del sector público (empresas, administraciones, servicios públicos).

En tercer lugar, la norma ISO / TC TC 207 también funciona en los documentos para facilitar la fusión de medio ambiente y los objetivos de negocio mediante el fomento de la inclusión de aspectos medioambientales en el diseño del producto. ISO / TR 14062, *Gestión ambiental - Integración de aspectos medioambientales en el diseño y desarrollo de productos*, permite a las organizaciones para identificar los posibles efectos sobre el medio ambiente de sus futuros productos y tomar decisiones efectivas durante la fase de diseño y desarrollo para mejorar su desempeño ambiental.

En cuarto lugar, la norma ISO / TC 207 está ayudando a cumplir el nuevo reto del cambio climático con las normas tales como ISO 14064:2006 y la ISO 14065:2007 normas para la verificación de los gases de efecto invernadero y la contabilidad

2.1.7 ESTUDIO DE EXPORTACIÓN

Para efectuar una transacción internacional existen muchos detalles, normas y procedimientos que deben conocer los empresarios, porque estos instrumentos reguladores o normativos forman parte del marco legal de cada país para el comercio exterior.³

³ ESTRADA Raúl, "Lo que se debe conocer para exportar: Exportar es el Reto"; 2009 Pág. 67

Resulta de vital importancia para las empresas-personas naturales que quieran exportar, elaborar un juicio plan exportador que le permita superar todos los condicionamientos y requisitos exigidos tanto a nivel nacional como en los países de destino.

Cada vez una mayor parte de la producción de numerosos países se comercializa internacionalmente, existiendo una mayor apertura e interconexión entre las diferentes economías, algunos de los factores a considerar son:

- La importante disminución de las barreras aduaneras.
- Disminución de las barreras técnicas.
- Mejora y abaratamiento de los transportes.
- La conocida y espectacular mejora de las telecomunicaciones.
- La mayor facilidad para realizar movimientos financieros.
- La homogeneización de los gustos y costumbres de los consumidores.
- La difusión de una cultura empresarial que favorece la internacionalización.

2.1.8 TRÁMITES PARA EXPORTAR

2.1.8.1 Registro como Exportador

Se debe de llenar la Tarjeta de Identificación, la cual se la obtiene en un Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador (BCE).

2.1.8.2 Declaración De Exportación

Para todas las exportaciones se debe presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación (DAU) y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y se realizan los trámites de la exportación.

2.1.8.3 Conseguir el Visto Bueno del DAU

Declaración Aduanera Única de Exportación (DAU) se la puede obtener en la Banca Privada o a través de D.A.U electrónico autorizado por el Banco Central del Ecuador.

1.- Presentar la declaración de exportación en el D.A.U, se debe presentar la original y cinco copias.

2.- Factura Comercial (original y cinco copias), en la cual debe de especificar la mercadería que se va a exportar.

3.- Para la obtención del visto bueno se deberá presentar los documentos en el Banco Central del Ecuador.

4.- Por lo general el D.A.U. es válido por 30 días y será autorizado para varios embarques dentro del plazo establecido. Existen excepciones en los que el D.A.U tiene validez solo por 15 días en tales casos:

- Si los productos que se exportan, se encuentran sujetos a precios mínimos referenciales, restricciones o autorizaciones previas.
- Si los productos que se exportarán son perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

2.1.8.4 Trámite de una Exportación al interior de Aduana

2.1.8.4.1 Fase de Pre-embarque

Comienza con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

2.1.8.4.2 Fase Post-Embarque

Se debe presentar la DAU definitiva, que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- CORPEI.

2.1.8.4.3 Documentos a presentar.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos: **Ver ANEXO No 6**

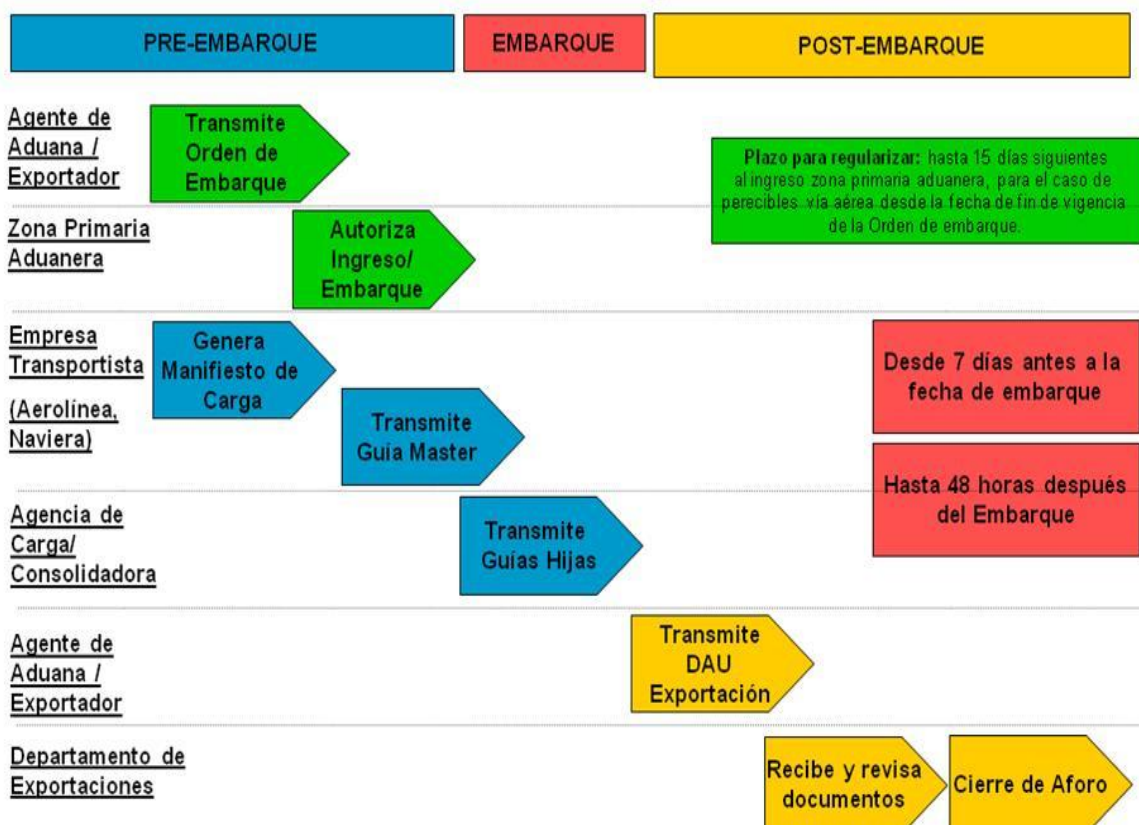
- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).

- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.

Los exportadores están obligados a notificar en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central del Ecuador.

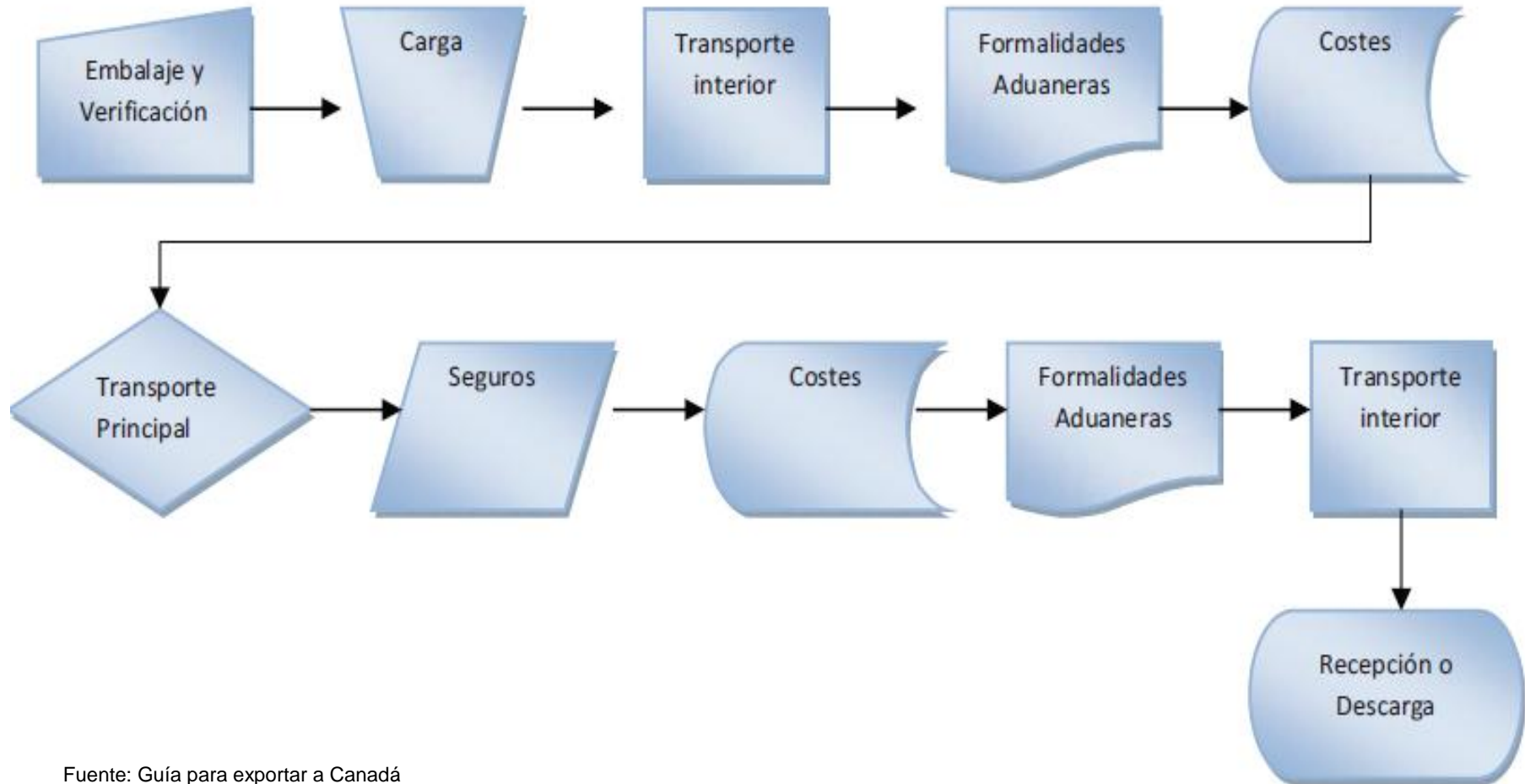
Procedimiento Exportaciones
Gráfico No. 2.2

Procedimiento Exportaciones



Fuente: CORPEI

Flujo de Exportación
Gráfico No 2.3



Fuente: Guía para exportar a Canadá
Elaborado por: Las Autoras

2.2 INVESTIGACION DE MERCADO Y SU ANALISIS

En un proyecto de exportación, el análisis de los aspectos generales del país de destino es un elemento importante y valioso para entender las costumbres, prácticas comerciales, tendencias y futuras adaptaciones que se deberán realizar a los productos que se deseen comercializar internacionalmente.

2.2.1 MERCADO DE CANADÁ

En Canadá pesar de la adaptación de nuevas técnicas de producción, muchas frutas aún no son cultivadas en este país, en especial las futas exóticas como la maracuyá; esto se debe a su clima.

Por ende en términos de jugos de frutas exóticas y debido a la falta de cultivo de las mismas en el país, no existe producción nacional como tal, las marcas vistas en el mercado son de otros países, marca propia desarrollada para empresas Canadienses o empresas productoras que importan la pulpa, concentrado u jugo en barril para desarrollar sus mezclas en el país.

2.2.1.1 Aspectos Generales del Mercado Canadiense

En un proyecto de exportación, el análisis de los aspectos culturales del país de destino es un elemento importante y valioso para entender las costumbres, prácticas comerciales, tendencias y futuras adaptaciones que se deberán realizar a los productos que se deseen comercializar internacionalmente.

La información que se sugiere en el análisis de los aspectos generales incluye aquella que ayuda a tomar decisiones sobre la planificación del mercado. La información en este análisis debe ser algo más que una recolección de hechos.

2.2.1.1.1 Geografía

Mapa Físico de Canadá
Figura No 2.5



Fuente: Enciclopedia Encarta 2010

Con sus 9.970.610 km², Canadá es el segundo país más grande del mundo. Capital Ottawa, en la Provincia de Ontario. Canadá cuenta con diez provincias y tres territorios: Alberta; Columbia Británica; Isla del Príncipe Eduardo; Manitoba; Nueva Escocia; Ontario; Quebec; Saskatchewan; Terranova; Territorios Noroccidentales; Yukón y Nunavut. Ver **ANEXO No 7**

Los territorios canadienses sorprenden por su gran diversidad: llanuras fértiles propicias para la agricultura, vastas extensiones montañosas, lagos y ríos. En el Gran Norte, la tundra del Ártico se encuentra en seguida de los bosques naturales.

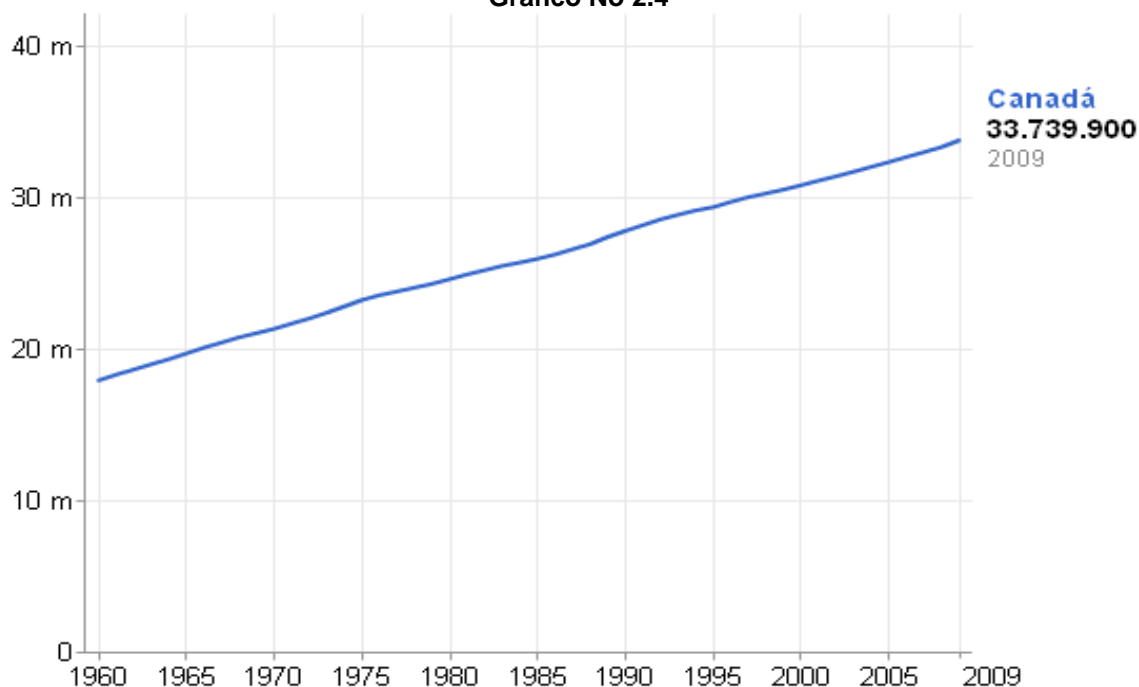
En un territorio tan grande, el clima presenta muchas variantes. Los casquetes glaciares permanecen congelados al norte. Sin embargo, Canadá tiene en general cuatro estaciones bien definidas, sobre todo a lo largo de la frontera con Estados Unidos.

En verano, las temperaturas máximas puede llegar a los 35°C durante el día, mientras que en el invierno, las mínimas de -25°C son normales. Durante la primavera y en el otoño son menos drásticas.

2.2.1.1.2 Demografía

Canadá con 33.739.900 habitantes y se espera que llegue a los 36,6 millones para el 2021, muestra la segunda proporción más alta de población caucásica del continente americano tras Argentina, de los cuales el 45% son de origen británico y el 27% de origen francés. Los dos idiomas oficiales son el inglés y el francés.

Crecimiento de la Población
Grafico No 2.4



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Las Autoras

En el 2010 los hombres alcanzaron el 49.6% de la población total, mientras que las mujeres el 50.4%. A continuación se indica la distribución por edades y sexo de la población canadiense.

Distribución por edades y sexo
Cuadro No 2.1

POBLACION POR SEXO Y EDAD						
2010						
Grupo de Edades	Canadá	Hombres	Mujeres	Canadá	Hombres	Mujeres
	(Miles de Personas)			(% de Participación)		
Total	34,108.80	16,917.30	17,191.50	100%	49.6%	50.4%
0 a 14	5,616.70	2,883.90	2,732.80	16.5%	17.0%	15.9%
15 a 64	23,672.50	11,895.40	11,777.10	69.4%	70.3%	68.5%
65 a 89	4,601.60	2,078.60	2,522.70	13.5%	12.3%	14.7%
más de 90	218.1	59.4	158.8	0.6%	0.4%	0.9%

Fuente: Guía Comercial de Canadá 2010
Elaborado por: Las Autoras

La esperanza de vida es de 81 años. El promedio de hijos por mujer es de tan solo 1,61. El 99,9% de la población está alfabetizada.

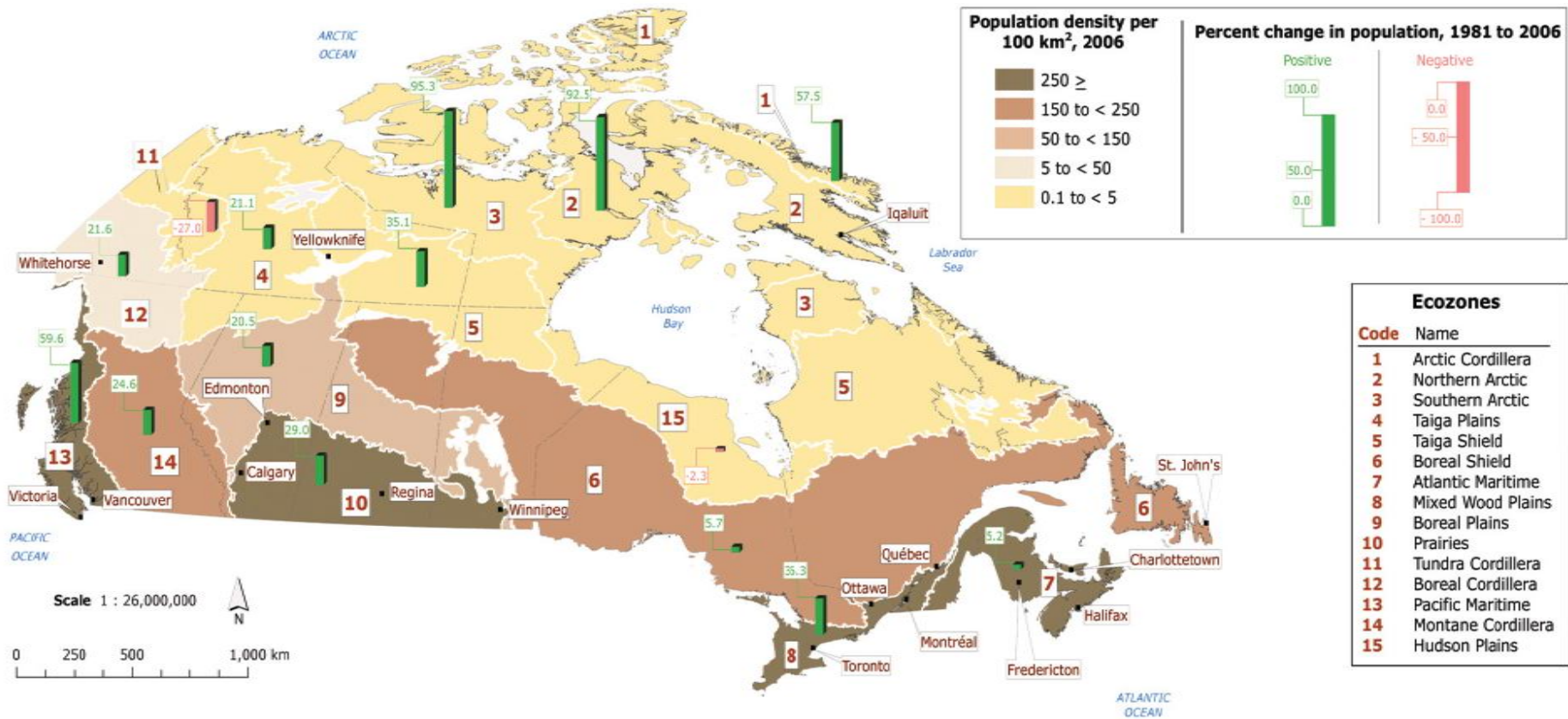
Si bien Canadá es el segundo país del mundo por su extensión, la densidad de su población es la más baja de los principales países industrializados. Una gran parte de Canadá está por encima de la zona templada.

No es de sorprenderse, que la densidad de población en el Yukón, Territorios de Noroeste, Nunavut y Quebec del Norte tengan un promedio de menos de una persona por Km². Casi dos de tres canadienses viven a no más de 160 kilómetros de la frontera con Estados Unidos, principalmente en grandes centros urbanos en la parte central y occidental del país⁴.

A continuación se muestra el cambio de la población en el eco-zona de Canadá:

⁴ TFO Canadá (www.tfocanada.ca), "Guía para exportar a Canadá", Octava edición

Cambio De La Población En Las Eco-zonas De Canadá
Figura No 2.6

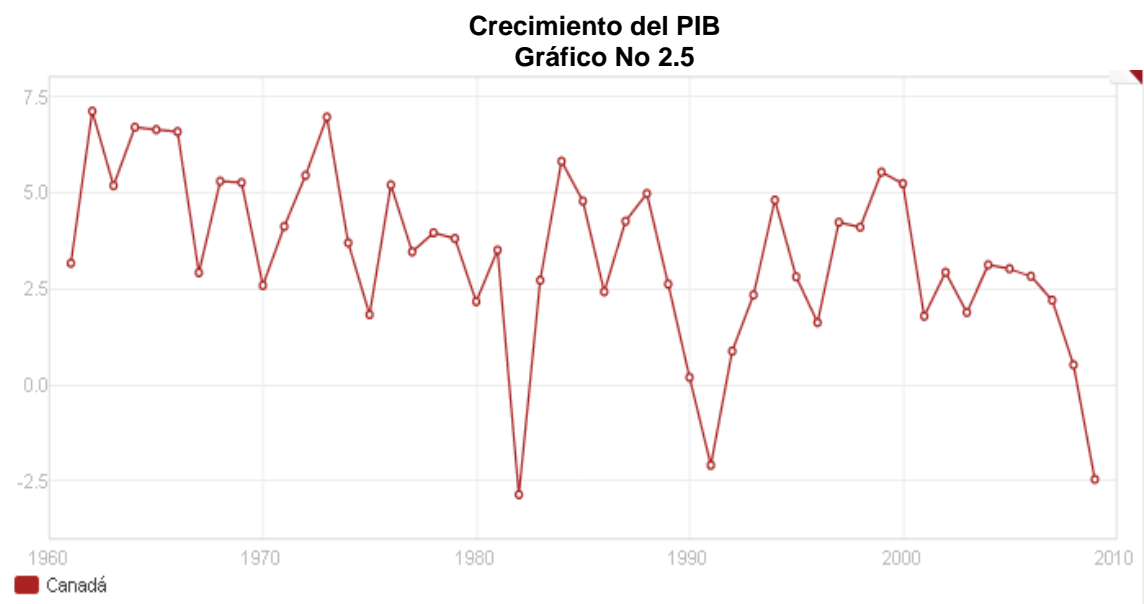


Fuente: Statistic Canadá

2.2.1.1.3 Economía

Como sociedad rica con una industria de alta tecnología, y con una economía con un PIB superior al billón de dólares, Canadá se parece al sistema económico de mercado de los Estados Unidos y a su patrón de producción.

Dado que disfruta de numerosos recursos naturales, de una mano de obra capacitada, y de capital moderno, Canadá tiene una economía sólida. Con una administración fiscal sólida, Canadá ha producido un superávit del presupuesto, reduciendo sustancialmente la deuda nacional, aunque un reto nuevo es la administración de los crecientes costes del sistema de sanidad pública. El valor del PIB (Producto Interno Bruto) llega a pasar \$ 1.336.067.710.612 (2009) millones de dólares ubicándose en el Ranking del Banco Mundial No 14.



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Las Autoras

Producto Interno Bruto 2005-2009
Cuadro No 2.2

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA						
Millones de dólares estadounidenses (constantes al 2002)						
	2005	2006	2007	2008	2009	Participación 2009
Todas las industrias¹	956,193	1,050,283	1,134,885	1,149,731	1,045,001	
Industrias productoras de bienes						
Agricultura, forestal, pesca y caza	23,440	24,646	25,668	26,273	22,990	2.2%
Minería y extracción de petróleo y gas	46,165	50,487	53,790	52,475	45,032	4.3%
Manufacturas	155,064	163,552	168,837	159,647	132,202	12.7%
Industrias de la Construcción	55,064	61,234	67,340	70,846	60,586	5.8%
Utilidades	25,192	26,579	29,418	29,274	26,169	2.5%
Industrias productoras de servicios						
Transportación y almacenamiento	45,582	50,098	53,727	54,335	49,005	4.7%
Industrias de la información y cultura	34,692	38,421	41,493	42,521	39,641	3.8%
Comercio mayorista	52,537	58,922	65,271	65,930	57,759	5.5%
Comercio minorista	53,510	60,670	66,784	69,153	64,315	6.2%
Finanzas y aseguradoras, bienes raíces, arrendamientos y administración de empresas	183,763	204,775	223,980	229,816	219,524	21.0%
Servicios profesionales, científicos y técnicos	44,458	50,275	55,159	56,813	52,854	5.1%
Servicios administrativos y de apoyo, administración de desperdicios y remediación	23,565	26,040	28,674	29,221	26,328	2.5%
Administración Pública	53,736	59,462	64,366	66,751	64,050	6.1%
Servicios Educativos	45,629	50,256	54,383	56,409	53,628	5.1%
Cuidado de la salud y asistencia social	60,024	65,647	71,423	73,951	70,939	6.8%
Arte, entretenimiento y recreación	8,790	9,544	10,322	10,378	9,763	0.9%
Servicio de alojamiento y alimentación	21,441	23,045	24,701	25,533	23,378	2.2%
Otros servicios (excepto administración pública)	24,454	26,900	29,273	30,083	27,973	2.7%

Fuente: Statistic Canadá
Elaborado por: Las Autoras

Las exportaciones representan un tercio del PIB. Como México, Canadá disfruta de un superávit comercial con los Estados Unidos, el cual recibe más del 85% de sus exportaciones. Con un PIB que supera el billón de dólares.

Desde la Segunda Guerra Mundial, el impresionante crecimiento de la industria manufacturera, la minería y el sector de los servicios han transformado a la nación de una economía rural en una principalmente industrial y urbana. El Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, que se firmó en 1989, y después, la creación del NAFTA que incluye México, ha producido un sorprendente incremento en el comercio y una mayor integración económica con los Estados Unidos.

2.2.1.1.4 Cultura y Estilo de vida

La cultura del Canadá ha sido influenciada también por la cultura estadounidense en parte debido a su cercanía geográfica pero también debido a la migración de personas, ideas, inversiones de capital y políticas a través de su frontera. A pesar de estas tradiciones británicas y estadounidenses, la cultura canadiense ha desarrollado varias características propias.

Canadá es reconocida por sus vastos bosques y cadenas montañosas (incluyendo las Montañas Rocosas) y la fauna salvaje que habita en ellos. Canadá es también reconocido por la fuerza de la Policía Montada Real de Canadá y productos hechos con recursos naturales del país, tales como el jarabe de arce.

Las ciudades cuentan con numerosos parques y áreas verdes donde la gente practica la carrera y tiene “picnics” con la familia. El respeto a las leyes y el derecho son también integrales en Canadá. La organización Transparency International, grupo que clasifica y otorga un rango a distintos

países de acuerdo al nivel de corrupción presente, clasifica a Canadá como uno de los países con menor grado de corrupción en el mundo. Aun cuando la perfección no existe, los servicios públicos y la atención al ciudadano por parte de los servidores públicos son excelentes.

Las horas regulares de los negocios en Canadá son de lunes a viernes desde las 8:00am -9:00am hasta las 5:00pm-6:00pm. Las horas de la tienda de venta al detalle varían en algo de provincia, pero la mayor parte de los puntos de venta al detalle abren de lunes a domingo. En Canadá se celebran varios días de Fiesta Nacional y algunas provincias declaran feriados obligatorios para sus residentes. En estos días la mayor parte de los negocios y oficinas gubernamentales están cerradas. Los feriados que caen en un sábado o domingo generalmente se los observa el lunes siguiente. Algunos de estos feriados importantes se muestran en el siguiente cuadro:

Feridos en Canadá
Cuadro No 2.3

Fecha	Fiesta	Fecha	Fiesta
1º de enero	Año Nuevo	22 de agosto	Descubrimiento del Yukón
Tercer lunes de febrero	Día de la Familia (Ontario)	Primer lunes de septiembre	Día del Trabajo
Principios de abril	Viernes Santo y Pascua	Segundo lunes de octubre	Día de Acción de Gracias
Lunes antes del 24 de mayo	Día de la Reina Victoria	11 de noviembre	Día del Recuerdo
24 de junio	San Juan Bautista (Québec)	25 de diciembre	Navidad
1º de julio	Día Nacional de Canadá	26 de diciembre	Día de las Cajas (Regalos)
Primer lunes de agosto	Feriado cívico, en la mayoría de las provincias		

Fuente: Guía para exportar a Canadá, Octava edición
Elaborado por: Las Autoras

2.2.1.1.5 Industria

Canadá cuenta con más de 35.000 exportadores activos. Con la ayuda de nuestros expertos en la industria en Canadá, podemos ponerlo en contacto con la empresa canadiense más adecuada para satisfacer sus necesidades.

La industria Canadiense se destaca: tecnologías de la informática y comunicación, aeroespacial, alimentos y bebidas, construcción, y defensa farmacéuticos entre otros.

2.2.2 COMERCIO INTERNACIONAL DE CANADÁ

El ambiente de negocios de Canadá ocupa el 1er puesto de los países del G7. Estados Unidos es el mayor exportador de jugos a Canadá, seguido de Brasil y China quien desde 1999 ha visto aumentar sus exportaciones hasta superar a Chile. También vale la pena recalcar la presencia de Argentina en quinto lugar. Canadá continúa diversificando su portafolio de comercio internacional disminuyendo su dependencia con los EE.UU como social comercial. En el año 2008 el comercio con Estados Unidos fue de 69.8% del Comercio Internacional de mercancías de Canadá menor que el 76.7% registrado en el 2003.

Canadá es además un gran exportador en la mayoría de las áreas de bienes de consumo. Gracias a su dotación de recursos naturales, Canadá compra de otros países únicamente cantidades modestas de materia prima. **Ver ANEXO No 8** Las exportaciones canadienses totalizaron USD 315,424 millones en el 2009, registrando una Tasa de Crecimiento Promedio Anual durante en el período 2005-2009 de -3.3%.

Exportaciones De Canadá Desde El Mundo

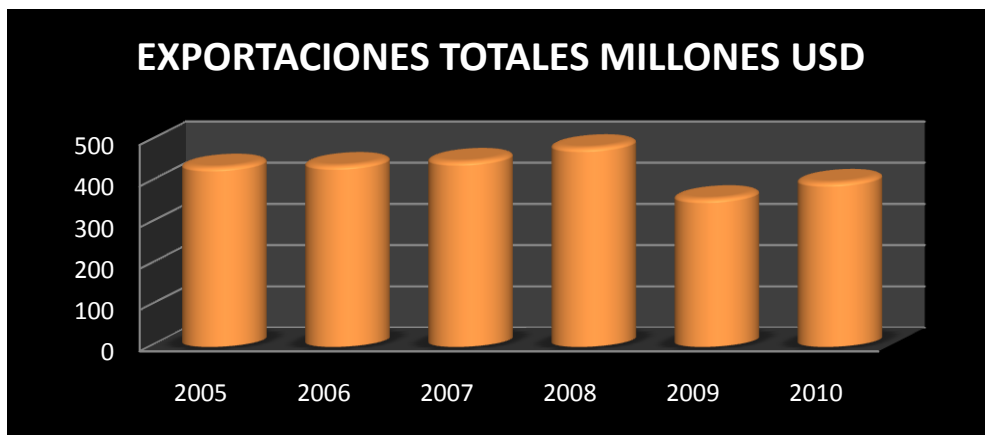
Cuadro No. 2.4

Descripción del producto	Valor exportada en 2006	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010
Todos los productos	388,178,688	419,967,552	455,718,336	315,424,224	387,114,112

Fuente: TradeMap – CCI (Centro de Comercio Internacional)
Elaborado por: Las Autoras

Exportaciones totales de Canadá 2005-2010

Gráfico No 2.6



Fuente: Statistic Canadá
Elaborado por: Las Autoras

En lo referente a los destinos de las exportaciones de Canadá hacia otros países, el primer lugar se lo lleva EEUU, como esperar su principal socio comercial, debido básicamente a su cercanía y poder económico. Se destaca Japón y Reino Unido en segundo y tercer lugar respectivamente, como se puede apreciar en el gráfico a continuación.

Exportaciones totales por País
Gráfico No 2.7



Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las Autoras

Al igual que en las exportaciones su principal socio comercial en las importaciones es de nuevo EEUU. Las importaciones resultan en mayor competencia, lo que resulta a su vez en mejores precios, mayor calidad y un incremento en la selección tanto para consumidor como para productor de servicios. **Ver ANEXO No 9**

Las importaciones también permiten el acceso a nuevas ideas y tecnologías de punta, las que a su vez, hacen que los servicios puedan ser más fácilmente desarrollados, comercializados y prestados a mayores distancias.

Las importaciones canadienses al mundo en el 2009 alcanzaron los USD 321,070 millones, con una TCPA de 0.5% durante el periodo 2005-2009. Al igual que las exportaciones, las importaciones también se redujeron en el 2009, este decrecimiento del comercio canadiense se le atribuye a la última crisis económica internacional.

Importaciones De Canadá Desde El Mundo

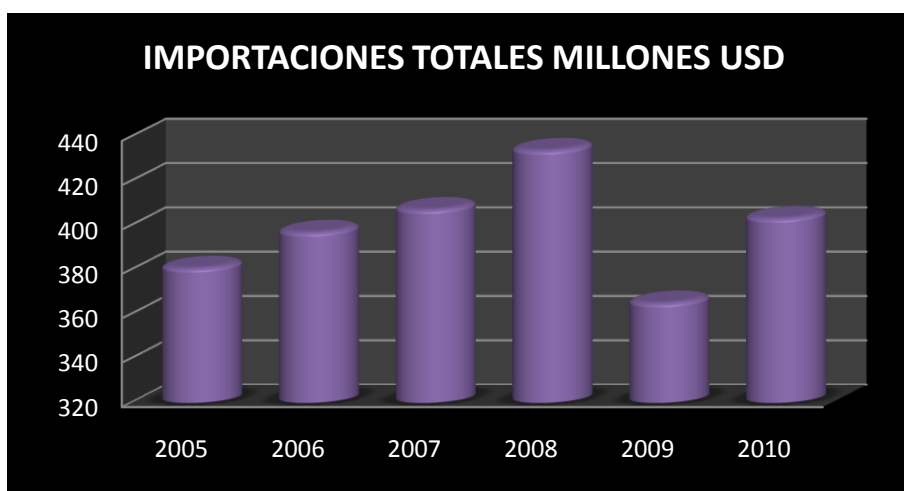
Cuadro No 2.5

Descripción del producto	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010
Todos los productos	350,257,152	380,619,040	408,740,448	321,070,240	391,171,744

Fuente: TradeMap – CCI (Centro de Comercio Internacional)
Elaborado por: Las Autoras

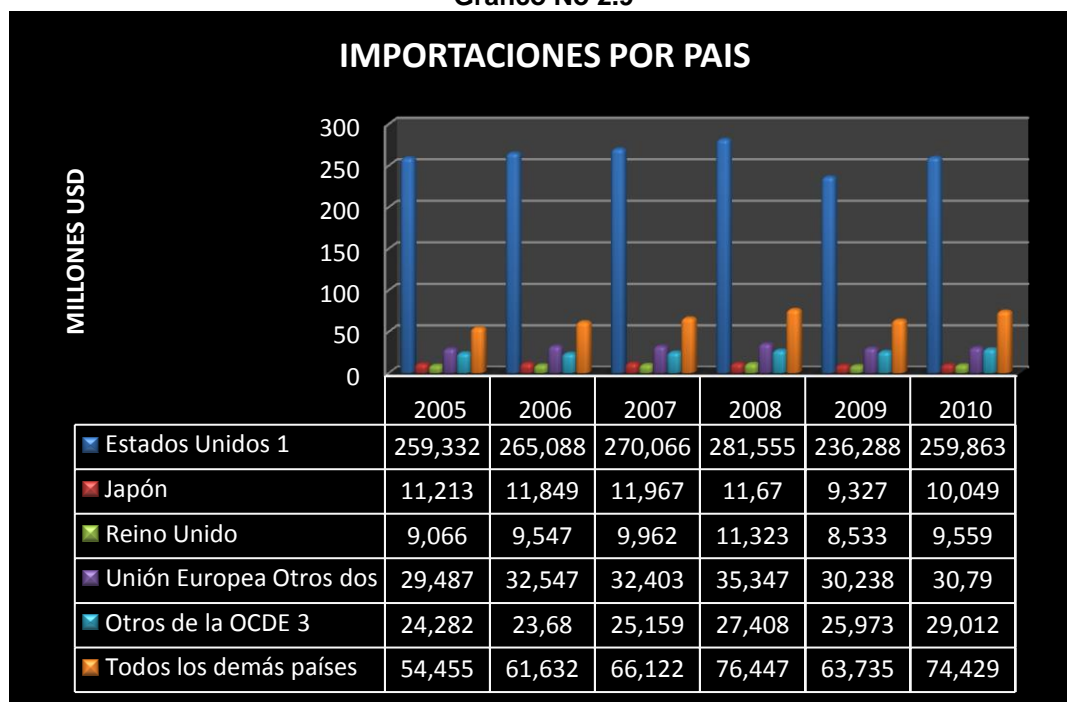
Importaciones totales de Canadá

Grafico No 2.8



Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las Autoras

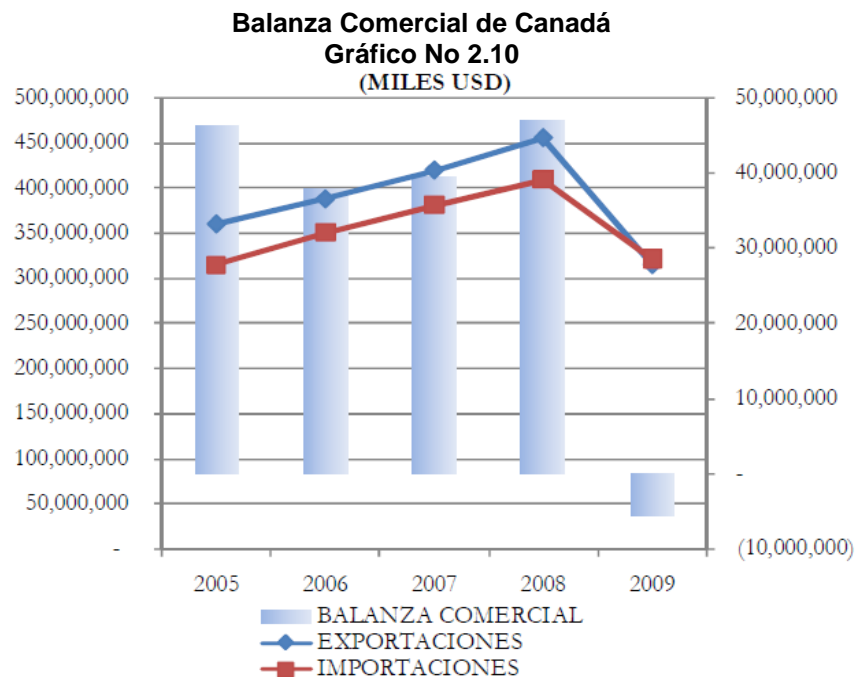
Importaciones totales por País
Gráfico No 2.9



Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las Autoras

El alto PIB per cápita de Canadá, su record impresionante de crecimiento económico y su historial como nación comercializadora hacen que sea un mercado atractivo para los exportadores internacionales.

Durante el periodo 2005-2009, el saldo comercial de Canadá presenta una evolución decreciente, así la balanza comercial en el 2006 llega a los USD 37,921 millones. Sin embargo, el saldo comercial de Canadá cae significativamente en el 2009, a -5,631 millones. La caída de las exportaciones e importaciones en el 2009 (gráfico a continuación) hacen referencia a la crisis económica mundial sufrida ese año.



Fuente: Trade Map – CCI
Elaborado por: Las Autoras

El comercio ida y vuelta /Gráfico No) y las inversiones constituyen más del 70% de la economía de este país y a menudo Canadá desempeña un rol vital en eventos internacionales que conllevan a la expansión y liberación del comercio internacional. Este país participa activamente en el desarrollo de instituciones y reglas efectivas para gobernar este comercio.

La geografía de Canadá y diversidad étnica ofrecen oportunidades para el marketing de prueba y ensayos clínicos. Transporte intermodal de mercancías que conecta a todos los puntos del continente, acceso único para Asia y el Pacífico con el puerto más cercano en Shanghái y el puerto más cercano en Europa.

Sus principales abastecedores externos son: Estados Unidos 60.66%, la Unión Europea 11.56%, China 5.54% y otros (países en vía de desarrollo) 14.48%.

2.2.2.1 Tipo De Cambio

La moneda se basa en el sistema decimal, con 100 centavos equivalentes a un dólar canadiense. Se emiten monedas en denominaciones de dos dólares (un “toonie”), un dólar (un loonie – este apodo es debido al colimbo “loon” que aparece en la moneda), 25 centavos (un cuarto o “quarter”), 10 centavos (“un dime”), cinco centavos (un níquel) y un centavo (1 penique). El papel moneda es emitido en denominaciones de \$5, \$10, \$20, \$50, \$100, \$500 y \$1000.











Los extranjeros que visitan Canadá pueden cambiar su dinero en cualquier institución financiera Canadiense o en las ventanillas de cambio de moneda ubicadas en los aeropuertos y los principales cruces de fronteras. Un dólar canadiense equivale a USD 1.0507 (Abril 2011).

Apreciación del dólar Canadiense frente al dólar Americano
Grafico No 2.11



Fuente: Guía para exportar a Canadá 2010
Elaborado por: Las Autoras

Comercio Internacional de Canadá (porcentaje)
Cuadro No 2.6

Exportaciones a		Importaciones de	
País	Porcentaje	País	Porcentaje
 Estados Unidos	85,8 %	 Estados Unidos	60,66 %
 Japón	2,14 %	 Unión Europea	11,56 %
 China	1,25 %	 China	5,54 %
 Unión Europea	5,08 %	 Japón	4,13 %
 Alemania	0,75 %	 México	3,63 %
Otros	5 %	Otros	14,48 %

Elaborado por: Las autoras

2.2.2.2 Política Comercial de Canadá

Canadá tiene más de 260 oficinas (embajadas, consulados, oficinas comerciales) en 150 países alrededor del mundo, y es miembro de varios organismos. Su política comercial se basa en sus principios de la OMC. Su participación en la OMC refleja los objetivos identificados en su Estrategia Comercial, basada en la expansión de mercado, en especial los prioritarios, y fortalecer las relaciones en los países miembros.

A nivel internacional, quien se ocupa de velar por los intereses comerciales canadienses es el ministerio de Asuntos Exteriores y comercio Internacional. Se encarga de la elaboración, negociación y administración de los Acuerdos y reglas comerciales. Adicionalmente, trabaja para la resolución de contenciosos comerciales que involucran a Canadá. Así

mismo, impulsa el comercio exterior y la atracción de inversiones, a través de su extensa red internacional de delegaciones comerciales y a través de diferentes organismos:

- Canadian Comercial Corporation⁵
- Secretariado del TLCAN⁶
- Export Development Canada⁷
- Investment in Canada⁸
- Trade Facilitation Office⁹

2.2.3 REGULACIONES Y ADUANA

2.2.3.1 Regulaciones para importar

En Canadá se ha establecido diferentes leyes que buscan la regulación del comercio de estos productos con el fin de garantizar la calidad de los productos alimenticios intercambiados a nivel nacional e internacional gracias a la combinación de normas de salubridad, calidad y clasificación. Las principales leyes que rigen los productos son:

- Ley sobre los productos agrícolas en Canadá (Canada Agricultural Products Act)

⁵ Actúa como una Agencia de contratación y compras públicas de Canadá que asiste en el desarrollo del comercio entre Canadá y otros países. Así mismo brinda apoyo a personas, dentro de Canadá, a importar bienes o commodities y colocarlos fuera de Canadá.

⁶ El Secretariado del Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), es responsable de la administración de las disposiciones sobre solución de controversias del TLCAN.

⁷ EDC es la Agencia de Crédito a la Exportación que ofrece soluciones innovadoras de financiamiento, seguro y gestión de riesgo para ayudar a los exportadores e inversionistas canadienses a expandir sus negocios en el extranjero.

⁸ Invertir en Canadá es una institución para promover, atraer, y mantener la inversión directa extranjera en Canadá. En calidad de oficina del Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional, asume la planificación de empresas multinacionales que deseen invertir en empresas canadienses o ampliar sus operaciones en Canadá.

⁹ TFO Canadá, fundada por la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (CIDA), ofrece asistencia a los países en desarrollo para que puedan exportar al mercado Canadiense.

- Reglamento para la obtención de permisos y de arbitraje (Licensing and Arbitration Regulations)
- Ley sobre la protección de vegetales y su reglamento de aplicación (Plant Protection Act)
- Ley sobre los alimentos y drogas y su reglamento de aplicación (Food and Drug Regulations)
- Ley sobre el Empaque y Etiquetas de los Productos de Consumo (Consumer Packaging and Labelling Act)
- Reglamento sobre los productos transformados (Processed Products Regulations)
- Processed Products Regulations - Exigencias Generales para alimentos procesados

Las leyes sobre competencia y sobre Marcas registradas están administradas por el Ministerio de Industria de Canadá, (Industry Canadá). Las de radio y televisión están manejadas por la Comisión de Radio, Televisión y Telecomunicaciones de Canadá, (Canadian Radiotelevision and Telecommunications Commission -CRTC). Por su parte, la Agencia de inspección de Alimentos de Canadá (CFIA), controla las Leyes y Regulaciones sobre pesos y medidas.

2.2.3.2 Aduana

Las aduanas son competencia de la Agencia Canadiense de Servicios en Fronteras (Canada Border Services Agency) que depende del Ministerio de Seguridad Pública y protección Civil. La cooperación al desarrollo internacional es competencia del Ministerio de la Cooperación Internacional, a través de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional. Los aranceles aplicados por Canadá varían dependiendo del tratamiento que Canadá otorga al país donde se origina la importación.

El tratamiento de la tarifa puede ser afectado por el origen de las materias primas y sus componentes, e incluye la tarifa de nación más favorecida (NMF) para todos los miembros de la organización Mundial del Comercio (OMC) y los países que gozan de acuerdos bilaterales con Canadá; la tarifa de los países de la Mancomunidad del Caribe; La tarifa de País menos desarrollado (TPMD); tratamiento de tarifa preferencial conforme a varios acuerdos de libre comercio; y la tarifa general preferencial (TGP) para países no cubiertos por alguna otra categoría.

Las empresas exportadoras deben obtener certificados de Origen de agencias certificadoras identificadas en el país y presentar formularios de declaración de importaciones para uso de los inspectores del gobierno de Canadá¹⁰.

El arancel promedio simple NMF que aplicó Canadá en el 2009 fue de 4.5%, para productos agrícolas de 10.7%, mientras que para productos no agrícolas fue de 3.5%.

**Aranceles Aplicados Por Canadá
Cuadro No 2.7**

ARANCELES APLICADOS POR CANADÁ				
ARANCELES E IMPORTACIONES	AÑO	TOTAL	P. agrícolas	P. no agrícolas
Promedio simple del consolidado final		6.7	15.4	5.3
Promedio simple de la aplicación NMF	2009	4.5	10.7	3.5
Promedio ponderado del comercio	2008	3.3	11.4	2.7
Importaciones en miles de millones de USD	2008	397.1	26.1	371.0

Fuente: Perfil Arancelario de Canadá/OMC
Elaborado por: Las Autoras

¹⁰ TFO Canadá, Guía para la exportación a Canadá, 2010

El Ecuador no tiene al momento un tratado de libre comercio con Canadá, por lo que el único tratamiento del que podría beneficiarse un producto ecuatoriano es por la cláusula de la Nación Más Favorecida.

2.2.4 REGULACIONES Y ACUERDOS COMERCIALES

2.2.4.1 Sistema Arancelario Canadiense

La Legislación canadiense por la que se aplica un sistema de preferencias arancelarias a favor de los países en desarrollo entró en vigor el 1° de Julio de 1974, como parte de un esfuerzo internacional concertado llevado a cabo por los países más industrializados a fin de prestar asistencia a los países en vías de desarrollo para que aumenten sus exportaciones e incrementen así sus ingresos de divisas.

El Sistema Arancelario Canadiense utiliza el “Escalonamiento Arancelario”. El mismo, no aplica ninguna o aplica una tasa arancelaria muy baja con respecto a materias primas. De esta forma, a medida que el proceso y pasos en la fabricación del producto importado sean de mayor cantidad de igual forma aumenta la tarifa arancelaria.

Este sistema tiene como objetivo fundamental, dar exoneraciones arancelarias a las importaciones en los países industrializados, de los productos originarios de los países en vías de desarrollo, sin ninguna reciprocidad por parte de éstos últimos, para fomentar la industrialización, diversificación de las exportaciones y el aumento de los ingresos a los países beneficiarios.

El sistema tuvo su origen en la segunda conferencia de la UNCTAD en 1968 en la cual se aprobó la resolución 21, que acordó poner en funcionamiento un programa generalizado de preferencias a favor de los países menos desarrollados que, por su carácter general no discriminatorio y sin lugar a reciprocidad alguna, se constituyera en un instrumento eficaz para aumentar la actividad exportadora de algunos países, promoviendo su industrialización y de esa forma se lograra su acelerado crecimiento económico.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) fue creada en 1995. Canadá y Ecuador son miembros de la OMC. Ecuador se integró desde el 21 de enero de 1996.

Como miembros de esta organización ambos países se comprometen a mantener un comercio sin discriminación, por lo cual, los países reciben el trato de nación más favorecida y obtienen una ventaja arancelaria sobre los países no miembros de la OMC, sin embargo, por este mismo principio todos los miembros de dicha organización reciben el mismo trato.

Adicionalmente, el gobierno canadiense otorga a Ecuador (y otros países) el sistema General Preferential Tariff (GPT), denominación que corresponde al esquema del Sistema Generalizado Preferencial (SGP), mecanismo mediante el cual los productos ecuatorianos gozan de preferencias arancelarias.

Este sistema es “una ayuda a las economías menos competitivas para que puedan competir con los países desarrollados” otorgadas desde 1973.

Para tener acceso a esta reducción, los exportadores ecuatorianos tienen que adjuntar el certificado de origen, una certificación atestando que el producto fue manufacturado en Ecuador y especificando el porcentaje del contenido de los componentes. Este debe ser firmado por el representante legal de la empresa.

2.2.4.2 ACUERDOS COMERCIALES

El sistema generalizado Armónico (HS) de clasificación de producto. El Sistema Armónico lo utilizan más de 177 países a escala mundial, fue desarrollado por la World Custom Organization (Organización Mundial de Aduanas) para estandarizar la clasificación internacional a fin de facilitar la administración de aranceles aduaneros internacionalmente y a la recopilación de estadísticas del comercio internacional.

Los códigos de importación constan de números de 10 dígitos. Los primeros seis dígitos se basan en el HS internacional y los últimos cuatro son específicos para cada país importador, la mayoría de los países en desarrollo comparten el mismo código de 10 dígitos lo cual facilita la comercialización entre estos países.

Canadá tiene varios acuerdos comerciales regionales, bilaterales y multilaterales de bienes y servicios. Estos acuerdos cubren temas como acceso al mercado; inversión; adquisiciones gubernamentales, entre otros.

2.2.4.2.1 NAFTA (Tratado Norteamericano de Libre Comercio)

Este tratado entró en vigencia el 1º de enero de 1994 entre Canadá, México y los Estados Unidos, creando una zona de libre comercio que ha eliminado las mayorías de las tarifas lo que hace muy atractivo el mercado para los compradores y consumidores. Esto hace que Norte América sea una de las regiones más eficientes en el mundo para hacer negocios.

2.2.4.2.2 Arancel General Preferencial (General Preferential Tariff - GPT)

Comenzó a regir desde el 1º de julio de 1974, y ha sido aplicado a más de 160 países del mundo entero. En años recientes, dicho arancel ha sido extendido a las repúblicas de la antigua Unión Soviética, así como a los países de Europa Oriental. La aplicación del arancel preferencial no tiene fecha de vencimiento y únicamente es sometido a revisiones periódicas. Algunos países resultan elegibles para la aplicación de más de un tratamiento arancelario, es el caso de Ecuador que clasifica para GPT y NMF (Nación más Favorecida).

2.2.4.2.3 Tarifa de Nación más Favorecida (Most Favoured Nation Tariff - MFN)

Ecuador es beneficiario del tratamiento NMF y se aplica cuando el producto no recibe tratamiento de Arancel General Preferencial (GPT). Canadá ha aceptado reducir y fijar estos aranceles a niveles específicos a través de sucesivas rondas de negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), actualmente la OMC. Los aranceles fijados para un número significativo de productos son cero.

Por medio de las Relaciones Exteriores y Comercio Internacional de Canadá, se puede obtener una lista de los acuerdos principales de Canadá así como de las negociaciones en curso para acuerdos comerciales potenciales con países o regiones específicas. Se puede encontrar esta información en la sección de Negociaciones y convenios Comerciales del departamento de asuntos Extranjeros y Comercio Internacional.¹¹

Canadá y los países de la Comunidad Andina (CAN) resolvieron en el 2002 iniciar las negociaciones para el establecimiento de un Acuerdo Libre Comercio. Actualmente existe una propuesta en discusión, en lo que corresponde a Ecuador, pero no se ha concretado aún un acuerdo de libre comercio, a diferencia de países vecinos como Perú y Colombia.

Como se puede observar a las exportaciones en el cuadro No 2.8, existen dos regímenes comerciales que benefician a las exportaciones ecuatorianas hacia Canadá.

**Régimen Comercial Aplicados Por Canadá Al Ecuador
Cuadro No 2.8**

REGIMEN COMERCIAL APLICADOS POR CANADÁ AL ECUADOR	
Descripción del Régimen de comercio con Ecuador	Observaciones
NMF	Aplica a todos los países
GPT	Los productos beneficiados del GPT son básicamente las manufacturas y productos semifabricados, pero con excepciones como textiles y confección de productos de cuero, calzado, productos siderúrgicos y productos derivados del petróleo.

Fuente: CORPEI
Elaborado por: Las Autoras

¹¹ www.defait-maeci.gc.ca

- El GPT (Arancel Preferencial General) cubre la mayor parte de productos pero nuevamente excluye productos agrícolas de manejo de suministros (como los lecheros, avícolas y huevos) como también azúcar refinado, y la mayoría de textiles, vestimentas y calzados.

- En el caso de Ecuador se entiende que el régimen comercial NMF (Nación más Favorecedora) se aplica como EL TPMA's (Tarifa para Países Menos Desarrollados) proporciona acceso libre de aranceles y cuotas a todos los productos importados a Canadá desde PMA's (países menos desarrollados) exceptuando productos agrícolas manejados por suministros en los sectores lecheros, avícola y huevos.

2.2.4.3 Los Documentos Y Regulaciones Del Exportador Ecuatoriano, Importador Canadiense Y El Agente De Aduanas.

La documentación requerida por aduana consiste en lo siguiente:

- **El transportista** debe entregar al exportador: El conocimiento de embarque (Bill of Lading) en caso de transporte marítimo o la guía aérea
- **El exportador** debe entregar los siguientes documentos:

Al importador:

- El contrato de venta
- La factura pro forma
- La factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado de origen

Al transportista:

- La carta de instrucciones de transporte

- **El importador** canadiense o su agente de aduana debe contar con la siguiente documentación por parte del proveedor o compañía de seguros:
 - Lista de empaque.

- Certificado de origen
- Certificación de seguro
- Factura estandarizada de la aduana canadiense (Canadian Customs Invoice).







 **Otros documentos emitidos por autoridades independientes como:**

1. Certificados de inspección
2. Certificado fitosanitario **Ver ANEXO No 10**
3. Certificado de calidad.

La documentación que las autoridades del país de destino, en este caso serían **las autoridades canadienses**, requerirán lo siguiente:

1. Factura comercial C.C.I Canadian Customs Invoice
2. Declaración de venta realizada
3. Formato B3 llenado (esto lo puede hacer el agente aduanal)
4. Customs Cargo Control Document

Documentos internacionales:

-  Factura comercial
-  Lista de empaque
-  Certificado de origen
-  Certificado de seguro
-  Certificado de inspección
-  Certificado fitosanitario

Es importante destacar que las cajas de los productos tienen que presentarse con caracteres en inglés y francés y deben contener la siguiente información básica:

- ▣ Nombre y descripción del producto.
- ▣ Peso en Kg y libras, además del número de productos contenidos en un envase (caja o pallet).
- ▣ Nombre y dirección del exportador.
- ▣ Códigos UPC, Canadian Standard Product Code, Shipping Container Code.
- ▣ Tamaño y valor de cada envase individual contenido.
- ▣ Número de orden de compra.
- ▣ País y región de origen.
- ▣ Fecha de expiración de la mercadería.
- ▣ Número de lote (para identificar envíos).

2.2.4.4 Logística

Es la acción que involucra el uso del transporte para movilizar el producto, desde el punto donde se elabora hasta su destino.

En el proceso de comercialización internacional es común un gran número de expresiones especializadas, sobre todo en relación a los seguros marítimos, por esta razón la Cámara de Comercio Internacional estableció un conjunto de condiciones conocidas como INCOTERMS.

2.2.4.5 INCOTERMS

Los Incoterms permiten clasificar y establecer la distribución de los costos y las responsabilidades entre compradores y vendedores.

2.2.4.5.1 Elección del Incoterms

El Incoterm recomendable y el más usado en nuestro país es el FOB (FREE ON BOARD) que significa Franco a Bordo.

- ❑ Se utiliza únicamente en transporte marítimo
- ❑ El vendedor debe de entregar la mercancía con todos los gastos pagados hasta poner a bordo del buque, arrimado y estibado la mercancía, incluido la Aduana.
- ❑ El riesgo del exportador se transfiere para el importador cuando la mercancía cruza la borda.

Obligaciones del Vendedor

- ❑ Entregar la mercancía y documentos necesarios
- ❑ Empaque y embalaje
- ❑ Pago de Flete (de la fábrica al lugar de exportación)
- ❑ Aduana
- ❑ Gastos de exportación

Obligaciones del Comprador

- ❑ Pago de la mercadería
- ❑ Flete y seguro (del lugar de exportación al de importación)
- ❑ Gastos de Importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- ❑ Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- ❑ Pago de Flete (lugar de importación a planta)
- ❑ Demoras

2.2.5 ESTUDIO DE MERCADO

“Estudiar el mercado es una actividad propia del proceso de marketing, entendiéndose esa como la explicación de una filosofía empresarial que conduce a conocer el mercado para producir lo que se puede vender, contraria a vender lo producido, orienta las acciones empresariales con base en las necesidades y deseos de los consumidores, evalúa las capacidades de los mismos y las capacidades de la empresa para satisfacerlas”.¹²

2.2.5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificar la existencia de un nicho en el mercado canadiense para la exportación de concentrado de maracuyá y ofrecer un mejor servicio del que ofrecen los productos existentes en dicho mercado.

Comprobar la existencia de una demanda insatisfecha de concentrado de maracuyá en Canadá. Determinar la aceptabilidad del producto en el mercado canadiense

Investigar los canales de distribución, es decir, cómo el producto llega a los consumidores.

¹² OROZCO, Arturo. “Investigación de Mercados. Concepto y Práctica”. Editorial Norma. Bogotá, Colombia. 2003. Cap. 1

2.2.6 MERCADO

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.¹³

“Un mercado es un mecanismo por medio del cual los compradores y vendedores de un bien o servicio determinan conjuntamente su precio y su cantidad”.¹⁴

2.2.6.1 ESTRUCTURA DE MERCADO

El ambiente en que se desenvolverá el presente proyecto, será de **Competencia Perfecta**, puesto que existen muchos compradores y vendedores de un producto que, por su tamaño, no pueden influir en su precio; el producto es idéntico y homogéneo, y existe movilidad perfecta de los recursos y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

2.2.7 ACCESO AL MERCADO DE CANADÁ

Los principales puertos De Canadá y de mejor acceso para las mercancías que llegan de Ecuador son:

- Halifax en el Atlántico,
- El puerto de Montreal en la región central
- El puerto de Vancouver para el Oeste Canadiense.

¹³ Evaluación de Proyectos; Gabriel Baca Urbina, Pág. 17

¹⁴ Economía; Samuelson; Pág. 23

Algunas empresas Canadienses prefieren llevar sus mercancías hasta algunos de los puertos en New York y de allí mediante camiones refrigerados transportan las mercancías hasta Toronto y/o Montreal que son los dos grandes centros de distribución de mercancía. Para el concentrado objeto de este estudio, jugos de piña, passion fruit y otras frutas no mezcladas exóticas, no hay arancel para ningún país ya que son frutas que no se producen en Canadá. **Ver ANEXO No 11**

En todos los casos el importador debe asegurar que los productos que le importa serán conformes a todas las exigencias de leyes y reglamentos en vigor en Canadá ya sean leyes federales, provinciales o reglamentos municipales.

Los importadores deben tener los registros de la distribución de sus productos con el fin de poder controlar los alimentos cuando éstos representen un riesgo a la salud de la población o cuando una infracción grave sea cometida. Los requerimientos de las empresas procesadoras son:

- Excelente calidad,
- Certificado fitosanitario
- Certificados de calidad
- Certificado de producción como el HACCP, también pueden exigir certificado Kosher.
- Los grados Brix tienen mucha importancia y cada uno de estos procesadores tiene las especificaciones que busca en sus productos.

2.2.7.1 Certificado Kosher

Este es un certificado otorgado por los rabinos judíos. Para obtenerlo es necesario que uno de ellos este presente durante todo el proceso de

producción y de transformación de los productos, al final del proceso esta persona o gremio da su visto bueno en cuanto a la calidad del producto.

2.2.7.2 Certificado Haccp (Hazard Análisis And Crítical Control Points)

La mayoría de los importadores y sobre todo el sector industrial de transformación de alimentos, exige que las empresas exportadoras hayan adoptado el certificado HACCP. Otorgado por el cumplimiento de acciones sistemáticas preventivas que buscan asegurar la salubridad de los alimentos.

El sistema HACCP reposa sobre siete principios fundamentales que buscan descubrir los riesgos asociados a la producción de los alimentos, para controlarlos y a verificar si el sistema es eficaz. Estos principios son:

1. Efectuar un análisis de los riesgos y enumerar las medidas preventivas que buscan controlarlos
2. Determinar los puntos de control críticos
3. Fijar los límites a cada punto de control crítico
4. Establecer los pasos a seguir para la supervisión de los puntos de control críticos
5. Definir las medidas correctivas a tomar en caso de desviaciones
6. Implantar las medidas que permitirán verificar que los sistemas funcionan correctamente
7. Mantener un control eficaz de los archivos

2.2.7.3 Requisitos Arancelarios

Los productos agrícolas y alimenticios están amparados bajo el Sistema de Preferencias Generalizado para los países Andinos y no paga

aranceles. La partida arancelaria con la que se identifica el producto en Canadá es: 2009801200 la cual está identificada como “Granadilla, maracuyá (parchita) y demás frutas de la pasión (*Passiflora Edulis*) frescas.

El tratamiento arancelario puede ser afectado por el origen de la materia prima y componentes. Los aranceles dependen del tratamiento dado por Canadá al país del cual se originan las importaciones, e incluye:

El Arancel para las Naciones Mas Favorecedoras (NMF) para todos los miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y países que gozan de convenios bilaterales con Canadá. El Arancel Preferencial General (GPT) para países no cubierto por ningún otra categoría.

En el caso de la exportación de jugos concentrados de Maracuyá, Canadá no impone ningún tipo de arancel para su ingreso, como se puede observar en la tabla siguiente:

Tarifas Canadienses para productos desde Ecuador
Cuadro No 2.9

Producto	Tarifa Canadie	Participación	Participación
Bananas	Free	42%	21%
Flores Cortadas	6-10%	21%	24%
Pescado y comida del mar	Free	9%	1%
Preparaciones de frutas (jugos, palmitos)	Free	6%	<1%
Otras frutas tropicales	Free	5%	1
Penicilina y otros medicamentos	Free	4%	<1

Fuente: www.dfait-maeci.gc.ca
Elaborado por: Las Autoras

Para determinar cuál es el arancel que debe pagar y la cantidad arancelaria del concentrado de maracuyá; en el Ecuador, se recurre al libro del **Arancel Nacional de Aduanas (Importaciones)**, de donde se obtiene la siguiente información:

- Partida Arancelaria: 0811.90
- Subpartida Arancelaria: 0811.90.94.00
- Unidad Física: Kg.
- Derechos Arancelarios (% Ad-Valorem): 0%
- Impuesto al valor Agregado (IVA): 0%

El arancel es un impuesto que el gobierno aplica a ciertos productos importados. El arancel podría estar diseñado para recaudar ingresos o para proteger a las compañías nacionales. El arancel Ad Valorem significa por el valor o según el valor, son impuestos exigidos como fracción del valor de los bienes importados, el objetivo es incrementar el costo de trasladar los bienes a un país.

2.2.7.4 Tarifas

El Gobierno Federal es el único que puede imponer aranceles sobre los bienes y servicios que ingresan a Canadá, a través de leyes y reglamentos, ellos administran todo lo relacionado con aranceles aduaneros, programas para la reducción o eliminación de tasas aduaneras conforme a los acuerdos internacionales, controles a las importaciones, exportaciones y acatamiento de normas específicas de importación. **Ver ANEXO No 12**

Todos los productos que ingresan a Canadá deben ser declarados en la Agencia de Servicios Fronterizos en Canadá (CBSA, Canada Border Services Agency), lo que se encargará de hacer el importador o su agente de aduana. Los productos como materias primas y productos manufacturados, el arancel se encuentra en un rango que oscila entre 0% y 13.5%.

2.2.7.5 Impuestos

Únicamente el Gobierno federal puede imponer aranceles sobre bienes y servicios que ingresan a Canadá; la constitución prohíbe que los gobiernos provinciales lo hagan.

Todos los productos que ingresen a Canadá deben ser notificados a la CBSA (Agencia Canadiense de servicios Fronterizos) la agencia federal responsable del cumplimiento de las leyes de fronteras del Canadá.

Ello se hace usualmente en el puerto de ingreso por un agente aduanero que representa al importador, o por importador en persona. Generalmente los bienes son liberados de inmediato a cambio de la representación de la documentación mínima requerida. En el término de unos días, ya sea el agente o el importador deberá presentar los documentos finales para aduana y pagar aquellos aranceles e impuestos que se adeuden.

Además de las tarifas del Gobierno Federal **impone el 7% como Impuesto sobre Bienes y Servicios (GTS – IBS)** sobre casi todos los

alimentos y comestibles, servicios médicos y dentales, y otros cuantos están exentos.




2.2.7.6 Estándares Canadienses para Alimentos Importados

Canadá tiene una de las infraestructuras más desarrolladas en el mundo para la calidad alimenticia, en lo que refiere a los altos estándares que demanda el gobierno y que esperan los consumidores. La Agencia de inspección de Alimentos de Canadá (CFIA) es la principal institución que gobierna la implementación y cumplimiento de la reglamentación en el Canadá para la importación de alimentos.

Para una nación muy activa en el comercio como es Canadá, los estándares para importaciones y exportaciones capturan requerimientos nacionales e internacionales.

Los requerimientos de la regulación de Canadá son estrictos a nivel nacional, provincial y municipal con relación con productos y servicios que ingresan al país. Los tipos de estándares aplicados dependen naturalmente del tipo de producto que se trata de exportar al Canadá.

Las consideraciones principales para la aprobación del producto son:

-  La salud humana
-  Protección del medio ambiente
-  Seguridad y eficacia del producto

La reglamentación global cubre de manera general:

- Contenido
- Empaquetado
- Re- empaquetado
- Etiquetado
- Transporte
- Almacenaje
- Distribución
- Exhibición
- Uso de las importaciones

El consejo de estándares¹⁵ de Canadá coordina la participación de Canadá en el sistema de estándares internacionales en el desarrollo de estándares, y las más de 225 organizaciones involucradas en Canadá en el registro de actividades de certificación, prueba, y sistemas de gestión de productos y servicios.

2.2.7.6.1 Estándares relacionados al Muestreo

Para la mayor parte de las categorías de un producto, al primer contacto con un importador en Canadá, es posible que al exportador le pidan algunas muestras. Se debe cumplir con lo siguiente:

Estas muestras deben ir acompañadas por los correspondientes certificados de calidad emitidos por una autoridad reconocida en el país de origen. Los embarques deben incluir un **Formulario de Declaración de Importaciones** y los pagos correspondientes para la verificación de estos formularios.

¹⁵ <http://www.scc.ca/>

Los exportadores deben garantizar que su producto por lo menos cumple con los estándares internacionales antes de considerar su oferta a la venta en el Canadá.

En Canadá, estos serán evaluados en lo que refiere al cumplimiento con los **estándares de calidad**. El comprador canadiense generalmente **realiza una inspección de los productos** en el lugar de la empresa para determinar si cumplen con las especificaciones indicadas, para satisfacción propia de la empresa.

2.2.7.7 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

El Ministerio de Salud del Canadá es el encargado de establecer las normas y políticas en materia de calidad nutricional que deben cumplir todos los productos alimenticios que ingresen al país.

La principal ley federal que abarca la inocuidad de los alimentos es la Ley de Productos Alimenticios y Farmacéuticos, complementada por el Reglamento del mismo nombre de la ley.

Canadá aplica la norma NIMF-15 (Norma Internacional de Protección Fitosanitaria) desde el 16 de septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y dispersión de plagas, relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba) que se utiliza en el comercio internacional.

Los productos son sometidos a investigaciones, evaluación de riesgos con respecto a la inocuidad de los productos alimenticios, exámenes y evaluación previos a la comercialización. El certificado Fitosanitario Internacional se lo obtiene en la Jefatura Provincial, en control cuarentenario del SESA (Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria), se debe de pagar los derechos en el Banco Nacional de Fomento, el costo del mismo depende del producto y su peso.

SESA se encarga de investigar, inspeccionar y analizar el producto en la empresa procesadora, una vez terminada la inspección, si este cumple con todos los requerimientos del mercado al cual se exportará, se le emitirá el certificado.

2.2.7.8 Empaque Y Etiquetado

2.2.7.8.1 Empaque

El concentrado de maracuyá se envasa en fundas plásticas selladas y protegidas en tambores metálicos, almacenados en cuartos fríos para prolongar el período de conservación. Se almacena el concentrado en tambores de 55 galones, que son luego exportados en contenedores refrigerados a -18°C (contenedor de 40 pies puede almacenar 100 tambores de concentrado).

Estos tambores tienen una capacidad de 250 Kilos para concentrado, por lo tanto cada contenedor transporta un total de 25 Tm de concentrado de maracuyá.

2.2.7.8.2 Etiquetado

Para todo producto alimenticio, cuyo destino es la venta en cualquier parte de Canadá, se exige etiquetado en inglés y francés. La Ley de envasado y etiquetado define tres requisitos de etiquetado obligatorios: la identidad del producto, cantidad neta del producto, distribuidor y el nombre del lugar de domicilio del negocio.

Las leyes federales encargadas del control al etiquetado de los productos alimenticios en Canadá son:

- The food and drugs Act and regulations
- The Consumer packaging and labeling Act
- Regulations, the Canada Agricultural Products Act, (CAPA)
- The Meat Inspection Act, (MIA)
- The Fish Inspection Act, (FIA).

2.2.7.8.3 Requerimientos generales en las etiquetas

Toda la información que se presente en la etiqueta de los alimentos debe ser verídica .Esta información debe ser claramente legible (altura mínima de las letras recomendada es de 1.6 mm, según la letra “o” minúscula, a menos que se indique lo contrario) y puede estar ubicada en cualquier cara del empaque menos en la parte de abajo del mismo, a menos que los datos sean exigidos sobre la cara principal expuesta del empaque.

2.2.7.8.4 Descripción del etiquetado

No se puede declarar en una etiqueta la presencia o ausencia de una sustancia o un ingrediente en un producto alimenticio si éste no se encuentra.

Las etiquetas de productos alimenticios vendidos en Canadá deben incluir de forma obligatoria la siguiente información:

- Nombre común o genérico del producto
- Cantidad neta
- Nombre y dirección del vendedor / distribuidor
- Lista de los ingredientes
- Número y tamaño de cada porción (en algunos casos)
- Información nutricional (en algunos casos)
- Indicación de la fecha de vencimiento (consumir antes del año, mes y día) si el producto tiene una vida en el estante menor a 90 días.

2.2.7.8.5 Cantidad neta

Todos los productos pre-empacados deben tener una declaración de cantidad neta. En general la cantidad neta debe ser indicada en volumen (para los líquidos), en peso (para los alimentos sólidos), o en cantidad. De la siguiente manera:

g – gramos;
kg - kilogramos;
ml, mL ó ml - mililitros
l, L ou l- litros

2.2.7.8.6 Nombre y dirección

El nombre y la dirección de la entidad responsable del empaquetado del producto debe ser declarado en cualquier parte del envase, excepto en la

base, con letra de una altura mínima de 1.6 mm. La dirección tiene que ser lo suficientemente completa.

2.2.8 ANALISIS DEL COMERCIO BILATERAL ECUADOR- CANADÁ

Del análisis de las importaciones y exportaciones entre Ecuador y Canadá, Ecuador no se encuentra dentro de los 15 principales proveedores de Canadá, en el 2009 tuvo una participación de las importaciones de Canadá del 0.06%, ubicándose en el lugar 64 de la lista de proveedores de este país. Sin embargo, Ecuador ha registrado un crecimiento en sus ventas, registrando una tasa de crecimiento Promedio Anual de 21.5%.

Es importante señalar la diferencia existente entre los datos de comercio internacional brindados por el Centro de comercio Internacional/ TradeMap y el Banco Central del Ecuador, las diferencias se deben a que los productos Ecuatorianos que llegan a Canadá ingresan por los Estados Unidos y se registran como destino final los Estados Unidos, mientras que Canadá los registran por país de origen, en este caso Ecuador.

Las exportaciones hacia Canadá han registrado variaciones considerables durante los últimos años, pasando de USD 16, 613,940 en el 2000 a USD 92, 522,000 en el 2007.

Así mismo, las importaciones ecuatorianas provenientes de Canadá han tenido un crecimiento más constante, registraron los USD 63, 333,590 en el 2000 y para el 2008 los USD 211, 603,260.

Exportaciones Ecuatorianas A Canadá
Cuadro No 2.10

AÑOS	TONELADAS	VALOR FOB	VARIACIÓN	VARIACIÓN
		(MILES USD)	TONELADAS	FOB
2005	119,396.00	59,844.34	-	-
2006	14,883.51	39,367.33	-0.87	-0.34
2007	118,928.14	92,522.00	6.9	1.35
2008	13,318.52	26,702.41	-0.88	-0.71
2009	14,444.24	41,122.10	0.08	0.54
2010	16,227.96	54,730.28	0.12	0.33

Fuente: TradeMap – CCI (Centro de Comercio Internacional)
Elaborado por: Las autoras

Por otro lado las toneladas importadas por Ecuador desde Canadá son menores en los últimos años y registran como variación promedio de estos cinco años un decremento de 10%. No obstante, contrario a lo sucedido con las toneladas, el valor CIF aumenta presentando como valor promedio anual 7%, siendo el 2004 el único año en donde se registró una baja mínima de 2%

Importaciones Ecuatorianas A Canadá
Cuadro No 2.11

AÑOS	TONELADAS	VALOR FOB	VALOR CIF	VARIAC. TONELADAS	VARIAC. CIF
		(MILES USD)	(MILES USD)		
2005	382,364.37	98,930.29	118,190.62		
2006	479,798.83	131,944.07	153,132.20	0.25	0.21
2007	470,588.68	470,588.68	209,051.29	-0.10	0.37
2008	352,184.58	211,593.19	242,195.46	-0.25	0.16
2009	396,136.02	155,915.19	172,677.72	0.12	0.29
2010	574,667.73	236,309.51	265,176.92	0.45	0.54

Fuente: TradeMap – CCI (Centro de Comercio Internacional)
Elaborado por: Las autoras

**Balanza Comercial Ecuador-Canadá
Cuadro No 2.12**

VALOR FOB/ USD						
ACTIVIDAD	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	59,844.34	39,367.33	92,522.00	26,702.41	41,122.10	54,730.28
Importaciones	98,930.29	131,944.07	470,588.68	211,593.19	155,915.19	236,309.51
Balanza Comercial	-39,085.95	-92,576.74	-378,066.68	-184,890.78	-114,793.09	-181,579.23

Fuente: TradeMap – CCI (Centro de Comercio Internacional)
Elaborado por: Las autoras

2.2.8.1 Mercado para Productos Ecuatorianos

El procesamiento se realiza bajo las normas de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos y la AIJN (Association of the Industry of Juices and Nectars from Fruits and Vegetables of the EU) de la Unión Europea.

Así, calificado como productor de clase A, Ecuador provee este producto a las más prestigiosas embotelladoras de la industria de jugos en el mundo, como ingrediente para elaborar mezclas de jugos tropicales y bebida de maracuyá.

2.2.9 LA DEMANDA

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico, en un espacio de tiempo definido y a un precio determinado”¹⁶

¹⁶ Ec. BARRENO LUIS “Manual de formulación y Ecuación de Proyectos”. Primera edición, Quito 2004
Pág. 20

2.2.9.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA RESPECTO AL CONCENTRADO DE MARACUYÁ

El incremento de la demanda de jugos constante de los canadienses en general, para aquellos jugos exóticos o tropicales la demanda se da en mayor medida por los consumidores del mercado étnico.

“En forma aproximada puede estimarse que el mercado internacional actual consume entre 45.000 y 50.000 toneladas de jugo simple, cantidad que equivale aproximadamente a 15.000 toneladas de concentrado de 50° Brix, ya que 3 kilogramos de jugo simple equivale aproximadamente a 1 kilogramo de concentrado de maracuyá”.¹⁷

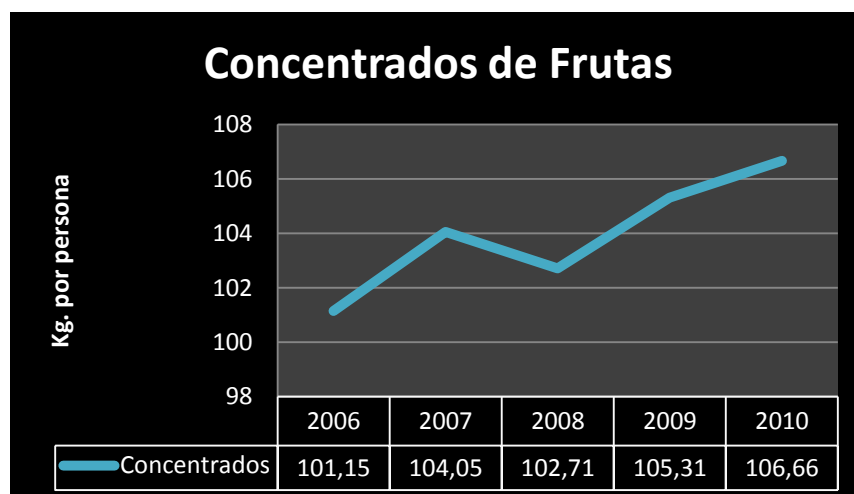
El mercado más grande para el concentrado de maracuyá es Europa, que importa aproximadamente el 70% de la producción de Ecuador de jugo y concentrado de jugo, Norteamérica, el Caribe y Asia también importan el zumo de maracuyá de Ecuador.

El aumento de la demanda mundial de jugo concentrado de maracuyá se debe principalmente a las tendencias del mercado de bebidas que marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aroma y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de bebidas a partir de frutas, tanto en el mercado de los países desarrollados como en el de los países en vía de desarrollo.

¹⁷ www.minec.gob.sv

Se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales, particularmente en la Unión Europea y Estados Unidos. El mercado canadiense aprecia por sobre todos los jugos naturales, con alto contenido vitamínico, sin adición de azúcar ni ningún otro ingrediente artificial. Las mezclas de sabores y los nuevos jugos están ganando la preferencia de los compradores finales y su crecimiento en el mercado es acelerado.

Concentrados de Frutas
Gráfico No 2.12



Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

La dispersión geográfica de los clientes, las diferencias culturales, (gustos, tipos de alimentos consumidos, estilo de vida, etc.), la no posibilidad de producción local, la dependencia a nivel de ventas de los inmigrantes, la necesidad de ofrecer nuevas variedades continuamente y la competencia creciente tanto de pequeños distribuidores como de grandes cadenas de supermercados son algunas de las características que determinan el comportamiento de este mercado.

Consumo de Frutas
Cuadro No 2.13

Consumo de Frutas por Persona(Kg. por persona)					
Frutas	2006	2007	2008	2009	2010
Frescas	88,64	89,22	90,06	88,21	87,29
Enlatadas	100,34	90,26	85,9	84,32	82,14
Concentradas	101,15	104,05	102,7	105,3	106,66
Deshidratadas	62,04	85,69	91,74	77,25	99,78
Jugo de frutas	26,4	26,87	24,8	22,95	21,8
Jugo de vegetales	1,23	1,21	1,14	0,96	0,91

Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

El concentrado de maracuyá es utilizado para realizar diversas mezclas de bebidas y también es utilizado para elaboración de alimentos. En el siguiente cuadro se muestra la producción de las industrias y la cantidad en kilogramo que utilizan para procesar nuevos productos.

Mercado Interno de Canadá
Cuadro No 2.14

Fabricación de Bebidas y Alimentos con Concentrado de Maracuyá			
Año	Producción	% Variación de la Producción	Concentrado(Kg)
2006	1,432,517		1.86
2007	1,294,210	9,65%	2.06
2008	1,813,233	40,10%	2.26
2009	2,036,140	12,29%	2.40
2010	2,013,479	1,11%	2.41

Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

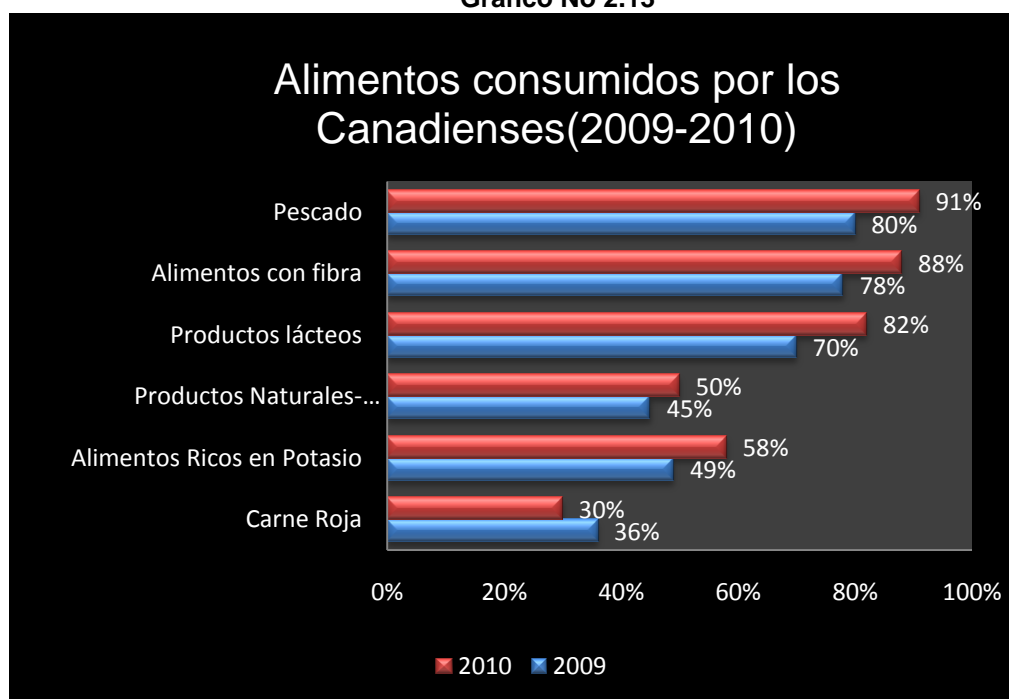
La producción de diferentes preparados ha sido creciente del año 2006 al 2010, podemos deducir que se debe a los cambios de tendencias

debido a que ahora los canadienses se preocupan más por su salud, y en la actualidad el Gobierno está realizando campañas para que los ciudadanos consuman productos naturales.

2.2.9.2 Preocupación por la salud

Actualmente, los canadienses prestan mayor atención al cuidado de su salud. Por tal motivo, el porcentaje de canadienses que consume productos considerados como saludables es cada vez mayor; así lo indica una encuesta realizada por Health Canadá, según la cual, el 71% de los canadienses consume en forma regular productos naturales, especialmente vitaminas, minerales y productos hechos en base a de frutas naturales. Esta cifra refleja el creciente mercado que existe en Canadá para los productos a los que se les atribuye una propiedad saludable.

Principales alimentos Consumidos en Canadá
Gráfico No 2.13

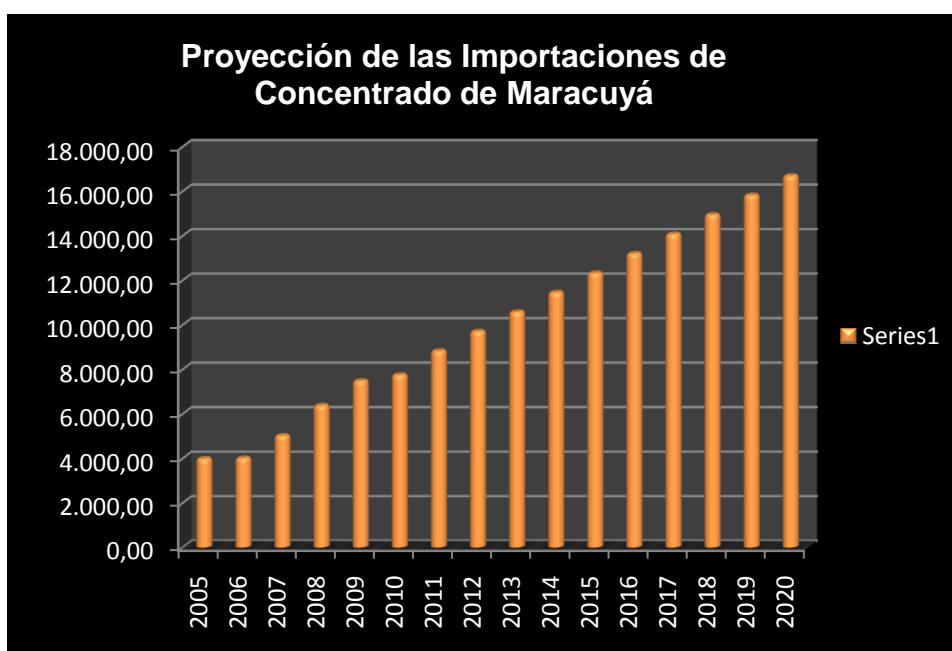


Fuente: Canadian Grocer, Executive Report
Elaborado por: Las Autoras

En el gráfico expuesto anteriormente podemos notar que los canadienses han cambiado sus hábitos alimenticios, pero nos enfocaremos en el tema de este proyecto, por lo que podemos notar que el consumo de productos naturales y concentrados ha tenido un incremento del 5% durante los últimos dos años es decir durante el período 2009-2010.

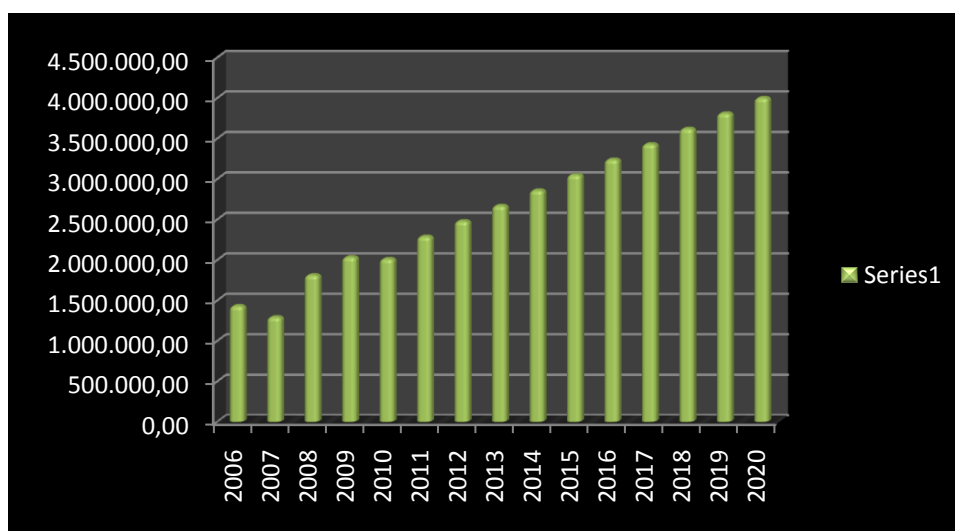
Para poder predecir las exportaciones futuras lo realizaremos por medio de la fórmula de tendencia de Excel.

Proyección de la Importaciones de Canadá (Concentrado de Maracuyá)
Gráfico No 2.14



Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

Proyección de uso del Concentrado de Maracuyá
Gráfico No 2.15



Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

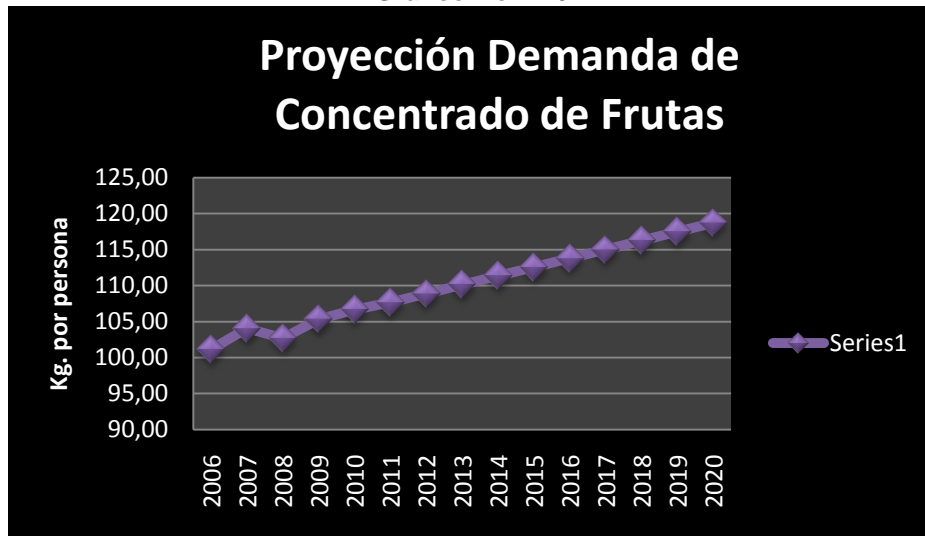
Usos del Concentrado Para Fabricación de Bebidas y Alimentos
Cuadro No 2.15

Proyección		
Utilización del Concentrado de Maracuyá para fabricar bebidas y alimentos		
Año	Producción	Concentrado(Kg)
2006	1.432.517,00	1,86
2007	1.294.210,00	2,06
2008	1.813.233,00	2,26
2009	2.036.140,00	2,40
2010	2.013.479,00	2,41
2011*	2.289.072,00	2,63
2012	2.479.457,40	2,92
2013	2.669.842,80	3,00
2014	2.860.228,20	3,16
2015	3.050.613,60	3,32
2016	3.240.999,00	3,48
2017	3.431.384,40	3,64
2018	3.621.769,80	3,80
2019	3.812.155,20	3,96
2020	4.002.540,60	4,12

Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

*Desde el año 2011 hasta el 2020 son datos proyectados mediante el método de mínimos cuadrados utilizando la fórmula de Tendencia de Excel

Proyección de Consumo de Concentrados de Frutas
Gráfico No 2.16



Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

Proyecciones de Concentrados de Frutas
Cuadro No 2.16

Proyección de Consumo de Concentrados	
Año	Kg. Por Persona
2006	101,15
2007	104,05
2008	102,71
2009	105,31
2010	106,66
2011*	107,66
2012	108,89
2013	110,12
2014	111,34
2015	112,57
2016	113,80
2017	115,03
2018	116,26
2019	117,48
2020	118,71

Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

*Desde el año 2011 hasta el 2020 son datos proyectados mediante el método de mínimos cuadrados utilizando la fórmula de Tendencia de Excel

La tendencia de las importaciones de este país durante los últimos años se ha mantenido creciente.

Importaciones de Concentrado de Maracuyá
Cuadro No 2.17

Año	Toneladas	US\$ FOB	Variación Toneladas (%)	Variación FOB (%)
2005	191	380,86	-	-
2006	239	397,04	25,13%	14,21%
2007	241	407,30	0,84%	45,28%
2008	321	434,00	33,20%	63,34%
2009	345	365,16	7,48%	665,34%
2010	420	403.35	21,74%	35,02%

Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

Como podemos notar en el cuadro expuesto anteriormente en el año 2005 Canadá importó 191 TM de concentrado, en el año 2006 sus importaciones fueron de 239 TM y en el siguiente año incrementaron a 241 ton., en el año 2008, las importaciones del concentrado fueron de 321 ton., y en los dos últimos años importaron 345 ton en el 2009 y en el año 2010 fueron 420 ton. Por lo cual este es un indicador de la existencia de un mercado por abastecer.

Importaciones de Concentrado de Maracuyá
Gráfico No 2.17



Fuente: Statistics Canada
Elaborado por: Las Autoras

**Proyección de la Importaciones de Canadá (Concentrado de Maracuyá)
Cuadro No 2.18**

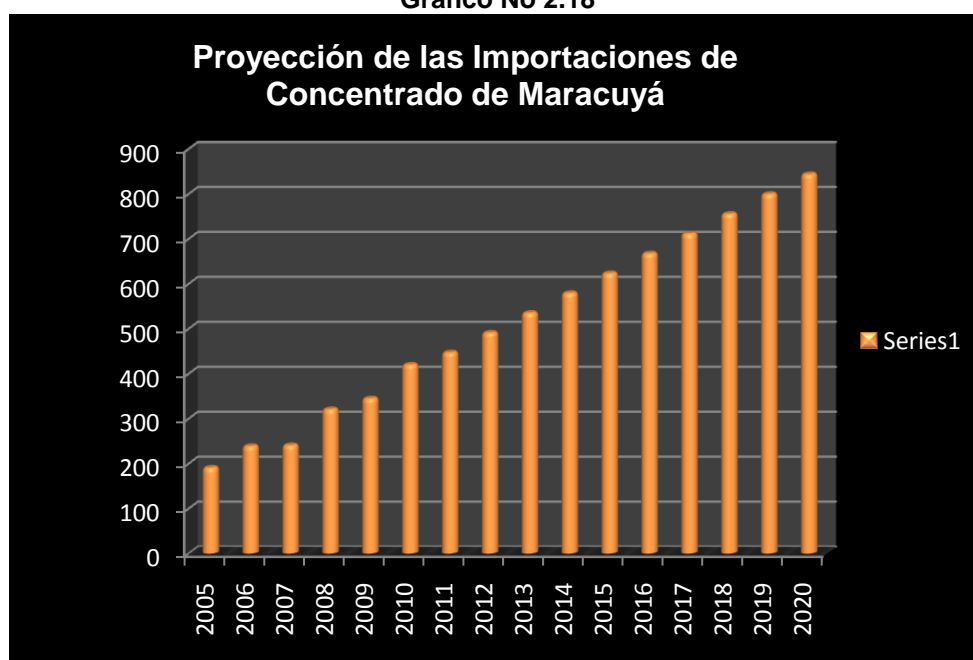
Proyección de Importaciones de Concentrado de Maracuyá																
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toneladas	191	239	241	321	345	420	447	491	535	579	623	668	712	756	800	844

Fuente: Statistics Canada

Elaborado por: Las Autoras

*Desde el año 2011 hasta el 2020 son datos proyectados mediante el método de mínimos cuadrados utilizando la fórmula de Tendencia de Excel

**Proyección de la Importaciones de Canadá (Concentrado de Maracuyá)
Gráfico No 2.18**



Fuente: Statistics Canada

Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a las exportaciones futuras, el concentrado de maracuyá se elaborara en la planta mediana la cual tiene capacidad de producir 18 toneladas métricas mensualmente, por lo que la planta estará en capacidad de producir 216 toneladas métricas de producto al año.

Según el cuadro No 2.18 Canadá demandará a Ecuador 491 ton para el año 2012, con una tendencia creciente para años posteriores, es decir que la cantidad de 216 ton al año que la planta producirá, si tendrá mercado. Las 216 toneladas equivalen a 216.000 kilogramos, para producir el concentrado de maracuyá se requerirá comprar de materia prima 648.000 Kg debido a que para procesar el concentrado de maracuyá (50° Brix), el rendimiento de la fruta es del 3%.

Esta cantidad de materia prima se la va a comprar a los proveedores que se encuentran cerca de la planta. Se deberá considerar un 2% de desperdicio debido a que no todas las frutas que compremos estarán en buen estado, en muchos casos algunas vendrán con más agua y otras con más cáscara, esto dependerá de la temporada.¹⁸

2.2.10 ANALISIS DE LA OFERTA

El Ecuador tiene la oportunidad de incrementar su oferta exportable con nuevos productos no tradicionales entre los que se encuentra el maracuyá. Todas las frutas exóticas tienen gran potencial siempre y cuando se ofrezca calidad y variedad.

La competencia es fuerte entre los países de la Comunidad Andina que ofrecen el producto o variedades de este producto elegido para este estudio. Se debe analizar el desarrollo de las unidades de producción agrícola orgánica ya que esto, en conjunto con la innovación tecnológica se convierte en la ventaja competitiva.

¹⁸ Datos proporcionados por la empresa "EXOFRUT"

La oferta de nuestro concentrado de maracuyá proviene de todas partes del mundo, desde Tailandia hasta Egipto. La industria Ecuatoriana debe aprovechar el potencial agroindustrial para desarrollar nuevos productos y ampliar la oferta exportable, con productos no tradicionales procesados o semiprocados, ya que esto es determinante para luchar contra la tendencia de estandarización y baja de precios.

2.2.10.1 Exportaciones Mundiales De Maracuyá

Las exportaciones mundiales de maracuyá han crecido en los últimos 5 años registrando un aumento del 97,75% del valor de USD se espera que el crecimiento sea constante hasta el 2015.

Exportaciones Mundiales De Maracuyá
Cuadro No 2.19

Exportaciones Ecuatorianas de Maracuyá		
Años	Valor FOB (miles de USD)	Toneladas
2003	9851	120424
2004	8250	83500
2005	4774	55782
2006	2299	4419
2007	14229	109672
2008*	8722,1	82335,6
2009*	10774,6	92887,8
2010*	13687,0	114569,9
2011*	15738,8	133270,0
2012*	15025,7	122727,4
2013*	18061,1	146424,2
2014*	19430,9	157616,0
2015*	20531,7	165749,4

Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las Autoras

Para mejorar la calidad de los productos se han realizado aportes mediante actividades de capacitación para el desarrollo de las organizaciones de base. El siguiente cuadro resume algunas actividades de la cooperación internacional a favor de la producción orgánica en nuestro país.

**Proyectos de Cooperación Internacional
Cuadro No 2.20**

País	Agencia	Actividades de apoyo
Canadá	Fideicomiso Ecuatoriano Canadiense de Desarrollo; FECD	Producción de cacao con procesos de certificación
Holanda	Servicio Holandés de Cooperación Técnica, SNV	Desarrollo organizacional y de mercados.
Alemania	Cooperación Técnica Alemana – GTZ DED (Servicio Alemán de Cooperación Social-Técnica)	Producción orgánica certificada en las cadenas de café, cacao y otros productos. Sistema Interno de Control Desarrollo rural y manejo de recursos naturales
Bélgica	Cooperación Técnica Belga, VECO	Desarrollo organizacional de productores de café y comercialización campesina sustentable. Capacitación en sistemas internos de control.

Fuente: MAGAP – Ministerio de Agricultura
Elaborado por: Las Autoras

2.3 PLAN DE MARKETING

2.3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El análisis estratégico pretende establecer los objetivos adecuados para la comercialización del concentrado de maracuyá tanto a corto como a mediano plazo.

2.3.1.1 Objetivos del Plan Estratégico

2.3.1.1.1 Objetivo General

Introducir y posicionar el concentrado de maracuyá a través de un eficiente plan de promoción y comunicación.

2.3.1.1.2 Objetivos Específicos

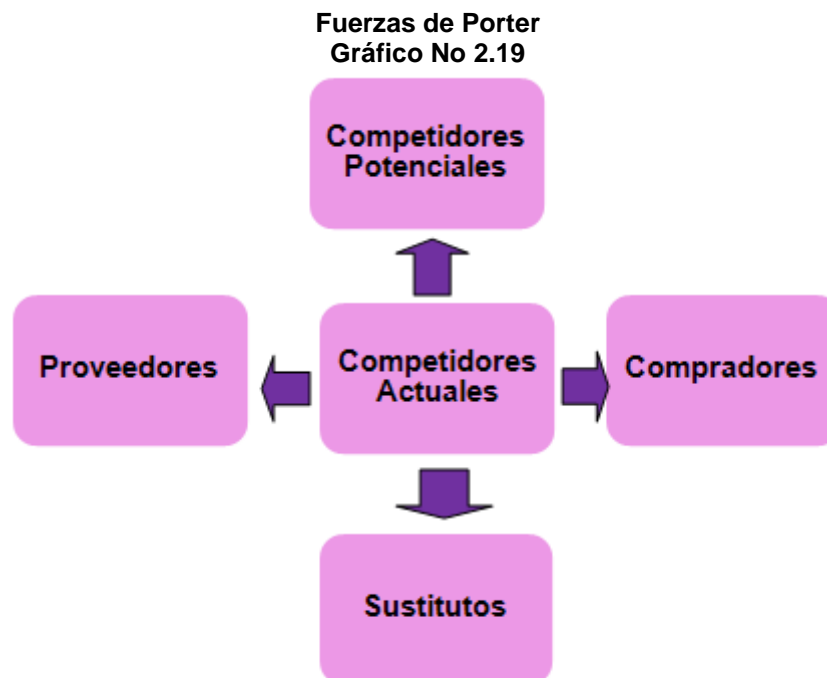
- Establecer las directrices necesarias para que el concentrado de maracuyá sea un producto reconocido por su calidad, aplicando las normas de higiene correspondientes en el procesos de industrialización.
- Definir nuestro mercado objetivo y llegar a nuestros clientes potenciales por medio de estrategias de promoción.
- Implementar un plan de comunicación efectivo en ferias internacionales para el lanzamiento del concentrado de maracuyá.

2.3.2 ANÁLISIS SITUACIONAL

2.3.2.1 Microambiente

Se debe de considerar la competitividad de un producto en un determinado sector productivo, pero no solo se debe de analizar a sus competidores, es por esta razón que se utilizará el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

Este método constituye un instrumento valioso para observar las condiciones existentes en un sector respecto a la rivalidad entre los actuales competidores, el poder negociador de los proveedores, el poder negociador de los clientes, la amenaza del ingreso de nuevos competidores y la amenaza que representan los productos sustitutos.



Elaborado por: Las autoras

Amenaza de entrada de Nuevos Competidores

En esta industria la amenaza de nuevos competidores, es relativamente media debido a que en nuestro país los costos de producción de la maracuyá son bajos en relación a los otros países productores, y nos favorece mucho el clima tropical. Sin embargo existen ciertas barreras de entrada como:

Manejo de Capital:

Es necesario contar con una buena infraestructura para poder procesar el producto con altos niveles de calidad, requeridos por los canadienses.

Canales de Distribución:

Es importante mantener algún contacto en el mercado de destino, para que nos asesore al momento de exportar el producto, de tal forma que este llegue a los principales distribuidores.

Políticas Gubernamentales:

Para exportar el concentrado de maracuyá, en el mercado canadiense se exigen varias certificaciones indispensables para el ingreso del producto a dicho mercado.

Rivalidad entre los competidores Actuales

Como somos una empresa que recién se inicia, la amenaza de los competidores actuales es alta, razón por la cual tendremos que aprender a adaptarnos, debido a que las empresas existentes en el mercado ya están bien posesionadas, y tienen más experiencia en cuanto a las fluctuaciones de precios, conocimiento de los clientes, etc. Entre los principales competidores podemos mencionar:

Industrias Ecuatorianas procesadoras de maracuyá
Cuadro No 2.21

Empresa	Ciudad	Dirección	Producto
Agroindustrial Fruta de la Pasion Cia Ltda.	Guayaquil	Km. 10 Vía Daule	Concentrados de maracuyá Jugo de maracuyá
Compañía Agrícola Industrial Ecuaplantation S.A.	Guayaquil	Km 4.5. Vía duran tambo	Cubos/slices piña Jugos concentrados de piña, maracuyá Puré de banano, piña, maracuyá
Inversiones Agrícolas y Ganaderas Guayas S. A	Guayaquil	Km. 19.5 Vía a la Costa	Concentrado de guayaba Jugo de piña Puré de guayaba Concentrado de maracuyá Puré de mango
Agroindustria del Pacífico S. A. Agpasa	Guayaquil	Av. Carlos julio Plaza Dañin no.705	Concentrado de maracuyá
Quicornac S.A.	Guayaquil	Av. Juan Tamarengo km 1.8 Edificio Conauto 4to. Piso	Jugo de maracuyá Concentrados de maracuyá Jugos de mango
Tropifrutas S.A.	Guayaquil	Km. 12.5 Vía a Daule en la Av. Marcel Laniado de Wind	Concentrados de maracuyá Jugos de frutas Puré, compotas, pasta de frutas varias Puré de banano (natural y acidificado) Puré de banano Jugo de maracuyá Concentrados de frutas
Exofrut S.A.	Guayaquil	Km. 19.5 Vía a la Costa, entrada por REYSAC S.A.	Concentrados de maracuyá Jugos de frutas no tradicionales Pulpas de frutas no tradicionales

Fuente: CORPEI
Elaborado por: Las autoras

Poder negociador de los Proveedores

La empresa se dedicará a elaborar el concentrado de maracuyá, es decir que la fruta tenemos que comprarla a los productores, quienes son nuestros proveedores. La producción de la fruta es durante todo el año, pero está expuesta a fenómenos naturales, lo que haría que ellos nos vendan las frutas a un precio mayor, pero si no se presenta ningún problema con la cosecha, existen muchos productores a quienes podemos comprar, que brinden las facilidades económicas. Lo importante, es que la empresa no depende de un solo proveedor, ya que en este sector agrícola existen varios vendedores.

Poder Negociador de los compradores

En la actualidad es muy demandado el concentrado de maracuyá a nivel mundial. Los futuros clientes serán las empresas procesadoras que compran el concentrado para posteriormente sacar derivados y productos multivitamínicos.

Amenaza de los productos sustitutos

La amenaza del producto: concentrado de maracuyá en el comercio internacional se presenta con los concentrados de otras frutas exóticas como: papaya, guayaba, chirimoya, lichi, granada china, pitahaya, guanábana, etc.

La situación descrita es clave para entender las características que debe asumir la participación de nuestra empresa y la estrategia de largo

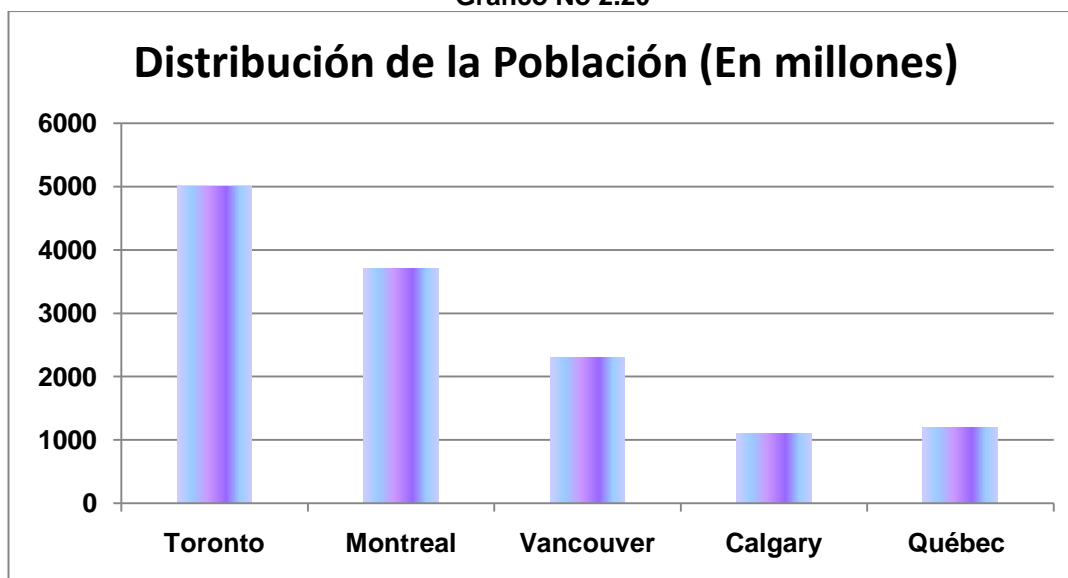
plazo que debe desarrollarse para abrir, crecer y mantener un espacio en el mercado mundial.

2.3.2.2 Macro-ambiente

2.3.2.2.1 Entorno Demográfico

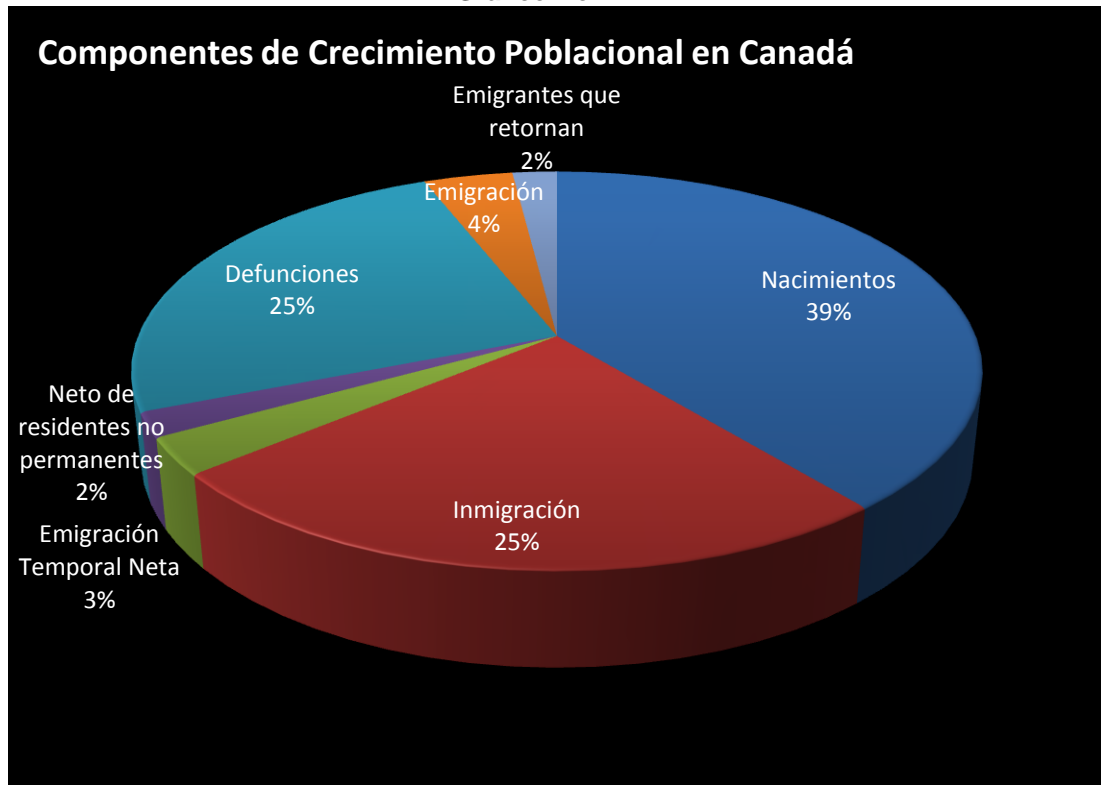
La población de Canadá, estimada en 33,1 millones de habitantes en Octubre de 2007, se espera que alcance los 36,6 millones en el 2021.

Distribución de la Población de las Principales Ciudades de Canadá
Gráfico No 2.20



Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las autoras

Componentes de Crecimiento Poblacional en Canadá
Gráfico No 2.21



Fuente: Statistic Canada
Elaborado por: Las autoras

2.3.2.2.2 Entorno Político

Un factor importante, es proyectar una imagen de protección ecológica para la empresa, de esta manera evitaremos que posibles grupos comunitarios impidan el desarrollo del proyecto manifestando que se está contaminando el planeta.

2.3.2.2.3 Entorno Económico

El Producto Interno Bruto de Canadá (PIB) para precios básicos, en el 2005 era de 3.3%, en el 2006 decreció a 2,7% y 2007 descendió a 2.5%

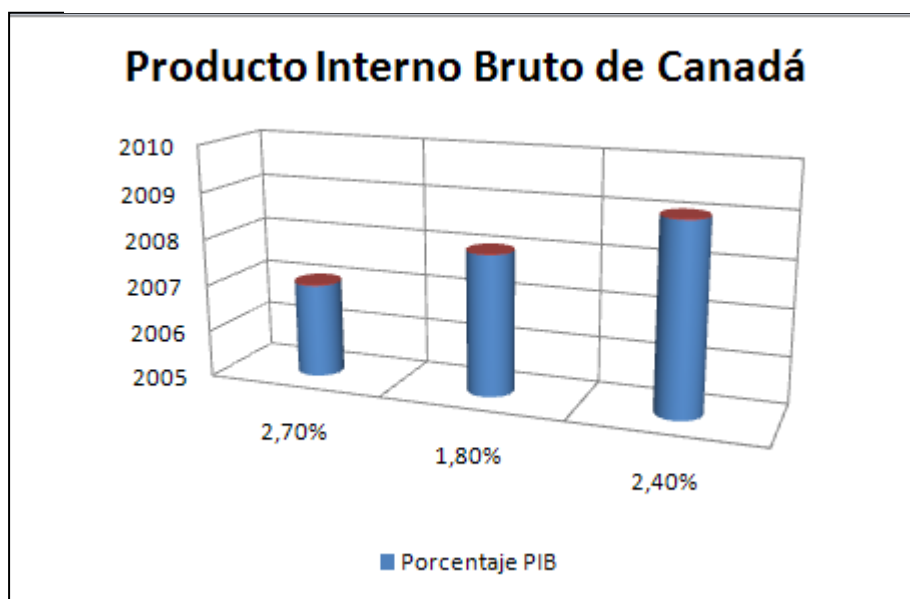
representado \$1'435,183; en el 2008 decreció a 1,8%, elevándose otra vez a 2,4% en 2009. Con un PIB per cápita en los precios del mercado en el año 2008, fueron de \$48.000. El estándar de vida de Canadá está creciendo más rápido que el de Estados Unidos.

Indicadores Macroeconómicos
Cuadro No 2.22

Datos	2005	2006	2007
Población(Millones de Habitantes)	32.3	32.7	33.1
PIB(US\$ Millones)	\$1'142,854	\$1'283,619	\$1'435,183
Crecimiento PIB (%)	3.3	2.7	2.5
PIB per cápita(US\$)	\$35,297	\$39,218	\$43,371
Tasa de Inflación (%)	2.2	2.0	2.1
Tasa de desempleo (%)	6.5	6.1	6.0
Tasa de Cambio(CDN/US\$)	1.2	1.13	1.07

Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá
Elaborado por: Las autoras

Producto Interno Bruto de Canadá (2006-2008)
Gráfico No 2.22



Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá
Elaborado por: Las autoras

2.3.2.2.3.1 Ingresos

En 2005, el ingreso neto promedio anual de una familia de dos personas o más fue de \$ 64.800, mayor que \$62.900 en 2001. Los mayores ingresos se registraron para parejas casadas con familia (\$92,900) mientras que los más bajos fueron para no mayores, hombres, no asalariados (\$11,600).

2.3.2.2.3.2 Gastos

Las unidades familiares gastaron ligeramente más en alimentos, con un promedio que subió de \$ 6980 en 2005 a \$7.050 en 2006. Sin embargo, como proporción del gasto total fue el más bajo de todos los tiempos. En la década de los 60, los alimentos representaban la mayor proporción de gastos por unidad familiar, representando casi el 19% del gasto total, esto ha bajado constantemente a muy poco más del 10% de los gastos totales en 2006.

2.3.2.2.4 Entorno Político

Gobierno: el poder ejecutivo lo constituye el Primer Ministro con su Gabinete, o consejo de ministros.

El Primer Ministro es el líder del partido político que obtiene la mayor representación en la Cámara de los Comunes. Tiene el poder de recomendar al Gobernador General la disolución del Parlamento. Es también responsable del nombramiento y de la organización de su gabinete. Recomienda al Gobernador General el nombramiento de los vicegobernadores de las provincias, los portavoces del Senado, los

presidentes de todos los tribunales, así como recomendar a la Reina el nombramiento del Gobernador General, aunque esta acción deriva de una consulta previa realizada con su Gabinete.

2.3.2.2.5 Entorno Ambiental

La legislación en materia ambiental en Canadá, es acorde con el desarrollo económico y cultural del país y la preocupación por parte de los entes gubernamentales y de la sociedad en general por la protección del medio ambiente es importante.

En Canadá existen tres principales leyes que influyen en las importaciones de productos agrícolas comerciales, de especies amenazadas y en peligro de extinción, son las siguientes:

- Ley Canadiense sobre Evaluación Ambiental (Canadian Environmental Assessment Act)
- Ley Canadiense de 1999 de Protección del Ambiente (Canadian Environment Protection Act 1999)
- Ley para especies en Riesgo (Species-At-Risk-Act)

2.3.3 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- El clima tropical que posee Ecuador es ideal para el desarrollo óptimo del cultivo.
- Ecuador es el principal exportador del concentrado de maracuyá.
- La producción de la fruta se mantiene durante todo el año.
- Utilización de tecnología moderna para obtener el producto de excelente calidad.

OPORTUNIDADES

- Las tendencias de los consumidores por mantener una alimentación saludable ha hecho que la demanda aumente.
- El concentrado de maracuyá se encuentra dentro de de las frutas exóticas, lo que hace más apetecible por el mercado internacional.
- El concentrado de maracuyá se lo puede utilizar para elaborar diversos procesos como: yogurts, mermeladas, helados, entre otros.

DEBILIDADES

- La falta de capacitación a los empleados en la utilización de la tecnología que se requiere para la elaboración del concentrado de maracuyá.

- Falta de experiencia para desempeñarse bien en el área de las exportaciones.

- Poca experiencia en el mercado

AMENAZAS

- Variaciones de precios del producto, ya que dependen de la oferta y demanda de la fruta.

- La producción se puede ver afectada por fenómenos naturales.

- Tendencias a que los costos de producción aumenten, por falta de insumos que se requieren para la elaboración del concentrado.

- Presencia de una sobreoferta del producto en los diferentes mercados.

2.3.3.1 Matriz Boston Consulting Group

Por medio de la matriz de Boston Consulting Group (BCG), se pretende clasificar el producto (concentrado de maracuyá) de acuerdo a su participación relativa del mercado. Se pueden identificar cuatro grupos de unidades estratégicas de productos:

Matriz BCG
Gráfico No 2.23



Elaborado por: Las autoras

Estrellas

Son negocios o productos que tienen una alta tasa de crecimiento y una alta participación de mercado. En este caso las unidades estratégicas de negocios necesitan fuerte inversión para financiar su crecimiento. En el largo plazo, el crecimiento suele tornarse más lento, transformándose en vacas de efectivo.

Vacas de Efectivo

Son negocios o productos de bajo crecimiento y que cuentan con una elevada participación de mercado. Generalmente son unidades estratégicas de negocios ya establecidas y exitosas que requieren una

inversión menor (en comparación con la “estrellas”) para mantener su participación de mercado.

Por lo tanto, producen una cantidad de efectivo mayor al que necesita la empresa para pagar sus cuentas y para apoyar a otros productos o unidades estratégicas de negocios que demandan la realización de un gasto de inversión.

Interrogaciones

Son unidades de negocios o productos de baja participación y elevado crecimiento en el mercado por lo que se requiere mucho efectivo para aumentar su participación.

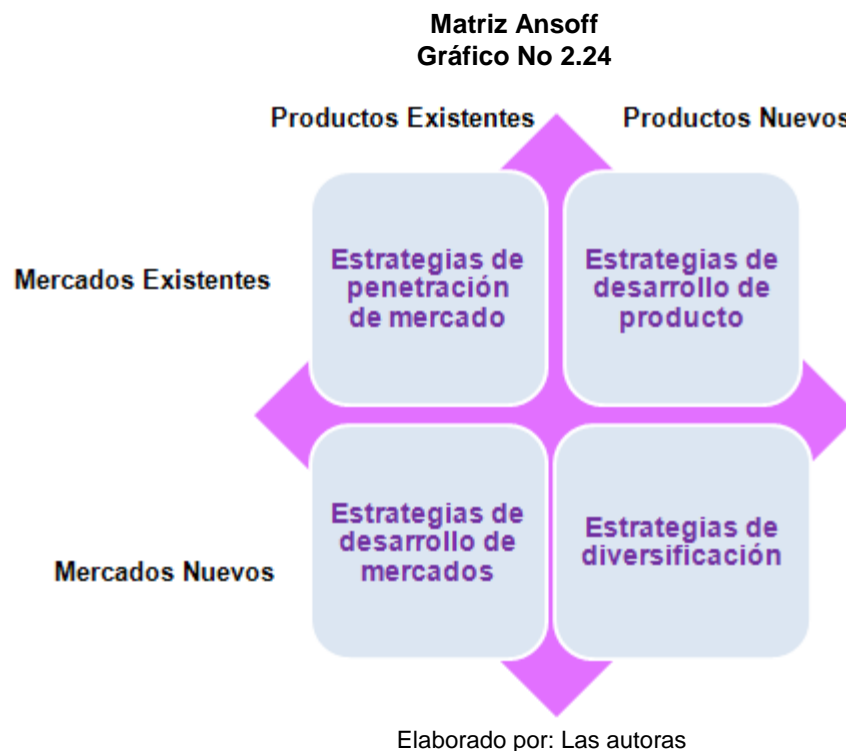
Perros

Son aquellos negocios o productos de bajo crecimiento y baja participación de mercado. Generalmente generan el efectivo suficiente para mantenerse por ellas mismas, pero no generan expectativas de convertirse, en un futuro, en fuentes significativas de efectivo.

Según lo expuesto anteriormente se puede concluir que como somos una empresa que se está iniciando, nuestro producto concentrado de maracuyá se encuentra en el **cuadrante I**, que le corresponde al producto interrogante, debido a que no sabemos si nuestra marca será aceptada en el mercado canadiense. Al mismo tiempo sabemos que este producto tiene una alta expectativa en el mercado internacional, nuestro objetivo es aprovechar el hecho que es una fruta ya conocida y muy demandada por su sabor exótico y lograr posesionarnos en el mercado.

2.3.3.2 Matriz Oportunidades Producto-Mercado (Ansoff)

Esta matriz ubica al producto según su estrategia de crecimiento en el mercado, a continuación se muestran los cuadrantes:



Estrategias de penetración de mercado

Es aumentar la venta de productos existentes a segmentos de mercado existentes, sin modificación alguna del producto.

Estrategias de desarrollo de Mercados

Identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para productos existentes.

Estrategias de desarrollo de productos

Ofertar productos nuevos o modificados a segmentos ya existentes.

Estrategias de Diversificación

Apertura o adquisición de negocios ajenos a los productos o mercados de la organización.

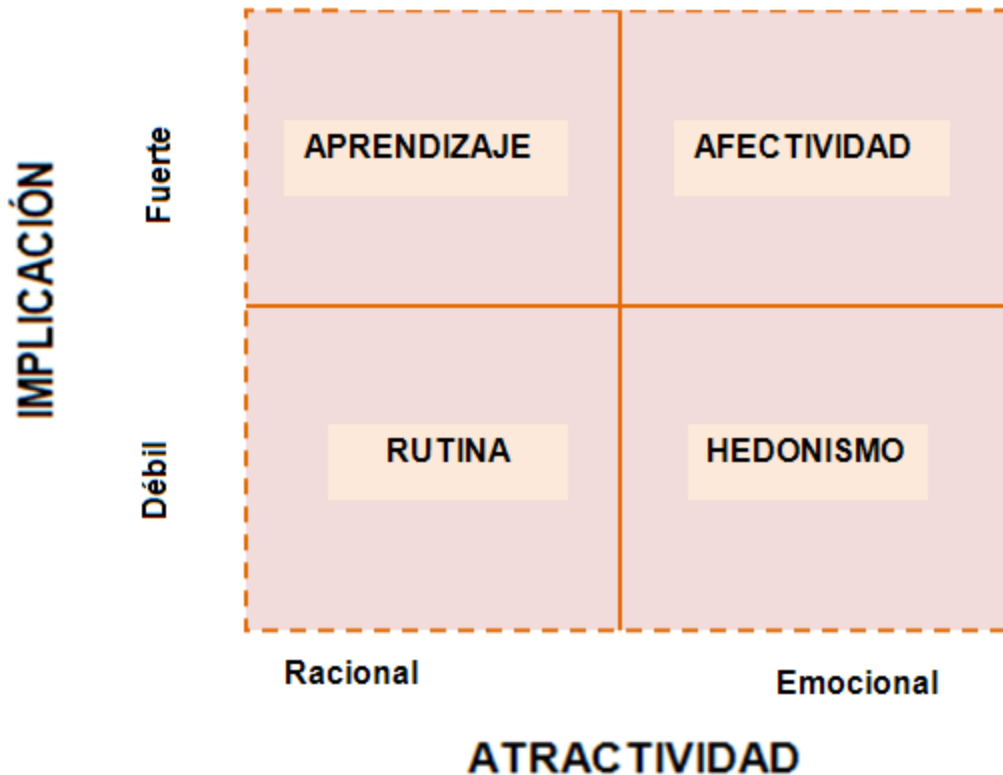
De acuerdo a lo expuesto anteriormente en la Matriz Ansoff, el concentrado de maracuyá es un producto nuevo, en un mercado existente, ubicándose en el cuadrante de estrategia de desarrollo de producto, en el cual se quiere conseguir la venta de nuevos productos en los mercados actuales, para lo cual se debe de implementar diferencias en la calidad del producto, desarrollo de nuevos tamaños de empaques e implementar tácticas de marketing para ganarle a la competencia y liderar en el mercado de Canadá, logrando con todo ello un mayor posicionamiento y mayor cuota de mercado.

2.3.3.3 Matriz Implicación

Esta matriz relaciona la implicación de compra del consumidor con la motivación de compra predominante entre la razón y la emoción. Existen dos tipos básicos de comportamientos de compra, estos son: racionales y emocionales, las cuales pueden ser de alta implicación o de baja implicación.

Los resultados que se tengan de esta matriz servirán para conocer si los anuncios publicitarios serán eficaces y persuasivos. La matriz es la siguiente:

Matriz Implicación
Gráfico No 2.25
MATRIZ FCB



Elaborado por: Las autoras

De acuerdo al gráfico expuesto anteriormente, podemos deducir que el concentrado de maracuyá se encuentra en el cuadrante de hedonismo, teniendo una débil implicación pero con una atractividad emocional, debido a que las personas que demandan este producto lo hacen por gusto y además para mantener una alimentación saludable. Quizás se puede pensar que estaría en el cuadrante de rutina, siendo un poco más racional, pero queremos que se identifiquen con nuestro producto de una manera emocional y que al ver el nuestro slogan “100% calidad, 100% natural” sientan una conexión interior y saber que es un producto sano y de buena calidad.

2.3.3.4 ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN – TARGETING Y POSICIONAMIENTO

Necesidad Básica:

Tener un producto de calidad y que sea saludable para su consumo.

Grupo objetivo:

Distribuidores canadienses que compren el concentrado de maracuyá para procesarlo y sacar nuevos productos, los cuales exigen las más altas normas de calidad.

2.3.3.4.1 Macro Segmentación

El análisis de macro-segmentación permite tomar un mercado referencial desde el punto de vista del consumidor, considerando tres dimensiones: Funciones o necesidades, tecnología y los grupos de compradores.

Funciones o necesidades:

Satisfacer la necesidad de un producto elaborado según los requerimientos solicitados y exigidos en el mercado canadiense. Y que al mismo tiempo sea natural y bueno para la salud.

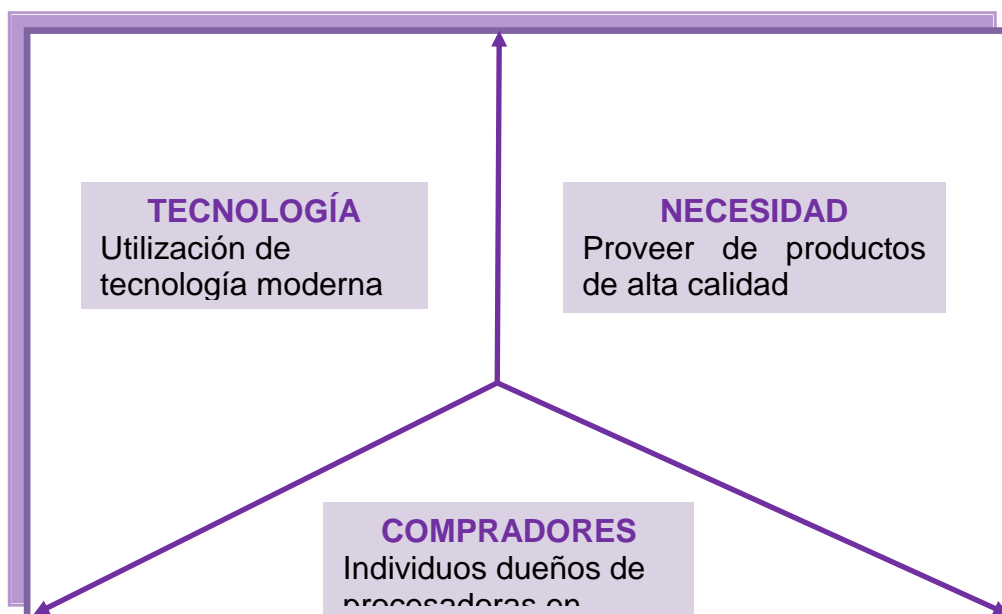
Tecnología:

La tecnología que se utilice será la indicadora de la calidad del producto, razón por la cual es de vital importancia utilizar los equipos más apropiados, que ofrezcan seguridad en el proceso de industrialización.

Grupos/Compradores:

Los dueños de plantas procesadoras, que adquieren el producto para elaborar sus derivados en el mercado de Canadá.

Esquema: Necesidades-Consumidor-Tecnología
Gráfico No 2.26



Elaborado por: Las autoras

2.3.3.4.2 Micro Segmentación

Herramienta que permite identificar los grupos de compradores, mediante una clasificación. Los grupos dentro del mercado meta que se identifican son:

- ▣ **Ubicación:** Industrias de Alimentos y Bebidas
- ▣ **Sexo:** Indistinto
- ▣ **Edad:** 18 - en adelante.
- ▣ **Actividad:** Empresarios, dueños de plantas procesadoras en Canadá.

- **Intereses:** Compran el concentrado para innovar y sacar nuevas líneas de bebidas y mezclas.

2.3.4 MARKETING MIX

El MKT MIX es un conjunto de instrumentos tácticos controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. Está compuesto por los siguientes:



Elaborado por: Las autoras

2.3.4.1 Producto

El concentrado de maracuyá es un producto que resulta de la evaporación del agua del jugo de maracuyá, se lo concentra a 50° Brix (significa el valor de la sucrosa refractométrica del jugo, ajustado para compensar el efecto de cualquier material agregado de la dulcificación, y

corregido después de eso para la acidez) El concentrado no contiene preservativos, ni azúcar.

El concentrado de maracuyá para exportación es embalado en contenedores refrigerados a -18° C, lo cual permite mantener la calidad adecuada. La capacidad de los contenedores es de 120 tambores de 55 galones cada uno. Los tambores tienen una capacidad de 250 kilos de concentrado.

Se transporta en furgones refrigerados, las canecas permanecen completamente cerradas y presentan sello de seguridad. Se evita el transporte mezclado con sustancias que sean tóxicas, corrosivas o que impartan olores. En la industria, los usos son diversos como: elaborar mezclas de jugos tropicales, además, se emplea en repostería, pastelería, panadería, coctelería y confitería.

2.3.4.2 Precio

Los precios de la exportación de concentrado de maracuyá fluctúan constantemente, esto se debe a que los precios están directamente relacionados con la producción de la fruta, es decir se rigen bajo la demanda y oferta del producto. Según los precios históricos de la competencia, el promedio es de \$ 1.74 el Kg, precio FOB.

Razón por la cual mantendremos una base de datos estadísticos, que estén en constante actualización y realizar seguimientos periódicos de la competencia para mantener un control en los precios.

2.3.4.3 PLAZA O DISTRIBUCIÓN:

La fruta será comprada a los diversos productores, quienes serán seleccionados según la calidad de la fruta, debido a que nuestro producto debe ser procesado con la mejor calidad empezando por lo primordial que es la materia prima. La distribución del producto se la realizará de la siguiente manera:

- Para el almacenamiento y para el transporte se lo hará en tambores, los cuales se los colocará en una estiba de madera.
- El medio de transportación del concentrado de maracuyá será marítimo, y se utilizará transporte terrestre para cubrir la ruta de la fábrica hacia el puerto de origen, con las exigencias sanitarias correspondientes.
- Para el almacenamiento de la materia prima e insumos se construirá una bodega en la fábrica productora.
- Se llevarán registros de almacenamiento y empaque que serán realizados por la persona encargada del área.
- Utilizaremos registros de despacho para ser entregados las respectivas copias al transportador como para el cliente, y la original se queda en la empresa.

2.3.4.4 Promoción:

Para promocionar nuestro producto realizaremos catálogos, folletos, para posteriormente participar en ferias y dar muestras gratis para que puedan degustar de nuestro producto. Además se les entregarán a los clientes una propuesta comercial en la que se mostrará el proceso de producción que conlleva la realización del concentrado de maracuyá.

Además se buscará nuevos clientes por medio de la visita de colaboradores que residan en Canadá enviando muestras gratis del producto para que conozcan la calidad el mismo y se animen a comercializarlo.

Crearemos una página Web en la cual se pueda conocer la compañía y que al mismo tiempo se convierta en un medio de interacción entre los clientes y la empresa. Al mismo tiempo se debe aprovechar al máximo las campañas desarrolladas por el gobierno canadiense en la cuales se busca incentivar las costumbres de una alimentación saludable, esto incentivara a los importadores a comprar un producto natural y exótico. **Ver ANEXO No 13**

2.3.4.5 Personal:

Es esencial para nuestra compañía contar con personal calificado, debido a que es necesario mantener un buen servicio para nuestros clientes y una excelente comunicación, ya que de esto dependerá la impresión que los clientes se lleven de la empresa, y para nuestra organización es esencial la imagen. Razón por la cual se mantendrá en constante capacitación al personal, para que tengan un óptimo desempeño en el servicio al cliente como en sus actividades correspondientes.

2.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico pretende contestar las preguntas: dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo del proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto; todo esto para producir los bienes y servicios requeridos por la población.

Este estudio examina todo lo inherente a la manera de obtener los datos resultados buscados:

- ▣ Los componentes del proyecto:
 - Magnitudes
 - Ubicaciones
 - Características físicas y otras especificaciones de su naturaleza y operación
- ▣ La tecnología que se implementará
- ▣ Las tareas necesarias, sus consecuencias y plazos
- ▣ Los recursos requeridos

2.4.1 TAMAÑO DE LA EMPRESA

“La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costo que se calculen, y por ende sobre la estimación de la rentabilidad que genere su implementación”.

Es aquel que asegura la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

2.4.1.1 Factores que Determinan el Tamaño de La Empresa

Demanda

Este elemento es de gran importancia, ya que la demanda para el año 2012 será de 491.000 Kg y es mayor al tamaño propuesto del proyecto, por lo cual pretendemos cubrir el 0.05% de la demanda y el 0.07% al alcanzar el periodo del proyecto.

Tecnología y Equipos

Se debe considerar este elemento ya que se debe contar con la tecnología y equipos adecuados para la realización del proyecto. Para la realización de nuestro proceso la maquinaria a utilizarse es factible de conseguir por lo que consideramos que no es un elemento limitante para el desarrollo de la planta.

Al respecto, cabe manifestar, que el presente proyecto utilizará una alta tecnología en lo que respecta al equipo de frío, que es muy importante para la fase post-cosecha.

Suministros de Materia Prima e Insumos

El abasto suficiente en calidad y cantidad de materias primas e insumos es de vital importancia para el proyecto. Este aspecto no será limitante para el proyecto mientras indiquemos todos los proveedores y los

alcances de suministros, los mismos que existen en buena cantidad para la ubicación de la planta.

Organización

Después de haber analizado la tecnología y equipos que se requiere en el proyecto, es necesario que se cuente, no solo con el personal suficiente, sino también con el apropiado para cada uno de los puestos de la empresa, sobre todo con el personal técnico que deberá estar debidamente capacitado para el manejo de los equipos y tecnología a utilizarse en el proyecto.

Cabe recalcar que la mano de obra necesaria para el proyecto no es un limitante ya que se contará con personal del mismo sector en donde estará ubicada la empresa.

Financiamiento

Este es un factor determinante para el establecimiento del tamaño de la planta puesto que si no existen recursos financieros adecuados no se puede llevar a cabo el tamaño del proyecto. Para cubrir los gastos y costos del proyecto se necesitará un financiamiento de recursos propios en un 30% y recursos ajenos o créditos en un 70% del total de la inversión, por lo que no es un limitante para nuestro proyecto.

En conclusión, de acuerdo a los factores determinantes del tamaño de la empresa concluimos que ninguno de estos puede llegar a ser limitantes para nuestro proyecto, con lo cual llegamos a obtener el alcance requerido para nuestro proyecto.

2.4.2 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización óptima de la empresa puede fijar el éxito o fracaso de un negocio. Esta decisión obedece tanto a criterios económicos como a criterios estratégicos e institucionales. La localización óptima del proyecto ayudará que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y a obtener un mínimo costo unitario.

“Las alternativas de instalación de una planta deben compararse en función a las fuerzas locaciones típicas de los proyectos”¹⁹. Para ello existen varios métodos que veremos a continuación:

2.4.2.1 Método de evaluación por factores no cuantificables

Las principales técnicas subjetivas utilizadas para reemplazar la planta sólo tienen en cuenta factores cualitativos no cuantificados, que tienen mayor validez en la selección de la macro-zona que en la ubicación específica. Los tres métodos que se destacan son los denominados como antecedentes industriales, factor preferencial y factor dominante.

- **Antecedentes Industriales:** Este método supone que si en una zona se instala una planta de una industria similar, ésta será adecuada para el proyecto.
- **Factor Preferencial:** Basa la selección en la preferencia personal de quien debe decidir (ni siquiera del analista).
- **Factor dominante:** Más que una técnica es un concepto, puesto que no otorga alternativas a la localización.

¹⁹ SAPAR Nassir. “Preparación y Evaluación de Proyectos”. 5ta Edición

2.4.2.2 Método Cualitativo por puntos

Consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a 1, depende fuertemente del criterio y la experiencia del evaluador.

Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con una escala predeterminada como por ejemplo: de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule mayor puntaje.

2.4.2.3 MÉTODO DE BROWN Y GINSON

Una variación del método cualitativo por puntos es propuesto por Brown y Gibson, en el cual combinan factores posibles de cuantificar con los factores subjetivos a los que asignan valores ponderados de peso relativo.

De acuerdo a los métodos vistos anteriormente, hemos elegido el método cualitativo por puntos, por ser el más indicado para nuestro proyecto, en el cuadro No 2.7 se muestran los resultados:

Método cualitativo por puntos para la localización de la empresa
Cuadro No 2.23

FACTOR	PESO	GUAYAQUIL		ESMERALDAS		MANABI	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía a insumos	0.20	7	0.14	7	0.14	7	0.14
Cercanía a pre-embarque	0.15	10	0.15	8	0.12	5	0.075
Costo del terreno	0.25	6	0.15	5	0.125	9	0.225
Disponibilidad y costo de M.O.	0.20	8	0.16	7	0.14	7	0.14
Disponibilidad de medios y vías de transporte	0.20	8	0.16	8	0.16	7	0.14
TOTALES	1		0.76		0.685		0.72

Fuente: Páginas Webs de cada municipio
Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz cualitativa, para nuestro proyecto, motivo de estudio, la empresa estará ubicada en el Ecuador, la región será el litoral o costa, en la provincia del Guayas en el Kilómetro 4.5 Vía a Daule en una extensión aproximadamente de 432 m² debido a que esta provincia tiene excelente infraestructura y además que es cercana a los cultivos de maracuyá para su adquisición. Y con respecto al clima, éste es el apropiado ya que no se ve afectado como en otras provincias de la costa por lluvias o inundaciones.

2.4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

Nos permite determinar el proceso de elaboración más adecuado, las características de los equipos, las construcciones e instalaciones necesarias, así como las actividades productivas que permitan la mayor rentabilidad de la inversión.

2.4.3.1 Proceso De Producción

En lo referente a la fase industrial se requieren aproximadamente 12 Ton de fruta fresca para obtener 1 Ton de jugo concentrado a 50° Brix; en el gráfico No 3 se muestra que para obtener 485 kilos de concentrado de maracuyá (50° Brix) se requieren 6.000 kilos de fruta fresca.

A continuación se describen las principales actividades de la Fase Industrial:

RECEPCIÓN DE LA FRUTA

Por existir una gran cantidad de productores, la comercialización de la fruta fresca se la realiza a través de centros de acopio (localizados en las zonas de producción) que adquieren la fruta de los productores. Los centros de acopio transportan la maracuyá en camiones a las plantas procesadoras.

Antes de iniciar el proceso se debe realizar una limpieza de todos los equipos que van a ser usados. Esta limpieza se llama CIP (Cleaning in place) y debe realizarse todos los días antes de iniciar la producción, es decir, antes de arrancar cada lote.

La fruta llegará al granel desde las plantaciones de los proveedores, que en su mayor parte provendrán de la misma región. El maracuyá será entregado en sacos de 40 Kg y una vez realizada la recepción se pesará en una báscula de 500 kg de capacidad, luego la fruta se descargará en canastas metálicas (de 400 a 900 kg).

Recepción de la fruta
Figura No 2.7



Fuente: Ecuador Passion Fruit

SELECCIÓN Y LAVADO DE LA FRUTA

Durante la descarga, el laboratorio se encargará de realizar la calificación de la fruta (dependiendo de éste se paga la fruta) de acuerdo a la calidad del lote recibido.

Las canastas serán llevadas hasta la línea de procesamiento, la fruta será descargada en una tina de lavado, en donde se generará turbulencia por medio de aspas giratorias; posteriormente estas mismas aspas se encargarán de llevar la fruta hacia una banda transportadora en donde se efectuará la primera selección.

La fruta ya seleccionada ingresará por un canal para ser lavadas. En la segunda etapa de lavado se utiliza químicos (detergentes), cepillos y aspersión con agua para eliminar toda la suciedad que tienen pegada las frutas.

Una vez limpia la fruta pasará a otra sección de rodillos transportadores en donde se procederá a realizar una segunda selección. En este proceso se desechan las frutas que no están suficientemente maduras y aquellas que presentan serios deterioros.

Selección y lavado de la fruta
Figura No 2.8



Fuente: Ecuador Passion Fruit

EXTRACCIÓN Y CENTRIFUGACIÓN

La fruta seleccionada, ascenderá por medio de un elevador hasta la máquina extractora, la fruta cae y se comprimirá separándose la pulpa (jugo y semilla) y la cáscara y se almacena el jugo fresco en tanques. Las cáscaras son llevadas a camiones donde en muchos casos se utilizan como alimento para ganado.

El jugo que se obtuvo en el proceso de extracción es llevado a una máquina centrífuga donde se eliminan las partículas, es decir, los residuos que se extraen del jugo. El jugo centrifugado es igual al jugo fresco que se obtiene de la extractora, salvo que el primero está libre de contaminación.

Extracción y centrifugación
Figura No 2.9



Fuente: EXOFRUT S.A.

EVAPORACIÓN Y PASTEURIZACIÓN

Una vez centrifugado el jugo, éste se recepcionará en un tanque de 2000 litros de capacidad, para luego ser bombeado al evaporador en donde el producto es pasteurizado con altas temperaturas para eliminar microorganismos, hasta llegar a niveles aceptados por el mercado.

El nivel de microorganismos depende de cada cliente y del uso que se le dará al producto. Se pasteuriza a 210° F, luego de esto el jugo pasa a la etapa de pre-concentrado, donde pasa de 15° a 25° Brix.

Finalmente, pasa por el evaporador donde se obtiene el concentrado hasta los 50° Brix.

Evaporación y pasteurización
Figura No 2.10



Fuente: EXOFRUT S.A.

En forma natural, el jugo de maracuyá tiene un contenido de sólidos y azúcar que oscila entre 12° y 14° Brix. Los altos costos de transporte hasta los mercados de Europa y americanos hacen necesaria su concentración, usualmente hasta 50° Brix, para reducir la cantidad de agua transportada.

El concentrado obtenido pasa por el enfriador de placas, reduciendo la temperatura del concentrado de 10° C a 5°C.

ESTANDARIZACIÓN Y ADICIÓN DE AROMA

Durante el proceso de obtención de jugo concentrado de maracuyá, se pierde aroma, por esta razón antes de que el proceso termine se utiliza un recuperador de aroma que se inyecta al concentrado para que tenga el

sabor característico de la fruta. Una vez estandarizado a 50° Brix, se procederá al envasado.

Estandarización y adición de aroma
Figura No 2.11



Fuente: Ecuador Passion Fruit

ENVASADO Y ALMACENAMIENTO

El envasado se lo realizará a una temperatura no mayor de 7° C en tanques metálicos de 55 galones de capacidad provistos de dos fundas de polietileno que son selladas con amarras plásticas una vez completado el volumen requerido.

Para el envío al mercado internacional, el peso neto de un tambor con concentrado de 50° Brix es de 230 kilos. Finalmente el producto obtenido será almacenado en cámara fría a una temperatura de 18° C bajo cero para su envío. La utilización de equipo inadecuado, que someta al producto a temperatura demasiado alta o durante un periodo demasiado

largo afecta el sabor y aroma del concentrado y su valor como producto de exportación.

Cabe recalcar que el proceso para obtener el jugo concentrado de maracuyá es totalmente tecnificado y en las únicas partes del proceso donde intervienen personas es en la selección de la fruta, en el proceso de envasado y en el transporte del concentrado hacia las cámaras frigoríficas.

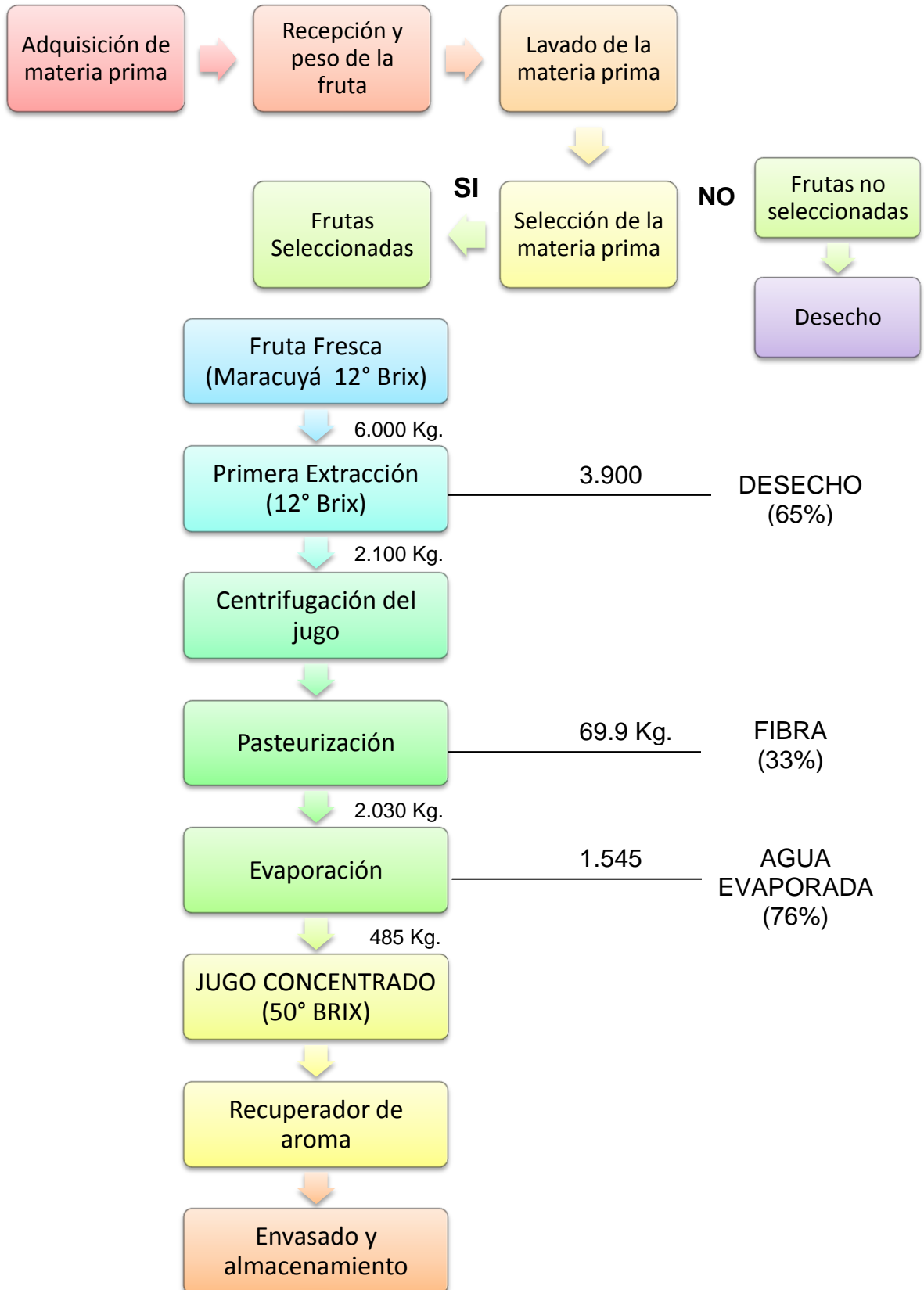
Envasado y almacenamiento
Figura No 2.12



Fuente: EXOFRUT S.A.

2.4.3.1.1 Flujo del Proceso de Producción

Producción de concentrado de maracuyá
Grafico No 2.28



2.4.4 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

La decisión de la compra de equipos y maquinarias depende básicamente del proceso de producción seleccionado, en el caso de este proyecto serán todos aquellos que nos permitan producir el concentrado de maracuyá.

Para la realización de este proyecto se requerirá de los siguientes **equipos sofisticados:**

- ❑ **DESPULPadora PARA FRUTAS:** Construida en acero inoxidable, lámina calibre 14 y 18, lleva 2 tamices, con hueco de 1mm y 4.5mm de los cuales son intercambiables, a 110 voltios, con tolva para una capacidad de 20 kg. Capacidad del motor 350 kg 1.5HP

**Despulpadora de Fruta
Figura No 2.13**



Fuente: EXOFRUT S.A.

- ❑ **MARMITA A GAS O ELÉCTRICA TIPO ESFÉRICA (40 GALONES):** Construida en acero inoxidable tipo 304, lámina calibre 14 y 16, lleva una válvula de seguridad y manómetro, con medias tapas abisagradas.

Marmita a gas eléctrica
Figura No 2.14



Fuente: EXOFRUT S.A.

- ❑ **ENVASADORA Y SELLADORA SEMI-AUTOMÁTICA PARA DENSOS (PULPAS):** Construida en acero inoxidable tipo 304, lámina calibre 16, tolva de 40 kg, dosificador graduable de 100 a 1000 gramos, con válvula de paso y boquilla anti-goteo, mordaza de sello horizontal, con un sistema electrónico de controles de medida y temperatura.

Envasadora y Selladora Semiautomática
Figura No 2.15



Fuente: Resomak S.A.

- ❑ **BANDAS TRANSPORTADORAS:** De caucho permitido y anti-deslizante, con canalones de mediana altura.

Bandas Transportadoras
Figura No 2.15



Fuente: EXOFRUT S.A.

- ❑ CUARTO FRÍO 40 TM: Con regulador manual y automático de temperatura (externo e interno), dispositivos de alarmas, escala desde 30°C hasta -30°C.

Cuartos de Frío
Figura No 2.16



Fuente: EXOFRUT S.A.

- ❑ BOMBA DE AGUA

- ❑ TANQUES DE ACERO DE 2000 LITROS: Tapa con seguridad térmica y facilidad de descarga. Incluye válvula de bombeo manual de descarga.

Tanques de Acero
Figura No 2.17



Fuente: EXOFRUT S.A.

- ❑ MESA DE LAVADO: Fabricada en láminas de acero.

También se requerirán para este proyecto de los siguientes **muebles y enseres:**

- ❑ ESCRITORIO: Modelo sencillo (madera, metal y goma), cuatro cajoneras y bases encauchadas.
- ❑ ARCHIVADOR: Metálico de tres gavetas.
- ❑ SILLAS DE OFICINA: Estructura de aluminio y esponjada.
- ❑ MESA DE JUNTA (REUNIÓN): Modelo sencillo de madera, circular, capacidad de 6 a 8 personas.

Equipos de Computación y de Oficina:

- COMPUTADORA DESKTOP ALL IN ONE: Marca COMPAQ, Pantalla LCD 18.5", disco duro de 500GB, procesador Intel, conectividad Wireless, memoria de 2GB en RAM. Teclado y mouse inalámbrico. Ver cotizaciones de los Equipos y Muebles en **ANEXO No 14**

**Equipo de Computación
Figura No 2.18**



Fuente: Call & Buy

- IMPRESORA: Multifunción Hewlett Packard C4780, resolución de 1200x1200 dpi. Conectividad USB 2.0 y conexión inalámbrica.

**Impresora
Figura No 2.19**



Fuente: Call & Buy

- LAPTOP: Disco duro de 320GB, marca COMPAQ, procesador AMD, memoria de 2 GB en RAM, pantalla LED 14", bluetooth y Wi-fi.

- ▣ TELÉFONO-FAX: Samsung, altavoz digital, pantalla LCD de 1.4”
- ▣ CAFETERA: Capacidad 2 litros, LG

Los equipos de laboratorio a utilizarse para el presente proyecto son los siguientes:

- ▣ REFRACTÓMETRO: En escala de 58° a 90° Brix.
- ▣ PEACHIMETRO: Con un índice que expresa el grado de acidez o alcalinidad del concentrado, el mismo que debe alcanzar los 50° Brix para su comercialización internacional.
- ▣ BALANZA MIXTA: Fabricada en resma de alta resistencia, apagado automático, lectura en onza, gramos, libras y kilos. Pila de 9 voltios.
- ▣ TERMÓMETRO: Análogo Brisco en escala de 10° a 110°C.

Los Utensilios que se requerirán para el proceso de producción del concentrado de maracuyá son:

- ▣ CARRETILLAS DE ACERO
- ▣ MESA DE TRABAJO: Construida en acero inoxidable con patas en tubo de 2”.
- ▣ TINAS Y BALDES PLÁSTICOS: De mediano y gran tamaño, con agarraderas laterales.
- ▣ GAVETAS CALADAS: Agujereadas y agarraderas laterales.
- ▣ CUCHILLOS: Medianos y grandes.

2.4.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA PRODUCTORA

La distribución de la planta, es aquella que nos va a proporcionar las mejores condiciones para realizar el trabajo de una manera eficiente y con esto poder establecer operaciones más económicas. Además se debe tomar en cuenta las normas de seguridad y bienestar que son necesarias y primordiales para los trabajadores y empleados.

El tamaño de esta planta industrial propiamente dicha es de 192 m², el área administrativa tiene 16 m², una bodega de almacenaje de materia prima de 25 m² y el total del terreno es de 432 m².

Cabe recalcar que en este terreno existirá un parqueadero de 15 m² y callejones laterales y la parte trasera de 3 metros de ancho, y el frente de 5 metros; éstos últimos callejones tiene la finalidad de permitir un mejor tránsito en la entrada y salida de los camiones a la bodega para la respectiva descarga de la materia prima en este caso la maracuyá.

En el siguiente plano se presenta la distribución de la planta productora propuesta para la empresa EXPORT PASSIONFRUIT C.A.

2.4.5.1 Plano de La Planta Productora EXPORT PASSIONFRUIT C.A.

Plano de Export PassionFruit C.A.
Figura No 2.20



Elaborado por: Aldo Bohórquez

CAPITULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1 ANTECEDENTES

El objetivo de este capítulo es el de analizar la información de los estudios de mercado técnico y organizacional para definir el valor de las inversiones de proyecto.

La mayor parte de las inversiones se las realiza antes de la puesta en marcha del proyecto, pero también pueden hacerse inversiones durante la operación, ya sea para el reemplazo de activos obsoletos o debido a un incremento de la capacidad de producción debido a un aumento de la demanda, sin embargo, la evaluación preliminar es decisoria para que el inversionista establezca la factibilidad de la información.

3.2 INVERSIÓN INICIAL

“Las inversiones son todas aquellas adquisiciones que realiza la empresa y que son necesarias para iniciar un proceso productivo”²⁰. Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden ser de tres tipos:

1. Activos Fijos
2. Activos Intangibles
3. Capital de Trabajo

3.2.1 ACTIVOS FIJOS

“Son todos aquellos que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciación, lo cual afectará al resultado de la evaluación por su defecto sobre el cálculo de impuestos.”²¹. Los activos fijos se detallan en el siguiente cuadro:

**Inversión fija
Cuadro No 3.1**

Terreno	6.609,60
Maquinaria	20.805,96
Equipos de Oficina	1.173,00
Equipos de Laboratorio y utensilios	3.975,31
Equipo de Computación	4.406,35
Muebles y Enseres	5.140,41
Edificio y Estructuras	45.900,00
Vehículos	20.563,20
TOTAL	\$ 108.573,83

Elaborado por: Las Autoras

²⁰ BARRENO Luis. “Compendio de Proyecto y Presupuesto” 2002-2003

²¹ NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

3.2.1.1 Terreno

Para la empresa productora de concentrado de maracuyá se adquirirá un terreno de 432 metros cuadrados, ubicado en el kilómetro 4.5, en la Vía Daule, en la ciudad de Guayaquil, perteneciente al Cantón Guayaquil, provincia del Guayas; el costo unitario por unidad metros cuadrados es de \$15, lo que da como resultado un costo total de \$6.609,60, incluido un 2 % de imprevistos. La distribución del terreno será de la siguiente manera:

1. Planta Industrial con 192 metros cuadrados
2. Bodega de Almacenaje de materia prima con 25 metros cuadrados
3. Parqueadero y garita con 15 metros cuadrados
4. Callejones laterales y la parte trasera de 3 metros de ancho, y el frente de 5 metros.
5. Área Administrativa con 16 metros cuadrados
6. Los metros de diferencia serán destinados para el Área de recursos Humanos y Área Financiera.

Terreno
Cuadro No 3.2

UBICACIÓN	UNIDAD M2	COSTO UNITARIO	VALOR
Guayaquil -	432	15,00	\$6.480,00
SUBTOTAL			\$6.480,00
2 % imprevistos			129,60
TOTAL			\$6.609,60

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.2 Maquinaria

Estos activos fijos tienen un valor de \$ 20.805,96 y contemplan básicamente la instalación de la planta procesadora.

Maquinaria
Cuadro No 3.3

UBICACIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Despulpadora para Frutas	1	\$1.209,60	\$1.209,60
Cuarto Frio	1	11.356,00	11.356,00
Marmita a gas esférica 40 gl.	1	2.385,60	2.385,60
Empacadora y selladora semiautomática	1	5.566,40	5.566,40
Bandas Transportadoras	2	300,00	600,00
Bomba de agua	2	245,00	490,00
SUBTOTAL			\$ 20.398,00
2% imprevistos			\$ 407,96
TOTAL			\$ 20.805,96

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.3 Equipos de Laboratorio y Utensilios

Estos equipos de laboratorio tienen un valor de \$ 3.975,31 que se contemplan en el siguiente cuadro:

Equipo de Laboratorio y Utensilios
Cuadro No 3.4

UBICACIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza mixta	1	\$ 655,00	\$ 655,00
Mesa de Trabajo	1	873,60	873,60
Mesa de lavado de 2 mts x	1	806,40	806,40
PH metro	1	143,00	143,00
Refractómetro	1	163,00	163,00
Termómetro	1	16,80	16,80
Tanque de acero	1	59,56	59,56
Carretillas	10	20,00	200,00
Tinas y baldes	50	10,00	500,00
Gavetas caladas	20	18,00	360,00
Cuchillos	24	5,00	120,00
SUBTOTAL			\$ 3.897,36
2% imprevistos			77,95
TOTAL			\$ 3.975,31

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.4 Equipo de Oficina

El equipo de oficina que la empresa requiere tiene un valor total de \$1.173,00.

Equipo de Oficina
Cuadro No 3.5

UBICACIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Copiadoras	2	\$450,00	\$900,00
Fax	1	50,00	50,00
Teléfonos Inalámbricos	4	35,00	140,00
Cafeteras	2	30,00	60,00
SUBTOTAL			\$1150,00
2% Imprevistos			23,00
TOTAL			\$1.173,00

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.5 Equipo de Computación

El equipo de computación que la empresa necesita tiene un valor total de \$4.406,35.

Equipo de Computación
Cuadro No 3.6

UBICACIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Computadoras Desktop	4	\$729,99	\$2.919,96
Impresora Láser	5	130,00	650,00
Laptop	1	749,99	749,99
SUBTOTAL			\$4,319.95
2% Imprevistos			86,40
TOTAL			\$4.406,35

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.6 Muebles y Enseres

Estos activos fijos son utilizados para la adecuación de las oficinas y tienen un valor de \$5,410.41

Muebles y Enseres
Cuadro No 3.7

UBICACIÓN	CANT.	COSTO UNITARIO	VALOR
Escritorio Report 1.20 x 1.20	4	299,00	\$ 1.196,00
Escritorio Report 1.50 x 1.50	1	479,00	479,00
Estantería	1	265,00	265,00
Archivador vertical con 3 gavetas	2	193,16	386,32
Mesa de reunión (6 personas)	1	198,00	198,00
Sillones modelo Anna	5	130,00	650,00
Sillas de espera "Grafiti"	8	55,00	440,00
Sillón modelo Palace	1	260,00	260,00
Sillones modelo euforia	2	330,00	660,00
Counter modelo Zara	1	585,00	585,00
Pizarra volteable	1	185,00	185,00
SUBTOTAL			\$ 5.304,32
2% Imprevistos			106,09
TOTAL			\$ 5.410,41

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.7 Planta Procesadora

La infraestructura de la planta procesadora tiene un valor de \$ 45.900,00 incluido un 2% de imprevistos; en este valor se incluyen las

instalaciones eléctricas internas y externas, así como los detalles de los acabados.

**Edificio y Estructuras
Cuadro No 3.8**

UBICACION	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Planta Procesadora	1	\$45.000,00	\$45.000,00
SUBTOTAL			\$45.000,00
2% Imprevistos			900,00
TOTAL			\$45.900,00

Elaborado por: Las Autoras

3.2.1.8 Vehículo

El vehículo será utilizado para el transporte del personal de compras y marketing los que se encargaran de las negociaciones con las empresas productoras del maracuyá fresco, publicidad y trámites para la exportación del producto terminado.

No se ha adquirido un vehículo para la trasportación del concentrado del maracuyá, debido a que este será transportado directamente en un contenedor refrigerado hacia un puerto de Guayaquil y se lo alquilará.

El costo del vehículo que la empresa requiere para que el personal de compras y marketing pueda trasladarse será de \$20.563,20.

Vehículo
Cuadro No 3.9

UBICACION	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Camioneta	1	\$20.160,00	\$20.160,00
SUBTOTAL			\$20.160,00
2% Imprevistos			403,20
TOTAL			\$20.563,20

Elaborado por: Las Autoras

3.2.2 ACTIVOS INTANGIBLES

“Las inversiones en activos intangibles, son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyendo inversiones intangibles susceptibles de amortizaciones y al igual que la depreciación afectará al flujo de caja indirectamente por una disminución de la renta imponible y por tanto de los impuestos pagaderos”²². Por el momento no contamos con activos diferidos.

3.2.3 CAPITAL DE TRABAJO

“Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”²³ Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son:

Método Contable

²² NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

²³ NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

- Método del Período de desfase
- Método del Déficit Acumulado Máximo

Método Contable

“Una forma comúnmente usada para proyectar los requerimientos de capital de trabajo es la de cuantificar la inversión requerida en cada uno de los rubros del activo corriente, considerando que parte de estos activos pueden financiarse por pasivos de corto plazo (pero de carácter permanente), como los créditos de proveedores o los préstamos bancarios.”²⁴

Método del Período de desfase

“Consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta de los productos, que se destinará a financiar el período de desfase siguiente”²⁵

Método del Déficit Acumulado Máximo

“El cálculo de la inversión de capital de trabajo por este método supone calcular para cada mes los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo”²⁶

²⁴ NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

²⁵ NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

²⁶ NASSIR Sapag Chain. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición.

De acuerdo a los métodos vistos anteriormente, escogemos el método del Déficit Acumulado Máximo, debido a que se realizarán exportaciones del producto todos los meses y una de las grandes ventajas del maracuyá es que se lo puede obtener durante todo el año.²⁷

**Capital de Trabajo
Cuadro No 3.10**

Capital de Trabajo												
MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	\$ 0,00	\$ 30.872,65	\$ 31.052,74	\$ 31.233,88	\$ 31.416,08	\$ 31.599,34	\$ 31.783,66	\$ 31.969,07	\$ 32.155,56	\$ 32.343,13	\$ 32.531,80	\$ 32.721,57
Egresos	\$ 22.533,79	\$ 22.533,79	\$ 22.533,79	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80	\$ 22.533,80
Saldos	-\$ 22.533,79	\$ 8.338,85	\$ 8.518,94	\$ 8.700,08	\$ 8.882,28	\$ 9.065,54	\$ 9.249,87	\$ 9.435,27	\$ 9.621,76	\$ 9.809,33	\$ 9.998,00	\$ 10.187,76
Saldo Acum	-\$ 22.533,79	-\$ 14.194,94	-\$ 5.676,00	\$ 3.024,08	\$ 11.906,36	\$ 20.971,90	\$ 30.221,77	\$ 39.657,04	\$ 49.278,79	\$ 59.088,12	\$ 69.086,12	\$ 79.273,88

Elaborado por: Las Autoras

La inversión fija será de \$108.573,83, lo que representa el 83% de la inversión total, se requerirá de un capital de trabajo de \$22.553,79, que representa el 17% de la inversión total, es decir que el monto total de la inversión inicial para este proyecto es de \$131.127,62.

La inversión total para la ejecución del proyecto se detalla a continuación:

**Inversión Total
Cuadro No 3.11**

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$108.573,83	83%
Capital de Trabajo	22.553,79	17%
TOTAL	\$131.127,62	100%

Elaborado por: Las Autoras

²⁷ Según CORPEI y el Ministerio de Agricultura, la fruta del maracuyá en el Ecuador se la produce todo el año.

3.3 FINANCIAMIENTO

3.3.1 Préstamo

La empresa requiere financiar el 45% del total de la inversión. Se solicitará un préstamo a la CFN (Corporación Financiera Nacional), la cual tiene una tasa activa del 11,25% y cuya deuda se amortizará en 5 años. Esta entidad ha sido elegida debido a que nos ofrece una tasa módica.

**Financiamiento
Cuadro No 3.12**

Monto del Préstamo	\$58.998,43
Valor de pagos mensuales	\$1.267,57
Número de pagos	60
Plazo	5 años
Tasa	11 %

Elaborado por: Las Autoras

3.3.1.1 Amortización de la Deuda

Todo préstamo genera intereses, el préstamo será de \$58.998,43 otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de 11 %, durante 5 años. El capital se amortiza en cuotas iguales más sus respectivos intereses, la tabla de amortización se la puede observar en el **ANEXO No 15**

3.3.1.2 Capital Propio

Se realizará un aporte del 55% del total de la inversión por parte de la junta de socios de la empresa. A continuación se detalla la participación de cada socio.

Capital Propio
Cuadro No 3.13

Inversionistas	Aportación	% Participación
Rebeca Guerrero Medina	\$24.036,40	33%
Cindy Martillo Rojas	24.036,40	33%
Stefanía Triviño Rodríguez	24.036,40	33%
TOTAL	\$72.109,19	100%

Elaborado por: Las Autoras

3.4 Estado de situación financiera

El Estado de Situación Financiera está compuesto por el Activo, Pasivo y Capital.

Activo: Para una empresa significa cualquier pertenencia material o inmaterial.²⁸

Pasivo: Significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.²⁹

Capital: Significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

30

^{28, 29 y 30} Gabriel Baca Urbina “Evaluación de Proyectos” 5º Edición

Estado de Situación Financiera
Cuadro 3.14

Estado de Situación Financiera			
Export PassionFruit C.A			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente			Pasivo Corriente
Efectivo	\$ 22.533,79		Proveedores
Total Activo Corriente		\$ 22.533,79	Total Pasivo Corriente
			\$ 0,00
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo
Terrenos	\$ 6.609,60		Préstamo
Edificios y estructuras	45.900,00		Total Pasivo L/P
Maquinaria	20.805,96		\$ 58.998,43
Muebles y Enseres	5.140,41		
Equipo de Oficina	1.173,00		Patrimonio
Equipo de Laboratorio y utensilios	3.975,31		Capital
Equipo de Computación	4.406,35		Accionistas
Vehículos	20.563,20		\$ 72.109,19
Total Activo Fijo		\$ 108.573,83	Total Patrimonio
			\$ 72.109,19
Total Activos		\$ 131.107,62	Total Pasivo y Patrimonio
			\$ 131.107,62

Elaborado por: Las Autoras

3.5 Ingresos

“Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura.”³¹

³¹ Rubén Sarmiento R. “Contabilidad General” 10º Edición

Para determinar los ingresos se trabajó con un precio inicial de \$1.75³² por unidad vendida, este precio variará a través de los años, en un 2% dado los cambios en el mercado, las cantidades producidas, aumentarán en un 5%³³. Los ingresos obtenidos son los siguientes:

Ingresos
Cuadro 3.15

Ingresos					
Años	1	2	3	4	5
Producto(concentrado de maracuyá)	211.680,00	222.264,00	233.377,20	245.046,06	257.298,36
Precio FOB Kg.	1,74	1,77	1,81	1,85	1,88
Ventas	\$ 368.323,20	\$ 394.474,15	\$ 422.481,81	\$ 452.478,02	\$ 484.603,96

Elaborado por: Las Autoras

3.6 COSTOS Y GASTOS

En un proyecto, se puede distinguir cuatro funciones: producción, administración, marketing y financiamiento, para cubrir todas estas funciones la empresa tendrá que efectuar ciertos desembolsos por pago de salarios, servicios públicos, compra de materiales, pago de interés, etc. Todas estas erogaciones toman el nombre de costos.

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuada en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual”.³⁴

Una vez que se ha determinado qué y cuánto vamos a producir, dónde vamos a producir y cómo vamos hacerlo es oportuno preguntar:

³² Referencia obtenida por una consulta a la empresa “EXOFRUT”

³³ El consumo de productos naturales aumentó del 45% al 55% según: Statistics Canada

³⁴ BARRENO Luis. “Compendio Proyectos y Presupuestos” 2002-2003

¿Cuánto nos va a costar producir? Y ¿Qué cantidad de ingresos recibiremos?

3.6.1 Costos de producción

Son todas las erogaciones que intervienen directamente en el proceso de transformación de la materia prima, los costos se clasifican en directos e indirectos.

- **Los costos directos:** son aquellos que están relacionados directamente con el producto y que de acuerdo a la fase técnica son los que se requieren para el desarrollo del proyecto.
- **Los costos indirectos:** son aquellos que no están relacionados directamente con el producto.

3.6.1.1 Costo de Materia Prima

Son todos los materiales que intervienen en el proceso de producción y que sufren una transformación, que en el caso del presente estudio serán:

Costo Materiales Directos
Cuadro No 3.16

CONCEPTO	UNIDAD Kg	CSTO.UNIT	VALOR
Maracuyá	648.000 ³⁵	\$0,23	\$149.040,00
SUBTOTAL			\$149.040,00
2%			2,980.80
TOTAL			\$152,020.80

Elaborado por: Las Autoras

El precio de la fruta fresca de maracuyá que es el principal material para el proyecto será de \$ 0.23³⁶ ctvs. por Kilogramo el mismo que será para el primer año ya que la fruta se cultiva todo el año, lo que facilitará la

³⁵ Kilogramos que se va a requerir (analizado en el capítulo #2)

³⁶ Según datos proporcionados por "EXOFRUT"

negociación con los productores de la fruta para mantener el precio todo el año.

3.6.1.2 Costo de Mano de Obra

La mano de obra del proceso se divide en Directa e Indirecta.

Mano de Obra directa

“Es aquella que interviene personalmente en el proceso de producción, específicamente se refiere a los obreros.”³⁷

Costos Mano de Obra Directa
Cuadro No 3.17

CARGO	N°	SUELDO BÁSICO	13°	14°	VACACIONES	Fondo de Reserva	12.15%		MENSUAL	ANUAL	TOTAL
							IESS: APOORTE PATRONAL (11.15%)	IECE Y SECAP (1%)			
Obreros producción	15	\$ 270,00	22,50	22,00	11,25	22,50	30,11	2,70	381,06	4.572,66	\$ 68.589,90
TOTAL	15	270,00	22,50	22,00	11,25	22,50	30	2,70	381,06	4.572,66	\$ 68.589,90

Elaborado por: Las Autoras

Mano de Obra Indirecta

“Se refiere a quienes aún estando en producción no son obreros, tales como supervisores, jefes de turno, gerente de producción, etc.”³⁸

Costos Mano de Obra Indirecta
Cuadro No 3.18

CARGO	N°	SUELDO BÁSICO	13°	14°	VACACIONES	Fondo de Reserva	12.15%		MENSUAL	ANUAL	TOTAL
							IESS: APOORTE PATRONAL (11.15%)	IECE Y SECAP (1%)			
Gerente de producción	1	600,00	50,00	22,00	25,00	50,00	66,90	6,00	819,90	9.838,80	\$ 9.838,80
Personal Mantenimiento	2	280,00	23,33	22,00	11,67	23,33	31,22	2,80	394,35	4.732,24	\$ 9.464,48
TOTAL	3	880,00	73,33	44,00	36,67	73,33	98,12	8,80	1.214,25	14.571,04	\$ 19.303,28

Elaborado por: Las Autoras

³⁷ Gabriel Baca Urbina” Evaluación de Proyectos” 5º Edición

³⁸ Gabriel Baca Urbina” Evaluación de Proyectos” 5º Edición

Materiales Indirectos

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, sin ser el producto en sí.

Materiales Indirectos
Cuadro No 3.19

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Preservantes	100	50,00	\$5.000,00
SUBTOTAL			\$5.000,00
2% IMPREVISTOS			100,00
TOTAL			\$5.100,00

Elaborado por: Las Autoras

Los costos de producción que la empresa requiere, se muestran en el siguiente cuadro:

Costos de Producción
Cuadro No 3.20

CONCEPTO	VALOR
Mano de Obra Directa	\$ 68.589,90
Mano de Obra Indirecta	19.303,28
Materiales Directos	152,020.80
Materiales Indirectos	5.100,00
TOTAL	\$245.013,98

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2 GASTOS

3.6.2.1 Gastos Administrativos

Son aquellos costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa, por ejemplo:

1. Los sueldos y salarios del personal administrativo
2. Los gastos de suministros de oficina
3. Material de limpieza
4. Medicinas
5. Servicios básicos, etc.

**Gastos de Sueldos y Salarios
Cuadro No 3.21**

12.15%											
CARGO	N°	SUELDO BÁSICO	13°	14°	VACACIONES	Fondo de Reserva	IESS: APOORTE PATRONAL (11.15%)	IECE Y SECAP (1%)	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Gerente General	1	\$ 1.200,00	100,00	22,00	50,00	100,00	133,80	12,00	1.617,80	19.413,60	\$ 19.413,60
Gerente Financiero	1	700,00	58,33	22,00	29,17	58,33	78,05	7,00	952,88	11.434,60	\$ 11.434,60
Gerente de MKT y Exportaciones	1	600,00	50,00	22,00	25,00	50,00	66,90	6,00	819,90	9.838,80	\$ 9.838,80
Gerente Talento Humano	1	500,00	41,67	22,00	20,83	41,67	55,75	5,00	686,92	8.243,00	\$ 8.243,00
Secretaría	1	400,00	33,33	22,00	16,67	33,33	44,60	4,00	553,93	6.647,20	\$ 6.647,20
Guardia de Seguridad	2	264,00	22,00	22,00	11,00	22,00	29,44	2,64	373,08	4.476,91	\$ 8.953,82
Conserje	1	264,00	22,00	22,00	11,00	22,00	29,44	2,64	373,08	4.476,91	\$ 4.476,91
TOTAL	8	3.928	327	154	164	327	438	39	5.378	64.531	\$ 69.007,94

Elaborado por: Las Autoras

**Suministros de Oficina
Cuadro No 3.22**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor
Grapadora	2	1,00	\$ 2,00
Perforadora	2	1,50	3,00
Paquetes de hojas	3	5,00	15,00
Bolígrafos	10	0,25	2,50
Lápices	10	0,10	1,00
Cinta	2	0,40	0,80
Tijeras	2	0,60	1,20
Combustible	12	25,00	300,00
Lubricantes	12	15,00	180,00
Subtotal	55		\$ 505,50
2%			10,11
TOTAL			\$ 515,61

Elaborado por: Las Autoras

**Servicios Básicos
Cuadro No 3.23**

Detalle	Valor		
	Meses	Mensual	Valor Anual
Agua Potable	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Teléfono	12	150	1.800
Energía	12	450	5.400
Internet	12	150	1.800
Subtotal			\$ 11.400,00
2% Imprevistos			228
TOTAL			\$ 11.628,00

Elaborado por: Las Autoras

**Suministros de Limpieza
Cuadro No 3.24**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor
	Detergentes	3	1,5
Trapeadores	2	3,5	7
Escoba	2	2	4
Desinfectantes	3	1	3
Jabones	4	0,5	2
Papel Higiénico	6	0,3	1,8
Fundas de Basura	2	0,8	1,6
Tachos de Basura	4	3	12
Ambientadores	4	1,5	6
Subtotal			\$ 41,90
2% Imprevistos			\$ 0,84
TOTAL	30		\$ 42,74

Elaborado por: Las Autoras

**Gastos Administrativos
Cuadro No 3.25**

CONCEPTO	VALOR
Gastos de Sueldos	69.007,94
Suministros de Oficina	\$ 515,61
Servicios Básicos	11.628,00
Suministros de	42.74
TOTAL	\$81,194.29

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.2 Gastos de Ventas

Los gastos de promoción son aquellos en que la empresa incurre para distribuir efectivamente su producto.

Gastos de Ventas
Cuadro No 3.26

Detalle	Valor
Publicidad	\$1.500
Promociones	1.200
Ferías	8.000
Subtotal	\$10.700
2% Imprevistos	214
TOTAL	\$10.914

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.3 Gastos de constitución

Los gastos de constitución son aquellos en que la empresa incurre para poder establecerse como compañía, estos son los siguientes:

Gastos de Constitución
Cuadro No 3.27

Detalle	Valor
Aprobación de Constitución	\$ 400,00
Publicación de Extracto	15,00
Certificación municipal	0,00
Afiliación Cámara de Comercio	74,60
Afiliación Cámara de Industrias	231,00
Afiliación Cámara de Agricultura	200,00
Registro Mercantil	30,00
Notaría - Anotación Marginal	30,00
SRI - Obtención del RUC	0,00
Inscripción en Registro Societario	\$20,00
Patente Municipal	1.000,00
TOTAL	\$ 2.000,60

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4 Gastos de Exportación

3.6.2.4.1 Determinación de Volúmenes de exportación

Según la oferta exportable del proyecto por cada año, tenemos lo siguiente:

Parámetros de determinación de volúmenes de exportación

Cuadro No 3.28

Capacidad Exportable	211,680 Kg. (1er año)
Unidades de Cotización	Tambores
Cada unidad de cotización	250 kg.
Diseño por peso de Contenedor	100 Tambores

Fuente: EXOFRUT S.A.

Elaborado por: Las Autoras

Utilizando los parámetros establecidos a continuación se detalla la evolución de compras de la materia durante el periodo de estudio, en este caso kilogramos de maracuyá, tomando un margen del 2% del producto por motivo de desperdicio, ya que no siempre se va a tener todas las frutas en buen estado; el rendimiento de la fruta para convertirlo en kilogramo de concentrado es de un 3%³⁹, esa producción se envasará en tambores de 250 Kg. de concentrado y a su vez se exportará en contenedores de 40' pies, el mismo que tiene una capacidad para 100 tambores de concentrado.

Para la proyección de los próximos cinco años se ha considerado un incremento de un 5% cada año⁴⁰ en la producción, debido a que existe gran

³⁹ Datos proporcionados por la empresa "EXOFRUT"

⁴⁰ Aumento del 5% en el consumo de concentrados según Canadian Grocer, Executive Report

demanda y una buena acogida para los productos naturales en el mercado de Canadá.

Proyección de los volúmenes de Exportación

Cuadro No. 3.29

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Compra Materia Prima	648.000	680.400	714.420	750.141	787.648
% Desperdicio M.P.	12.960	13.608	14.288	15.003	15.753
Total Compras Materia Prima	635.040	666.792	700.132	735.138	771.895
Producción Concentrado Kg.	211.680	222.264	233.377	245.046	257.298
No Tambores 250 Kg.	847	889	934	980	1.029
No. Contenedores	8	9	9	10	10

Fuente: EXOFRUT S.A.
Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.2 Costos de la Distribución Física Internacional

Los costos de exportación del proyecto serán cancelados por el comprador dependiente del Incoterm que sea elegido para realizar la compra del concentrado de maracuyá.

Distribución Física
Cuadro No. 3.30

País de destino	Canadá
Términos	FOB
Transporte	Marítimo
Peso Neto por cada contenedor	25TM
Forma de Pago	Giro Directo

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.3 INCOTERM EXW (Ex Work-En Fábrica)

3.6.2.4.3.1 PRECIO DE VENTA

El precio de venta es igual al precio unitario total más la utilidad, para nuestro producto está considerado un 15%⁴¹.

Precio de venta = Costo unitario + Utilidad * Pedido

Precio de venta = 1.54 + 0.15 = 1.69 precio unitario en bodega

Precio de venta = 1.69 * 211.680 Kg.

Precio de venta = \$ 357,739.20

3.6.2.4.3.2 ENVASE

El concentrado de maracuyá será envasado en doble funda de polietileno debidamente sellada.

Costo por envase

Cuadro No 3.31

ENVASE				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Doble bolsa de polietileno	Tambor	847	\$0.50	\$423,50

Elaborado por: Las Autoras

⁴¹ Datos proporcionados por EXOFRUT S.A.

3.6.2.4.3.3 EMBALAJE

Son los contenedores en los que será transportado el concentrado de maracuyá hasta su destino final en el país importador.

Costo de embalaje
Cuadro No 3.32

EMBALAJE				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tambores metálicos con capacidad de 250 Kg. De concentrado de maracuyá	Tambor	847	\$0,75	\$635,25

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.3.4 RÓTULOS DE EXPORTACIÓN

Se colocarán en cada uno de los tambores de exportación, en el que se deberá incluir toda la información necesaria, como:

- ✓ Identificación del producto: Nombre del exportador, empacador y/o expedidor, código (si existe admitido o aceptado oficialmente)
- ✓ Naturaleza del producto: Nombre del producto, nombre de la variedad.
- ✓ Origen del producto: País de origen y región productora, fecha de empaque.
- ✓ Características comerciales: Categoría, calibre, número de frutos, peso neto.
- ✓ Simbología que indique el correcto manejo del producto.

Costo de etiqueta
Cuadro No 3.33

ETIQUETADO				
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Etiquetas	Unidades	8	\$2,00	\$16,00

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.3.5 DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN

Los costos de los documentos utilizados para realizar la exportación son los siguientes:

Documentos requeridos para exportar
Cuadro No 3.34

DOCUMENTOS PARA EXPORTACIÓN	COSTO
Certificado de Origen	\$30.00
Factura Comercial	1.00
Certificado Fitosanitario	24.00
Lista de Empaque	5.00
TOTAL	\$60.00

Fuente: CORPEI

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.3.6 UNITARIZACIÓN

Son los costos de la paletización y del contenedor en el local del exportador, en el depósito de contenedores, etc. Estos incluyen:

1. **La paletización:** Mano de obra para operaciones manuales y compra de la paleta.
2. **Contenerización:** Llenado del contenedor, arriendo del contenedor (leasing) y materiales utilizados para asegurar el producto.
3. **Otras modalidades:** Llenado de los remolques u otras unidades de carga.

Costos de Unitarización
Cuadro No 3.35

UNITARIZACIÓN			
Detalle	Costo Unitario	Requerimiento	Costo Total
Útiles de fábrica – varios	\$12	8	\$96,00

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.3.7 VERIFICACIÓN PREVIA

Por verificación previa del exportador se debe pagar el 0.8% del precio de venta en bodega del exportador, de acuerdo al Registro Oficial # 619, tabla de tarifas del sistema de verificación en origen aplicable sobre el valor FOB de cada embarque.

Precio de venta en Bodega = \$357,739.20

Verificación previa = $357,739.20 * 0.8\% = \$ 2,861.91$

3.6.2.4.4 INCOTERM FAS (Free Alongside Ship – Libre al Costado del Barco)

3.6.2.4.4.1 ARRIENDO DEL CONTENEDOR

El alquiler de los contenedores se los realizará dependiendo del número de días que se utilizará dichos contenedores y del número de contenedores que se necesiten para el producto.

Costo arriendo del contenedor
Cuadro No 3.36

CONTENEDOR			
Arriendo de contenedor	Número de contenedores	Días	Total
\$ 2	8	30	\$ 480,00

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.4.2 ESTIBA DEL CONTENEDOR

Para ordenar la carga en los contenedores se pagará individualmente.

Gastos por estiba
Cuadro No 3.37

Contenedor	Nº contenedor	Valor	Total
Gastos por	8	\$15	\$ 120,00

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.4.3 *TRANSPORTE INTERNO*

Este transporte servirá para trasladar la mercadería, desde la bodega de la empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil hasta el Puerto Marítimo, lo que se realizará mediante un contenedor refrigerado que será alquilado por la cantidad de \$250, el flete.

3.6.2.4.5 **COSTOS BANCARIOS**

Son los gastos generados por la intervención de las entidades bancarias en la exportación. Incluyen:

- Comisiones (directas o mediante corresponsales).
- Comunicaciones (cable, télex, telefax, teléfono).

Cada entidad bancaria tiene sus propias decisiones sobre el cobro de las comisiones y comunicaciones. Una vez hecho el análisis respectivo con cada una de las instituciones financieras, llegamos a la conclusión que la opción más valedera que corrobora el concepto más importante en costo y tiempo; es por medio del Banco Pichincha.

**Costos bancarios
Cuadro No 3.38**

BANCO DEL PICHINCHA	
COMISIONES:	COSTO
Comisión de aviso	\$30.00
Comisión de confirmación	60.00
Comisión por enmienda (aviso)	30.00
Comisión de aceptación	100.00
Declaración fundamentada	2.00
TOTAL COMISIONES	\$222.00
COMUNICACIONES:	
Courier	\$50.00
Portes y fotocopias	15.00
Télex/Swift	25.00
Fax nacional	0.50
Fax internacional	15.00
TOTAL COMUNICACIONES	\$105.50
TOTAL COSTOS BANCARIOS	\$327.50

Fuente: Banco Pichincha
Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.6 ALMACENAJE PUERTO MARÍTIMO GUAYAQUIL

Es el costo en el que se incurre por mantener el producto en bodegas en tránsito (estatales o privadas); en este caso será el pago que se hará por el alquiler de bodega Autoridad Portuaria de Guayaquil (almacenaje local previo al embarque) en el muelle y se la utilizará 3 días.

**Costo de almacenaje en el Puerto de Guayaquil
Cuadro No 3.39**

DETALLE	COSTO	TIEMPO(días)	CONTENEDORES	TOTAL
Bodegas	\$1,50	3	8	\$36,00

Fuente: Autoridad Portuaria de Guayaquil – CAE
Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.7 AGENTE AFIANZADO

El agente afianzado de aduanas nos ayudará a ingresar al sistema informático de aduanas (SICE), cuyo precio por cada exportación a consumo es de \$150.

3.6.2.4.8 NOTIFICACIÓN PRE-EMBARQUE

Estos gastos se realizan para notificar al importador el pre-embarque de la mercancía que es de \$10 por cada exportación.

3.6.2.4.9 CARGA

Es el traslado que se realiza desde la bodega del muelle a la plataforma del barco cuyo costo es de \$20 por cada contenedor, lo que nos da un total de \$160,00.

Costo de carga
Cuadro No 3.40

DETALLE	COSTO	CONTENED	TOTAL
Bodega-Plataforma Barco	\$20.00	8	\$160,00

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.4.10 CERTIFICADOS Y CONOCIMIENTOS DE EMBARQUE

Estos certificados de embarque tienen un costo de aproximadamente \$30 por cada exportación.

Al determinar los costos de exportación la matriz de exportación para el primer año de elaboración de 211,680 Kg concentrado de maracuyá, que corresponden a 847 tambores de 250 Kg es la siguiente:

**Matriz de Exportación
Cuadro No 3.41**

CONCEPTO	COSTO EMPRESARIAL	COSTO UNITARIO
Precio en Bodega	357.739,20	\$ 1,69
Envase	423,50	
Embalaje	635,25	
Etiquetas	16,00	
Documentación para exportación	60,00	
Unitarización	96,00	
Verificación	2.861,91	
Ex - Works	361.831,86	1,71
Ariendo del contenedor	480,00	
Carga y estiba del contenedor	120,00	
Transporte interno Vía a Daule - Puerto Marítimo	250,00	
Servicios bancarios y documentación	327,50	
Bill of Lading, Costos adicionales naviera	160,00	
Costos Portuarios	100,00	
Almacenaje Puerto Marítimo Guayaquil (3 días)	36,00	
FAS (FREE ALONGSIDE SHIP)	363.305,36	1,72
Agente afianzado	1.800,00	
Aforo físico	1.320,00	
Notificación pre-embarque	120,00	
Carga muelle - plataforma	160,00	
Certificados embarque - conocimientos	360,00	
FOB (Duty unpaid)	367.065,36	1,73
CORPEI	423,27	
FOB (Duty paid)	367.488,63	1,74

Fuente: EXOFRUT S.A.
Elaborado por: Las Autoras

**Proyección de los costos de Exportación
Cuadro No 3.42**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Precio en Bodega	357.739,20	375.626,16	394.407,47	414.127,84	434.834,23
Envase	423,50	444,68	466,91	490,25	514,77
Embalaje	635,25	667,01	700,36	735,38	772,15
Etiquetas	16,00	16,80	17,64	18,52	19,45
Documentación para exportación	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Unitarización	96,00	100,80	105,84	111,13	116,69
Verificación	2.861,91	3.005,01	3.155,26	3.313,02	3.478,67
Ex - Works	361.831,86	379.923,45	398.919,63	418.865,61	439.808,89
Ariendo del contenedor	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Carga y estiba del contenedor	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Transporte interno Vía a Daule - Puerto Marítimo	250,00	262,50	275,63	289,41	303,88
Servicios bancarios y documentación	327,50	343,88	361,07	379,12	398,08
Bill of Lading, Costos adicionales naviera	160,00	168,00	176,40	185,22	194,48
Costos Portuarios	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Almacenaje Puerto Marítimo Guayaquil (3 días)	36,00	37,80	39,69	41,67	43,76
FAS (FREE ALONGSIDE SHIP)	363.305,36	381.470,63	400.544,16	420.571,37	441.599,94
Agente afianzado	1.800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
Aforo físico	1.320,00	1386,00	1455,30	1528,07	1604,47
Notificación pre-embarque	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Carga muelle - plataforma	160,00	168,00	176,40	185,22	194,48
Certificados embarque - conocimientos	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
FOB (Duty unpaid)	367.065,36	385.418,63	404.689,56	424.924,04	446.170,24
CORPEI	423,27	444,43	466,66	489,99	514,49
FOB (Duty paid)	367.488,63	771.281,69	809.845,77	850.338,06	892.854,97

Elaborado por: Las Autoras

3.6.2.5 Depreciación y Mantenimiento

Estos costos se generan en los gastos administrativos, gastos de venta y costos de producción y afectan a los activos fijos existentes en el proyecto

3.6.2.5.1 Depreciaciones

Es el desgaste de los activos que sufren todos los activos a través de los años, hasta que en un tiempo determinado quedan obsoletos. Y para esto se calcula por medio del método de línea recta, el que divide el valor en libros por los años de vida útil para sacar la depreciación anual y el cual se restara al valor en libros según el año en curso del proyecto.

Depreciaciones Activos Fijos
Cuadro No 3.43

Activos Fijos		Vida Útil	Depreciación
Edificios y estructuras	\$ 45.900,00	20	\$ 2.295,00
Maquinaria	20.805,96	10	2.080,60
Muebles y enseres	5.140,41	10	514,04
Equipos de Oficina	1.173,00	10	117,30
Vehículo	20.563,20	5	4.112,64
Equipo de Computación	4.406,35	3	1.468,78
Equipo de Laboratorio y utensilios	3.975,31	10	397,53
TOTAL	\$ 101.964,23		\$ 10.985,89

Elaborado por: Las autoras

3.6.2.5.2 Mantenimiento

Son gastos a realizarse sobre los activos fijos de la empresa con el fin de mantenerlos en buen estado. Estos valores pueden ser de carácter preventivo o correctivo y se lo debe realizar semestralmente cuyo costo de

acuerdo a los activos fijos equivalente al 1% de su costo total. En el cuadro siguiente se ha establecido el 2% de estos rubros del año:

Mantenimiento de Activos Fijos
Cuadro No 3.44

ACTIVOS FIJOS		PORCENTAJE	VALOR
Edificios y estructuras	\$ 45.900,00	2%	\$ 918,00
Maquinaria	20.805,96	2%	\$ 416,12
Muebles y enseres	5.140,41	2%	\$ 102,81
Equipos de Oficina	1.173,00	2%	\$ 23,46
Vehículo	20.563,20	2%	\$ 411,26
Equipo de Computación	4.406,35	2%	\$ 88,13
Equipo de Laboratorio y utensilios	3.975,31		
TOTAL	\$ 101.964,23		\$ 1.959,78

Elaborado por: Las autoras

3.6.3 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

Este reporte refleja el movimiento de la compañía (Ingresos - Costos -Gastos), llegando a determinar la Utilidad antes de participación e impuestos y la Utilidad líquida (Utilidad Neta), esto para un periodo de 5 años, tiempo para el que fue hecho el estudio del proyecto. El Estado de Resultado Integral de la empresa es el siguiente:

Estado de Resultado Integral

Cuadro No 3.45

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
EXPORT PASSIONFRUIT C.A					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 368.323,20	\$ 394.474,15	\$ 422.481,81	\$ 452.478,02	\$ 484.603,96
(-) Costo de Producción	245.013,98	257.264,68	270.127,91	283.634,31	297.816,02
(=) Utilidad Bruta	123.309,22	137.209,47	152.353,90	168.843,71	186.787,94
Gastos Administrativos	81.194,29	85.254,00	89.516,70	93.992,54	98.692,17
Gastos de Venta	10.914,00	11.459,70	12.032,69	12.634,32	13.266,04
Gastos de Exportación	9.290,16	9.754,67	10.242,40	10.754,52	11.292,25
Gastos de Mantenimiento	1.959,78	2.057,77	2.160,66	2.268,69	2.382,12
Gastos de Constitución	2.000,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación (de activos fijos)	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
Total Gastos Operacionales	116.344,72	119.512,03	124.938,34	130.635,96	136.618,46
(=) Utilidad Operacional	6.964,50	17.697,44	27.415,56	38.207,75	50.169,47
Gastos Financieros (intereses sobre préstamo)	6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
Total Gastos No Operacionales	6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
(=) Utilidad antes de Part. Trab. e Impuestos	474,67	12.249,69	23.124,51	35.200,64	48.587,53
(-) 15% Participación de Trabajadores	71,20	1.837,45	3.468,68	5.280,10	7.288,13
(=) Utilidad antes de Impuestos	403,47	10.412,23	19.655,83	29.920,54	41.299,40
(-) 25% Impuesto a la Renta	100,87	2.603,06	4.913,96	7.480,14	10.324,85
(=) UTILIDAD NETA	\$ 302,60	\$ 7.809,18	\$ 14.741,88	\$ 22.440,41	\$ 30.974,55

Elaborado por: Las autoras

3.7 Tasa de descuento (TMAR)

“Es la tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.”⁴²

Para calcular la tasa de descuento existen los siguientes métodos:

3.8 MÉTODO CAPM (Capital Asset Pricing Model)

“Este enfoque tiene como fundamento central que la única fuente de riesgo que afecta la rentabilidad de las inversiones es el riesgo de mercado,

⁴² NASSIR Sapag Chain “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición

el cual es medido mediante beta, que relaciona el riesgo del proyecto con el riesgo de mercado.”⁴³. La ecuación de este método es la siguiente:



Donde:

ke: Rentabilidad que se ofrece a los accionistas (TMAR)

Rf: Tasa Libre de Riesgo (Bonos del Tesoro EEUU)

β_i : Beta de la industria

Rm: Tasa de Rentabilidad del mercado

(Rm-Rf): Prima de Riesgo de mercado

Rp: Riesgo País

Datos para calcular Ke

Cuadro No 3.46

Datos		Fecha
Rf	4.61% ⁴⁴	20/Abril/2011
β_i	1.34 ⁴⁵	Clearly Canadian Beverage (USA)
Rm	9% ⁴⁶	BCE
Rp (Ecuador)	7.80% ⁴⁷	22/Abril/2011

Elaborado por: Las autoras

⁴³ NASSIR Sapag Chain “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición

⁴⁴ www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp

⁴⁵ <http://www.reuters.com/finance/stocks/overview?symbol=BVIC.L>

⁴⁶ www.bce.fin.ec

⁴⁷ www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Reemplazando la fórmula anterior tenemos que la K_e es de 18.29%.

$$\frac{\text{[Empty Box]}}{\text{[Empty Box]}}$$

3.9 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)

El Costo Promedio de Capital pondera el costo de la deuda (k_d) después de impuestos con el costo de capital propio (k_e), su ecuación es la siguiente:

$$\frac{\text{---}}{\text{---}}$$

Donde:

k_o : Rentabilidad que espera la empresa (TMAR)

k_d : Costo de la deuda

D/A : Razón deuda

T: Impuestos

k_e : rentabilidad que se ofreció a los accionistas

P/A : Participación de patrimonio

Datos para calcular K_o

Cuadro No 3.47

Datos		
K_d	11% ⁴⁸	30/Abril/2011
D/A	45%	
K_e	18.29%	
P/A	55%	
(1-t)	75%	

Elaborado por: Las autoras

Reemplazando la fórmula anterior tenemos que el K_o es de 13.77%.

3.10 Flujo de Caja

“La proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella.”⁴⁹

Existen diferentes fines en la construcción de este flujo: uno para medir la rentabilidad del proyecto, otro para medir la rentabilidad de los recursos propios y un tercero para medir la capacidad de pago frente a los préstamos

⁴⁸ www.bce.fin.ec

⁴⁹ NASSIR Sapag Chain “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición

que ayudaron su financiación. En este proyecto se analizarán dos de estos flujos que son:

- ❖ Flujo de Caja del Proyecto
- ❖ Flujo de Caja del Inversionista

3.10.1 Flujo de Caja del Proyecto

Permite medir la rentabilidad de toda la inversión del proyecto que se va llevar a cabo.

3.10.2 Flujo de Caja del Inversionista

Permite medir la rentabilidad de los recursos propios, para lo cual se debe agregar el efecto del financiamiento para incorporar el apalancamiento de la deuda.

3.11 Valor Actual Neto (VAN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁵⁰

“El criterio del VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”⁵¹

⁵⁰ Gabriel Baca Urbina” Evaluación de Proyectos” 5º Edición

⁵¹ NASSIR Sapag Chain “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición

De acuerdo a los resultados obtenidos en los flujos de caja el VAN es positivo, dando como resultado en el Flujo de Caja del Proyecto un VAN de \$9.129,69 y en el Flujo de Caja del Inversionista obtuvimos un VAN de \$8.230,45

3.12 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta tasa evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Es decir que representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

La TIR del Flujo de Caja del Proyecto es de 20.35% y la del Flujo de Caja del Inversionista es de 16.68%, ambas tasas son superiores a la tasa de descuento, por lo que podemos interpretar que el negocio es rentable.

3.13 Valor de desecho

“El valor de desecho es el beneficio futuro que se puede obtener del proyecto. Existen tres métodos posibles de usar para calcular el valor remanente que tendrá la inversión en el horizonte de su evaluación, y aunque cada uno conduce a un resultado diferente, su inclusión aporta, en todos los casos, información valiosa para tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto. Dos de ellos valoran activos y el tercero la capacidad futura de generación de recursos”⁵². Estos son los siguientes:

⁵² NASSIR Sapag Chain “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5º Edición

Método Contable: Valor en libros de los activos

Este método calcula el valor de desecho como la suma de los valores contables(o valores libro) de los activos. El valor contable corresponde al valor que a esa fecha no se ha depreciado de un activo y se calcula, en los estudios de perfil y de prefactibilidad.

Método Comercial: Valor de Mercado Neto

Este método parte de la base de que los valores contables no reflejan el verdadero valor que podrían tener los activos al término de su vida útil. Por tal motivo, plantea que el valor de desecho de la empresa corresponderá a la suma de los valores comerciales que serían posibles de esperar, corrigiéndolos por su efecto tributario.

Método Económico: Valor actual de un flujo promedio perpetuo

Este método supone que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento en que se evalúa hacia adelante. Dicho de otra manera, puede estimarse el valor que un comprador cualquiera estaría dispuesto a pagar por el negocio en el momento de su valoración.

Según los métodos vistos anteriormente, se eligió el método económico, debido a que es el mejor para aplicar en este proyecto, y queremos saber cuánto valdrá después de cinco años.

Flujo de Caja del Proyecto

Cuadro No 3.48

Flujo de Caja del Proyecto						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 368.323,20	\$ 394.474,15	\$ 422.481,81	\$ 452.478,02	\$ 484.603,96
(-) Costo de Producción		245.013,98	257.264,68	270.127,91	283.634,31	297.816,02
(=) Utilidad Bruta		123.309,22	137.209,47	152.353,90	168.843,71	186.787,94
Gastos Administrativos		81.194,29	85.254,00	89.516,70	93.992,54	98.692,17
Gastos de Venta		10.914,00	11.459,70	12.032,69	12.634,32	13.266,04
Gastos de Exportación		9.290,16	9.754,67	10.242,40	10.754,52	11.292,25
Gastos de Mantenimiento		1.959,78	2.057,77	2.160,66	2.268,69	2.382,12
Gastos de Constitución		2.000,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
Total Gastos Operacionales		116.344,72	119.512,03	124.938,34	130.635,96	136.618,46
(=) Utilidad Operacional		6.964,50	17.697,44	27.415,56	38.207,75	50.169,47
(=) Utilidad antes de Part. Trab. e Impuestos		6.964,50	17.697,44	27.415,56	38.207,75	50.169,47
(-) 15% Participación de Trabajadores		1.044,68	2.654,62	4.112,33	5.731,16	7.525,42
(=) Utilidad antes de Impuestos		5.919,83	15.042,82	23.303,23	32.476,59	42.644,05
(-) 25% Impuesto a la Renta		1.479,96	3.760,71	5.825,81	8.119,15	10.661,01
(=) UTILIDAD NETA		4.439,87	11.282,12	17.477,42	24.357,44	31.983,04
(+) Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
(-) Inversión Inicial (Activos)	-108.573,83					
(-) Capital de Trabajo	-22.553,79					
(+) Valor Desecho						133.173,54
(=) Flujo Neto Efectivo	-131.127,62	15.425,76	22.268,01	28.463,31	35.343,33	176.142,47
Ke(TMAR)	18,29%					
TIR	20,35%					
VAN	\$ 9.129,69					

Elaborado por: Las autoras

Cuadro No 3.49
Flujo de Caja del Inversionista

	Flujo de Caja del Inversionista					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		368.323,20	394.474,15	422.481,81	452.478,02	484.603,96
(-) Costo de Producción		245.013,98	257.264,68	270.127,91	283.634,31	297.816,02
(=) Utilidad Bruta		123.309,22	137.209,47	152.353,90	168.843,71	186.787,94
Gastos Administrativos		81.194,29	85.254,00	89.516,70	93.992,54	98692,16696
Gastos de Venta		10.914,00	11.459,70	12.032,69	12.634,32	13266,03521
Gastos de Exportación		9.290,16	9.754,67	10.242,40	10.754,52	11.292,25
Gastos de Mantenimiento		1.959,78	2.057,77	2.160,66	2.268,69	2382,124839
Gastos de Constitución		2.000,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
Total Gastos Operacionales		116.344,72	119.512,03	124.938,34	130.635,96	136.618,46
(=) Utilidad Operacional		6.964,50	17.697,44	27.415,56	38.207,75	50.169,47
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
Total Gastos No Operacionales		6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
(=) Utilidad antes de Part. Trab. e Impuestos		474,67	12.249,69	23.124,51	35.200,64	48.587,53
(-) 15% Participación de Trabajadores		71,20	1.837,45	3.468,68	5.280,10	7.288,13
(=) Utilidad antes de Impuestos		403,47	10.412,23	19.655,83	29.920,54	41.299,40
(-) 25% Impuesto a la Renta		100,87	2.603,06	4.913,96	7.480,14	10.324,85
(=) UTILIDAD NETA		302,60	7.809,18	14.741,88	22.440,41	30.974,55
(+) Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
(-) Inversión Inicial	-108.573,83					
(-) Capital de Trabajo	-22.553,79					
(+) Préstamo	58.998,43					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-9.473,40	-10.515,47	-11.672,17	-12.956,11	-14.381,28
(+) Valor Desecho						68.876,53
(=) Flujo Neto Efectivo	-72.129,19	1.815,09	8.279,60	14.055,60	20.470,19	96.455,69
Ko(TMAR)		13,77%				
TIR		16,68%				
VAN		\$ 8.230,45				

Elaborado por: Las autoras

3.14 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producciones en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables. El punto de equilibrio se calcula de manera matemática, mediante la siguiente fórmula.

$$PxQ = CF + CV$$

Pero como los costos variables son un porcentaje constante de las ventas, entonces el punto de equilibrio se puede definir matemáticamente como:

$$\text{PE (Volumen de Ventas)} = \frac{\text{CF Totales}}{\text{CV Totales}} \times \text{Volumen Total ventas}$$

Previo a la determinación del punto de Equilibrio es necesario clasificar los costos en fijos y variables, a continuación se presentan sus valores y además de las ventas anuales proyectadas, que permiten obtener el porcentaje necesario de producción que se necesita para cubrir los costos.

Costos Fijos y Variables
Cuadro No 3.50

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	19.303,28	19.303,28	19.303,28	19.303,28	19.303,28
DEPRECIACIÓN	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
GASTOS ADMINISTRATIVOS	69.008,00	69.008,00	69.008,00	69.008,00	69.008,00
GASTOS DE VENTA	10.914,00	10.914,00	10.914,00	10.914,00	10.914,00
GASTOS DE EXPORTACIÓN	9.290,16	9.754,67	10.242,40	10.754,52	11.292,25
GASTOS FINANCIEROS	6.489,83	5.447,44	4.291,05	3.007,11	1.581,14
SUBTOTAL	125.991,16	125.413,28	124.744,62	123.972,80	123.084,56
COSTOS VARIABLES					
MANO DE OBRA DIRECTA	68.589,90	72.019,40	75.620,36	79.401,38	83.371,45
MATERIALES DIRECTOS	152.020,80	159.621,84	167.602,93	175.983,08	184.782,23
MATERIALES INDIRECTOS	5.100,00	5.355,00	5.622,75	5.903,89	6.199,08
SUBTOTAL	225.710,70	236.996,24	248.846,05	261.288,35	274.352,77
CF+CV	351.701,86	362.409,52	373.590,67	385.261,15	397.437,33

Elaborado por: Las autoras

Se utiliza la siguiente fórmula para el cálculo del punto de equilibrio:

$$\frac{\text{CF Totales}}{\text{Precio} - (\text{CV Totales} / Q)}$$

Mediante experimentaciones, se comprobó, que dicha expresión es equivalente a la fórmula comúnmente utilizada para el cálculo del punto de equilibrio:

$$PE (Q_0) = \frac{CF \text{ Totales}}{\text{Precio} - (CV \text{ Totales} / Q)}$$

**Punto De Equilibrio
Cuadro No 3.51**

Años	1	2	3	4	5
Unidades (Kg) Vendidas	211.680	222.264	233.377	245.046	257.298
Precio Unitario	1,74	1,77	1,81	1,85	1,88
Ingresos Totales	368.323,20	394.474,15	422.481,45	452.477,91	484.603,28
Costos Vari. Unitario	1,07	1,07	1,07	1,07	1,07
Costos Fijos	125.991,16	125.413,28	124.744,62	123.972,80	123.084,56
Cantidad de equilibrio	187.009	177.008	167.665	158.895	150.627
Valor monetario de Equilibrio	325.395,51	314.153,88	303.522,71	293.399,67	283.695,77

Elaborado por: Las Autoras

Es así, que se presenta en la siguiente tabla, los valores en Kg. que se deberá producir el concentrado de maracuyá, para alcanzar el punto de equilibrio.

**Cantidades para alcanzar el punto de equilibrio
Cuadro No 3.52**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONCENTRADO DE MARACUYÁ	187.009	177.008	167.665	158.895	150.627

Elaborado por: Las autoras

Para Obtener los valores en USD de los puntos de equilibrio del concentrado de maracuyá, se necesita multiplicar los datos anteriormente

encontrados, por el precio FOB por Kg correspondiente, como se muestra a continuación.

Valor Monetario de Equilibrio
Cuadro No 3.53

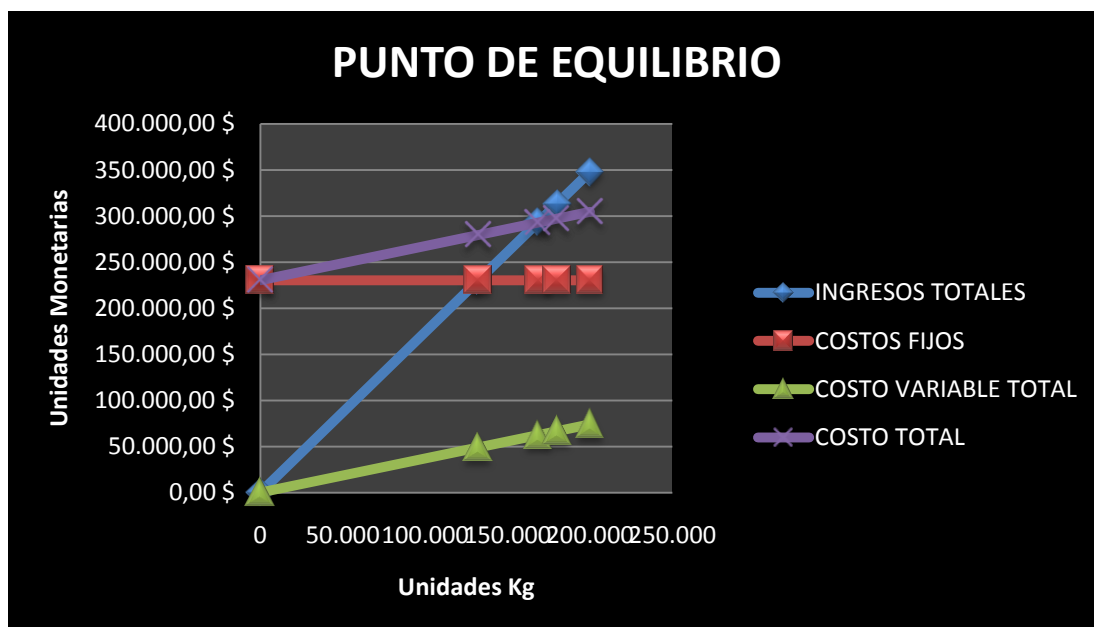
PUNTO DE EQUILIBRIO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONCENTRADO DE MARACUYÁ	325.395,51	314.153,88	303.522,71	293.399,67	283.695,77

Elaborado por: Las Autoras

Se comprueba entonces que se requiere de 187.009 de la producción neta total para cumplir con los costos fijos y variables. Este valor incluso, disminuye con el transcurso de la vida útil del proyecto, como consecuencia del aumento sostenido de nivel de ventas.

A continuación se presentan las proyecciones gráficas del Punto de Equilibrio del concentrado de maracuyá.

Punto de Equilibrio
Gráfico No 3.1



Elaborado por: Las Autoras

**Punto de Equilibrio
Cuadro No 3.54**

PRECIO DE VENTA	CANTIDADES (KG)	INGRESOS TOTALES	COSTOS FJOS	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
1,74	187.009	\$ 325.395,51	125.991,16	1,07	225.710,70	\$ 351.701,86
1,77	177.008	\$ 314.153,88	125.413,28	1,07	236.996,24	\$ 362.409,52
1,81	167.665	\$ 303.522,71	124.744,62	1,07	248.846,05	\$ 373.590,67
1,85	158.895	\$ 293.399,67	123.972,80	1,07	261.288,35	\$ 385.261,15
1,88	150.627	\$ 283.695,77	123.084,56	1,07	274.352,77	\$ 397.437,33

Elaborado por: Las Autoras

3.15 Período de recuperación (Payback)

Es el tiempo operacional que requiere el proyecto para recuperar el valor nominal del plan de inversiones inicial, reposiciones y ampliaciones previstas.

**Periodo de recuperación (Flujo del Proyecto)
Cuadro No 3.55**

PAYBACK(Flujo del Proyecto)				
PERIODO	SALDO ANTERIOR	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION INVERSION
1	131.127,62	15.425,76	23.983,24	-8.557,48
2	139.685,10	22.268,01	25.548,41	-3.280,40
3	142.965,50	28.463,31	26.148,39	2.314,92
4	108.574,83	35.343,33	19.858,34	15.484,99
5	93.089,84	176.142,47	17.026,13	159.116,34

Elaborado por: Las Autoras

Como podemos ver en el cuadro No 3.55 se realizó el Payback con el flujo de caja del proyecto, utilizando una TMAR de 18.29%, la recuperación de la inversión se la tendrá en el 3º año.

**Periodo de recuperación (Flujo del Inversionista)
Cuadro No 3.56**

PAYBACK(Flujo del Inversionista)				
PERIODO	SALDO ANTERIOR	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION INVERSION
1	72.129,19	1.815,09	9.932,19	-8.117,10
2	80.246,29	8.279,60	11.049,91	-2.770,31
3	83.016,60	14.055,60	11.431,39	2.624,21
4	108.574,83	20.470,19	14.950,75	5.519,44
5	103.055,39	96.455,69	14.190,73	82.264,96

Elaborado por: Las Autoras

Como podemos ver en el cuadro No 3.56 se realizó el Payback con el flujo de caja de inversionista, utilizando una TMAR de 13.77%, la recuperación del capital se la tendrá en el 3^o año.

3.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE

Flujo del Inversionista
Cuadro No 3.57

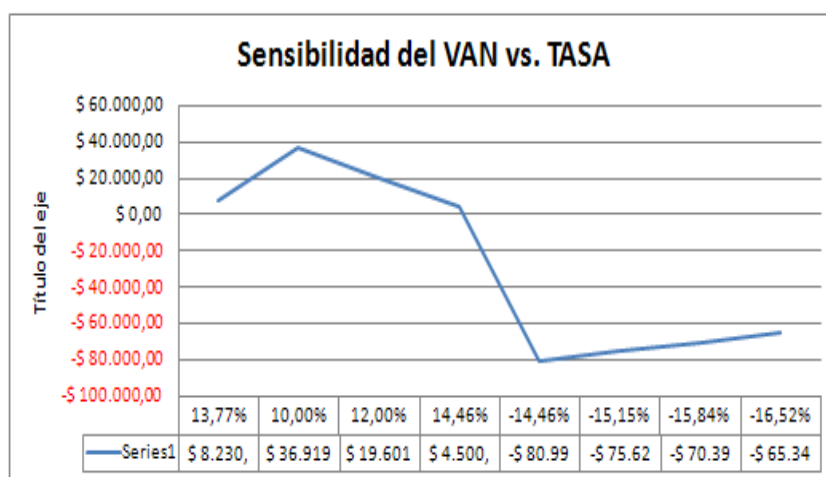
	Flujo de Caja del Inversionista					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		368.323,20	394.474,15	422.481,81	452.478,02	484.603,96
(-) Costo de Producción		245.013,98	257.264,68	270.127,91	283.634,31	297.816,02
(=) Utilidad Bruta		123.309,22	137.209,47	152.353,90	168.843,71	186.787,94
Gastos Administrativos		81.194,29	85.254,00	89.516,70	93.992,54	98.692,16
Gastos de Venta		10.914,00	11.459,70	12.032,69	12.634,32	13.266,03
Gastos de Exportación		9.290,16	9.754,67	10.242,40	10.754,52	11.292,25
Gastos de Mantenimiento		1.959,78	2.057,77	2.160,66	2.268,69	2.382,12
Gastos de Constitución		2.000,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
Total Gastos Operacionales		116.344,72	119.512,03	124.938,34	130.635,96	136.618,46
(=) Utilidad Operacional		6.964,50	17.697,44	27.415,56	38.207,75	50.169,47
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
Total Gastos No Operacionales		6.489,83	5.447,75	4.291,05	3.007,11	1.581,94
(=) Utilidad antes de Part. Trab. e Impuestos		474,67	12.249,69	23.124,51	35.200,64	48.587,53
(-) 15% Participación de Trabajadores		71,20	1.837,45	3.468,68	5.280,10	7.288,13
(=) Utilidad antes de Impuestos		403,47	10.412,23	19.655,83	29.920,54	41.299,40
(-) 25% Impuesto a la Renta		100,87	2.603,06	4.913,96	7.480,14	10.324,85
(=) UTILIDAD NETA		302,60	7.809,18	14.741,88	22.440,41	30.974,55
(+) Depreciación (de activos fijos)		10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89	10.985,89
(-) Inversión Inicial	-108.573,83					
(-) Capital de Trabajo	-22.553,79					
(+) Préstamo	58.998,43					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-9.473,40	-10.515,47	-11.672,17	-12.956,11	-14.381,28
(+) Valor Desecho						68.876,53
(=) Flujo Neto Efectivo	-72.129,19	1.815,09	8.279,60	14.055,60	20.470,19	96.455,69
Ko(TMAR)		13,77%				
TIR		16,68%				
VAN		\$ 8.230,45				

Sensibilidad VAN vs. TASA Gráfico No 3.2

Resumen de escenario								
	Valores actuales:	10%	12%	14,46%	-14,46%	-15,15%	-15,84%	-16,52%
Celdas cambiantes:								
SC\$30	13,77%	10,00%	12,00%	14,46%	-14,46%	-15,15%	-15,84%	-16,52%
Celdas de resultado:								
SC\$32	\$ 8.230,45	\$ 36.919,65	\$ 19.601,74	\$ 4.500,43	-\$ 80.998,35	-\$ 75.622,80	-\$ 70.393,73	-\$ 65.345,78

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Tasa	13,77%	10,00%	12,00%	14,46%	-14,46%	-15,15%	-15,84%	-16,52%
Van	\$ 8.230,45	\$ 36.919,65	\$ 19.601,74	\$ 4.500,43	-\$ 80.998,35	-\$ 75.622,80	-\$ 70.393,73	-\$ 65.345,78



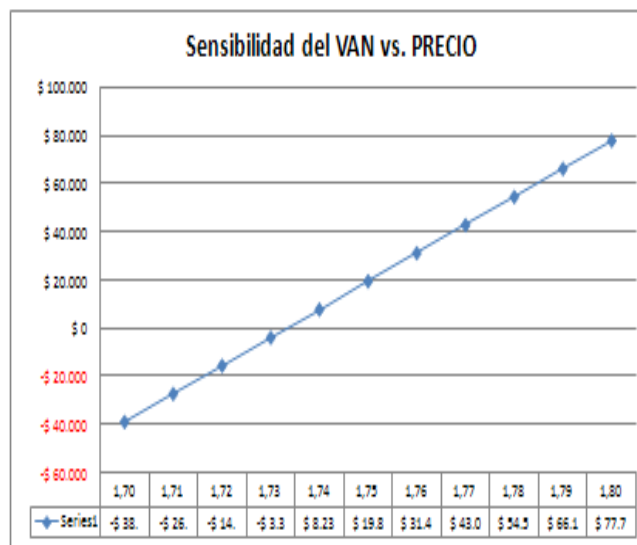
Se tomo como referencia el flujo de Caja del Inversionista, teniendo un VAN de \$8.230,45 y una TMAR de 13.77%, la cual si tiene una variación del 5% hace que el VAN disminuya a \$4.500,43, y si tiene una disminución del -5% la tasa sería de -14.46% teniendo como resultado un VAN - \$80.998,35, lo que representa el peor panorama en cuanto a las variaciones de la tasa.

Sensibilidad VAN vs. PRECIO
Gráfico No 3.3

Resumen de escenario												
Valores actuales:	1,7	1,71	1,72	1,73	1,74	1,75	1,76	1,77	1,78	1,79	1,8	
Celdas cambiantes:												
\$D\$35	1,74	1,70	1,71	1,72	1,73	1,74	1,75	1,76	1,77	1,78	1,79	1,80
Celdas de resultado:												
\$C\$32	\$ 8.230,45	-\$ 38.134	-\$ 26.542,67	-\$ 14.951,63	-\$ 3.360,59	\$ 8.230,45	\$ 19.821,50	\$ 31.412,54	\$ 43.003,58	\$ 54.594,62	\$ 66.185,66	\$ 77.776,70

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

PRECIO	1,74	1,70	1,71	1,72	1,73	1,74	1,75	1,76	1,77	1,78	1,79	1,80
VAN	\$ 8.230,45	-\$ 38.134	-\$ 26.542,67	-\$ 14.951,63	-\$ 3.360,59	\$ 8.230,45	\$ 19.821,50	\$ 31.412,54	\$ 43.003,58	\$ 54.594,62	\$ 66.185,66	\$ 77.776,70



Se tomo como referencia el flujo de Caja del Inversionista, teniendo un VAN de \$8.230,45 y un precio inicial de 1.74, se utilizó varios precios por debajo del inicial, lo que arrojó resultados de un VAN negativo, es decir que el producto es muy sensible en cuanto a las fluctuaciones de precios muy por debajo de su precio promedio, lo que representa el peor panorama en cuanto a las variaciones del precio.

CONCLUSIONES

- El Ecuador es uno de los mayores productores de concentrado de maracuyá en el mundo, lo que ha generado en la última década grandes ingresos económicos para el país. El estudio de mercado, demuestra que existen una tendencia creciente a través de los años marcadas en el consumo de jugos de frutas exóticas en Canadá: demanda por productos de conveniencia y mayor interés en comer saludablemente, lo cual es un indicador de la existencia de mercado por abastecer.
- Por otra parte, existe un gran potencial para la producción de frutas exóticas en amplias zonas de la costa ecuatoriana, especialmente del maracuyá que crece sosteniblemente. Si nosotros al ofrecer productos de calidad con valor agregado, por los cuales, los consumidores finales canadienses están dispuestos a pagar un precio mayor, permitiendo ubicar a la empresa en un escenario competitivo, tanto en precios, como en márgenes de utilidad atractivos para toda la cadena de distribución.
- El impacto social de la empresa es positivo ya que sus operaciones demanda contratar mano de obra y materia prima la misma que se obtendrá del mismo sector, así mismo se impulsará el desarrollo del sector mediante tecnología que conservará el medio ambiente, la salud de los trabajadores y de los consumidores del concentrado de maracuyá.
- Los lineamientos estratégicos, desarrollados en el estudio organizacional y legal, muestran el compromiso del proyecto, no sólo en la maximización de beneficios sino también incluye responsabilidad social para con los clientes, proveedores y la comunidad en general.

- En la provincia del Guayas, específicamente en la ciudad de Guayaquil, donde estará situada la empresa, goza de una ubicación geográfica y climatológica acorde para la recolección de maracuyá lo que nos facilita la obtención de materia prima durante todo el año.
- En lo referente al estudio de las exportaciones a Canadá, que han ido en aumento, demuestra que existen grandes oportunidades para realizar negocios internacionales entre empresas ecuatorianas agroexportadoras e importadores canadienses, gracias a los acuerdos y aranceles comerciales vigentes, siempre y cuando se cumpla con todos los procedimientos y estándares sanitarios, de etiquetado y embalaje que se exigen en las normativas internas de cada país.
- Además dado los diferentes usos que tiene el concentrado de maracuyá en la industria de alimentos y bebidas se puede expandir su mercado no solo a las empresas procesadoras de jugos sino también a las empresas fabricantes de dulces, néctares, jaleas, mermeladas. Cabe recalcar que el jugo concentrado de maracuyá puede ser industrializado para la elaboración de cremas, dulces cristalizados, helados, licores, confites y refrescos.
- Finalmente, el estudio de evaluación financiera demuestra que existe un retorno de la inversión del 16.68% superior a la tasa de retorno (TMAR) del 13.77%, permitiendo que la recuperación de la inversión inicial (\$58.998,43) sea en menos de un año, además que se obtiene un VAN positivo (\$8.230,45) lo que resulta sumamente atractivo para los socios.

Se concluye:

“Es factible comercial, técnica, organizacional y financieramente, realizar un proyecto de industrialización y exportación de jugo concentrado de maracuyá a Canadá por todos los argumentos antes descritos”.

RECOMENDACIONES

- Es necesario incentivar a los micro y pequeños productores de frutas no tradicionales de nuestro país, para que hagan de su actividad una acción más rentable, mediante la adecuada capacitación, a fin de lograr un alto nivel de organización y asociatividad, que permitan aumentar los volúmenes de producción año tras año y extiendan beneficios para todos, esto se puede lograr a través de la iniciativa y el apoyo gubernamental. Esto se debe lograr a través de la iniciativa privada y apoyo gubernamental, facilitando apoyo financiero, entregando capitales a bajos intereses y con facilidades de pagos.
- Se debe realizar investigaciones periódicas de mercado, a través de los agentes comerciales en el país de destino, a fin de obtener retroalimentación del comportamiento y aceptación de nuestros productos; las alianzas estratégicas a largo plazo con los canales es indispensable.
- En vista de que el mercado de concentrado de maracuyá es muy competitivo, se debe garantizar un producto de calidad al comprador sin recurrir en elevación de costos, además de obtener certificaciones de calidad reconocidas mundialmente, en el menor tiempo posible, ya que esto generará una imagen positiva de la empresa ante sus clientes.
- Además innovar en tecnología, mantener una adecuada capacitación del recurso humano y el uso de estrategias que minimicen las debilidades y amenazas, a fin de potencializar las fortalezas del negocio y aprovechar las oportunidades que puedan presentarse.

- A mediano plazo y dependiendo de la capitalización de la empresa y a la adecuada gestión de las utilidades, se deberá considerar la posibilidad de ampliar la cadena productiva, a través de integraciones hacia adelante y atrás; la primera mediante la creación de sucursales en el país de destino que permitan comercializar los productos sin intermediarios; y la segunda a través de la adquisición de tierras aptas para el cultivo de la maracuyá.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS/MANUALES, OTROS:

Baca Urbina Gabriel “Evaluación de Proyectos”. Cuarta Edición McGraw Hill

AGRIPAC S.A., Maracuyá (Passiflora edulis, forma flavicarpa), AGRIPAC S.A, 2009

FRUITROP, Passion fruit juice, a model of instability, CORPEI 2009

Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain, “Preparación y Evaluación de Proyectos” 5ta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

GUÍA COMERCIAL DE CANADÁ 2010, Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración

PERFIL AGROPECUARIO PROVINCIAL DEL ECUADOR 2008, INEC – Instituto Nacional De Estadística Y Censos

GUIA PARA EXPORTAR A CANADA 2008, Corpei

DANIELS Jhon D., RADEBAUGH Lee H.; “Negocios Internacionales”; Pearson Education; 8va Edición; México 2000

WEB SITES:

www.corpei.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorexporta.org

www.fedexport.com

www.mercadomundialdelmaracuya.org

www.agr.gc.ca

www.fruitlogistica.de

www.sica.gov.ec

www.trademap.org

www.wikipedia.org

www.tfocanada.ca

www.statcan.ca

CONSULTA A EXPERTOS:

Diego Ferrer, 086757697

Omar Mateo, Asistente Contable EXOFRUT S.A., 2737-044

Daniel Pesantes, Corpei, dpesante@corpei.org.ec

Pamela Alejandro, Corporación Financiera Nacional; palejandro@cfn.gov.ec

ANEXOS

ANEXO 1

Beneficios de maracuyá

Se aconseja también su consumo para las personas que siguen regímenes dietéticos bajos en calorías y por tener un gran aporte de fibra. Se consume en su estado natural o diluido en agua.

Nutrición:

Un fruto de maracuyá tiene un valor energético de 78 calorías, 2.4 gramos de hidratos de carbono, 5 mg de calcio, 17 mg de fósforo, 0.3 mg de hierro, 684 mg de vitamina A activada, 0.1 mg de vitamina B2 (Rivoflavina), 2.24 mg de Niacina y 20mg. de Vitamina C. Es comparable, en valor nutritivo y digestibilidad con el aceite de algodón.

ANEXO 2

Usos del maracuyá

Escoger los frutos más pesados con respecto a su tamaño; al madurar su piel se torna arrugada y es cuando está lista para consumirse. Si la piel del maracuyá se ve lisa, envuelva el fruto en papel de periódico y déjelo por unos días a temperatura ambiente. Una vez madura la fruta puede mantenerse en refrigeración para su mejor conservación. Para consumir, se acostumbra realizar un corte en la cáscara y luego abrir con los dedos, para retirar las semillas y el líquido agridulce.

El fruto de maracuyá se consume como fruta fresca o en jugo. Se utiliza para preparar refrescos, néctares, yogurts, mermeladas, licores, helados, pudines y enlatados. El jugo sin diluir es espeso y altamente concentrado y puede usarse como un aditivo excelente para otros jugos, o puede beberse si se le añade agua y azúcar.

El uso en repostería comprende la preparación de tortas y queques. También se emplea en confitería para mezclar con otros jugos cítricos como guayaba y piña entre otros.

ANEXO 3

Principales destinos de las exportaciones

Principales Exportadores Frutas Exóticas			
País	US \$ Millones		
	2005	2006	2007
España	84	103	123
Tailandia	90	102	109
Holanda	70	81	100
Hong Kong	34	43	57
Uzbekistan	32	67	44
EEUU	35	36	38
Francia	49	46	37
Azerbaijan	36	29	37
Colombia	31	31	36
Israel	23	26	35

Fuente: Trademap

Elaborado por: Las autoras

ANEXO 4

Certificado de Calidad




Fuente: Bureau Veritas

ANEXO 5

Documentos de Exportación

CERTIFICADO DE ORIGEN TIPO A

<p>1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)</p>		<p>Reference No A N° 475420</p> <p style="text-align: center;">GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</p> <p>Issued in <small>(country)</small></p> <p style="text-align: right;"><small>See notes overleaf</small></p>			
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)</p>		<p>4. For official use</p>			
<p>3. Means of transport and route (as far as known)</p>					
<p>5. Item number</p>	<p>6. Marks and numbers of packages</p>	<p>7. Number and kind of packages; description of goods</p>	<p>8. Origin criterion (see notes overleaf)</p>	<p>9. Gross weight or other quantity</p>	<p>10. Number and date of invoices</p>
<p>11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.</p> <div style="text-align: center;">  <p>MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y COMPETITIVIDAD REPUBLICA DEL ECUADOR</p> <p>HIC <i>Econ. Augusto H. Benavides Q.</i> PROFESIONAL</p> </div> <p>Place and date, signature and stamp of certifying authority</p>			<p>12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in ECUADOR and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the generalized system of preferences for goods exported to.....</p> <p style="text-align: right;"><i>(Handwritten signature)</i></p> <p>..... <small>(importing country)</small></p> <p>Place and date, signature of authorized signatory</p>		

ANEXO 6

Población de Canadá por ciudades

POBLACION DE CANADA AGRUPADA POR AÑO, PROVINCIA Y TERRITORIO					
(MILES DE PERSONAS)					
	2006	2007	2008	2009	2010
Canada	32,576.10	32,929.70	33,316.00	33,720.20	34,108.80
Ontario	12,665.30	12,792.90	12,932.30	13,064.90	13,210.70
Quebec	7,631.60	7,687.40	7,751.30	7,828.40	7,907.40
British Columbia	4,243.60	4,309.60	4,383.90	4,460.30	4,531.00
Alberta	3,421.30	3,512.70	3,591.40	3,670.70	3,720.90
Manitoba	1,184.00	1,193.60	1,205.50	1,219.60	1,235.40
Saskatchewan	992.1	1,000.30	1,013.80	1,029.10	1,045.60
Nova Scotia	938	935.8	936.7	939.1	942.5
New Brunswick	745.7	745.5	746.9	749.3	751.8
Newfoundland and Labrador	510.3	506.4	506.2	508.1	509.7
Prince Edward Island	137.9	138.2	139.5	141.1	142.3
Northwest Territories	43.2	43.5	43.7	43.7	43.8
Yukon	32.3	32.6	33.1	33.7	34.5
Nunavut	30.8	31.3	31.6	32.2	33.2

Fuente: Guía para exportar a Canadá 2010

ANEXO 7

Principales productos Exportados por Canadá

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR CANADA								
MILES USD								
Producto	Descripción	2005	2006	2007	2008	2009	TCP 2005-2009	Participación 2009
'270900	aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos.	24,789,084	33,454,082	39,019,836	63,663,072	37,619,288	11%	11.9%
'870324	vehículos automoviles transporte personas de cilindrada superior a 300	31,772,204	31,348,270	30,479,574	25,480,082	16,686,858	-14.9%	5.3%
'271121	gas natural, en estado gaseoso	29,679,502	24,510,536	26,165,502	30,751,420	14,063,618	-17%	4.5%
'999999	Materias no a otra parte especificadas	16,223,310	16,292,535	16,255,197	16,547,240	12,841,700	-5.7%	4.1%
'271019	Destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	4,987,560	5,740,121	6,888,339	10,616,825	6,481,238	6.8%	2.1%
'870323	vehículos automovil transporte personas de cilindrada superior a 1500	5,066,939	5,848,985	6,741,792	6,649,632	6,403,651	6%	2.0%
'440710	madera aserrada o desbastada longitudinalmente de coníferas.	8,203,270	7,740,692	6,608,261	4,813,269	3,308,302	-20.3%	1%
'710812	oro en bruto, excepto en polvo, para uso no monetario	3,358,051	4,721,361	5,464,853	7,661,424	7,316,318	21.5%	2.3%
'271011	Acobol de aviación	4,680,677	5,026,096	5,474,465	6,237,717	4,040,728	-3.6%	1.3%
'870431	los demas vehículos para el transporte de mercancías con motor de embo	7,952,888	6,811,711	7,591,692	2,353,699	683,806	-45.8%	0.2%
'880240	aviones y demas vehículos aéreos, de peso en vacío, superior a 15000 k	3,300,262	3,666,436	4,058,507	3,549,568	4,583,825	8.6%	1.5%
'300490	los demas medicamentos preparados	2,311,211	3,297,300	4,533,475	4,387,365	4,365,726	17.2%	1.4%
'480100	papel prensa en bobinas o en hojas	4,350,489	4,323,131	3,731,233	4,025,468	2,462,708	-13.3%	0.8%
'870899	las demas partes y accesorios de vehículos automoviles	5,546,968	5,337,618	3,731,722	2,693,128	1,561,499	-27.2%	0.5%
'270112	hulla bituminosa, incluso pulverizadas, sin aglomerar	2,652,028	2,818,454	2,710,632	5,728,666	4,322,249	13%	1.4%
TOTAL GENERAL		360,552,448	388,178,688	419,967,552	455,718,336	315,420,096	-3.3%	100%

Fuente: Trademap

Elaborado por: Las autoras

ANEXO 8

Principales Importaciones de Canadá

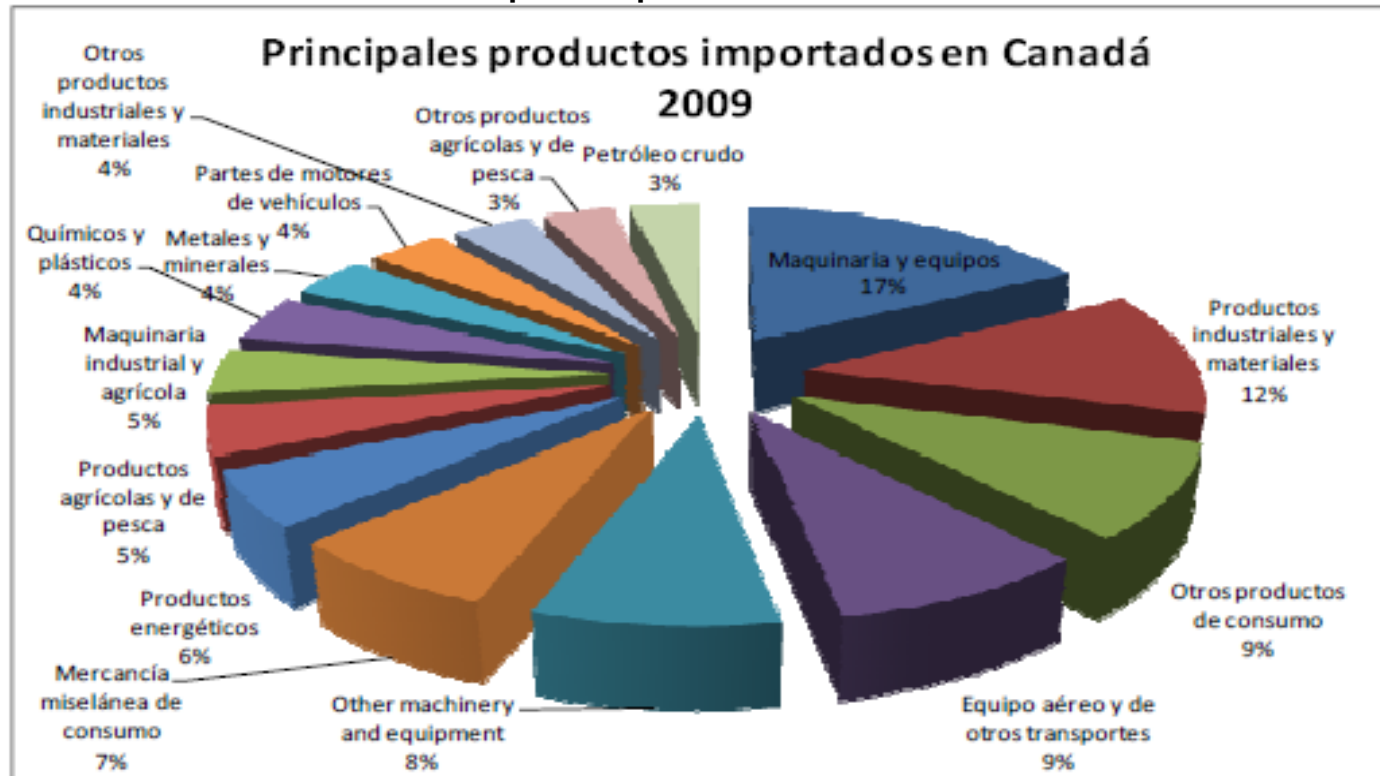
PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CANADA								
MILES USD								
Producto	Descripción	2005	2006	2007	2008	2009	TCP 2005-2009	Participación 2009
'270900	aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos.	18,090,860	20,609,292	22,538,780	31,984,324	18,674,886	0.8%	6%
'870323	vehículos automovil transporte personas de cilindrada superior a 1500	11,251,681	12,239,108	13,526,361	13,961,531	9,637,610	-3.8%	3%
'870324	vehículos automoviles transporte personas de cilindrada superior a 300	7,214,588	8,808,363	9,610,104	8,821,205	5,666,215	-5.9%	2%
'300490	los demas medicamentos preparados	5,173,493	6,239,992	6,662,462	6,748,413	7,193,575	8.6%	2%
'999999	Materias no a otra parte especificadas	4,692,723	5,389,694	6,605,451	7,428,247	5,286,081	3.0%	2%
'870829	las demas partes y accesorios de carroceria, incluidas las cabinas, ex	6,051,228	5,899,910	5,690,094	4,847,126	3,458,807	-13.0%	1%
'870431	los demas vehiculos para el transporte de mercancías con motor de embo	4,462,924	4,735,197	6,062,647	5,070,014	5,272,828	4.3%	2%
'840734	motores de embolo alternativo para automoviles, tractores y demas vehi	4,359,340	4,779,825	5,247,846	4,546,856	2,559,774	-12.5%	1%
'271019	Destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	2,651,809	3,023,590	3,628,181	5,676,457	3,015,641	3.3%	1%
'870899	las demas partes y accesorios de vehiculos automoviles	5,175,077	5,262,602	2,845,856	2,303,101	1,640,490	-25.0%	1%
'271011	Acohol de aviación	2,211,898	3,012,532	3,054,733	4,163,427	3,066,613	8.5%	1%
'271121	gas natural, en estado gaseoso	2,952,944	2,102,747	2,955,455	4,230,944	2,770,336	-1.6%	1%
'870840	cajas de cambio	2,881,802	2,933,829	3,460,527	2,987,951	2,138,038	-7.2%	1%
'710812	oro en bruto, excepto en polvo, para uso no monetario	1,734,204	2,228,291	2,736,805	3,548,693	3,954,767	22.9%	1%
'880330	las demas partes de aviones o de helicopteros	2,022,743	2,329,464	2,490,867	2,724,984	2,461,931	5.0%	1%
TOTAL GENERAL		314,444,416	350,257,152	380,619,040	408,740,448	321,051,712	0.5%	100%

Fuente: Trademap

Elaborado por: Las autoras

ANEXO 8B

Principales Importaciones de Canadá



Fuente: Trademap

Elaborado por: Las autoras

ANEXO 9

Certificado Fitosanitarios



REPÚBLICA DEL ECUADOR
SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA
CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
 Phytosanitary Certificate for Export



No. Pr **0909973**

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador		A: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization(s) of	
I. Descripción del envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter:</i>		2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee:</i>	
3. Lugar de origen / <i>Place of origin:</i>		4. Medios de transporte declarados / <i>Declared means of conveyance:</i>	
5. Punto de entrada declarado / <i>Declared point of entry:</i>		6. Marcas distintivas / <i>Distinguishing marks:</i>	
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages:</i>		8. Cantidad, unidades y nombre del producto <i>Quantity, units and name of product declared:</i>	
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants:</i>			
<p style="font-size: small;"> Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas. <i>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</i> </p>			
II. Declaración de conformidad / Declaration of Conformity ANULADO			
III. Tratamiento de desinfección y/o desinsectación / Disinfection and/or Disinsection Treatment			
10. Fecha / <i>Date</i>		11. Tratamiento / <i>Treatment</i>	
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i>		13. Duración y temperatura <i>Duration and temperature</i>	14. Concentración <i>Concentration</i>
15. Información adicional / <i>Additional information</i>		Nombre del funcionario autorizado / <i>Name of authorized officer</i>	
Lugar de expedición <i>Place of issue</i>		Firma / <i>Signature</i>	
Fecha / <i>Date</i>			

El SESA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.
 No financial liability with respect to this certificate shall attach to SESA or to any of its officers or representatives.

ANEXO 10

Empresas Canadienses de Frutas Exóticas

Market Concentration Summary - All Canada (2009)

Number of Importers	Value of Imports (\$CDN)	Cumulative % of Imports
3	12,665,555	17.39
6	21,860,650	30.02
10	29,838,660	40.98
15	36,403,018	50.00
20	40,818,233	56.06
25	44,708,805	61.40
59	58,602,630	80.48
All	72,813,043	100.00

Company Name (alphabetical order)	City	Province 2	Postal Code 2
INTERNATIONAL SUNTRADE GROUP INC	Toronto	Ontario	M4E 1R3
KRAFT CANADA DON MILLS	Toronto	Ontario	M3B 3L6
METRO ONTARIO INC.	Toronto	Ontario	M9B 1B9
THE MINUTE MAID COMPANY CANADA INC /LA COMPAGNIE	Toronto	Ontario	M2H 3S8
UNILEVER COSMETICS INTERNATIONAL (CANADA)	Toronto	Ontario	M4W 3R2
SOBEYS QUEBEC INC	Montréal-Nord	Quebec	H1G 3J5
VERONA IMPORTING LTD.	Montréal	Quebec	H1E 2Y8

Se considera las principales ciudades o ciudades comerciales de Canadá

ANEXO 11

Tarifas de transporte marítimo Ecuador-Canadá

COSTOS DE TRANSPORTE MARÍTIMO	
ECUADOR-CANADA	
CONTENEDOR	VALOR
FLETE REFRIGERADO TANQUE 40 PIES	USD 4,500 x cont.
FLETE IC 40 PIES	USD 3,567 x cont.
FLETE IC 20 PIES	USD 2,719 x cont.
RECARGOS	
HANDLING PORT CONTAINER IC 20 P	USD 125 x cont.
HANDLING PORT CONTAINER IC 40 P	USD 125 x cont.
HANDLING PORT REFRIGERATOS CONT. TANK 40 FT	USD 125 x cont.
DOCUMENTACION	USD 55
HANDLING LOCAL	USD 55 x cont.
PROCESAMIENTO	USD 50
INGRESO AL SICE	USD 35
SEAL	USD 10 x cont.

ANEXO 12

Promoción y Publicidad

Herramientas de Promoción	
Canal de Promoción	Importancia
Internet (Página Web)	<ul style="list-style-type: none">• El mayor medio de difusión a nivel mundial.• Es una ventana para conocer cliente y concretar negocios• Proporciona información de la empresa y sus productos.• Permite comunicación en tiempo real para atender pedidos o asesoría
Ferias y Exhibiciones	<ul style="list-style-type: none">• Permite dar a conocer in situ a la empresa con clientes reales.• Permite realizar degustaciones y presentaciones en vivo, de nuevos productos o sabores• Se puede recolectar bases de datos de importadores interesados.
Publicidad Impresa y Muestras Gratis	<ul style="list-style-type: none">• Básicamente como soporte para el importador o broker para dar a conocer el producto.• Genera una imagen positiva en el distribuidor

ANEXO 13
Cotizaciones Equipo



Fabricación de mobiliario de peluquería, spa y cosmetología, oficina, hospitales, restaurantes, bares, escolar, hogar e interiores

Fecha: Guayaquil martes, 19 de abril de 2011

Señor(a): Rebecca Guerrero

C.I./Ruc.:

PROFORMA

Vendedor: *MARCO MENDIETA*

Telfs.:

No.	Cant.	Descripción	P. Unitario	Valor venta
1	2	Archivador Vertical con 3 gavetas	\$ 193,16	\$ 386,32
2	5	Sillones Anna	\$ 130,00	\$ 650,00
3	8	Sillas de espera grafiti	\$ 55,00	\$ 440,00
4	1	Sillon Palace	\$ 260,00	\$ 260,00
5	2	Sillones Euforia	\$ 330,00	\$ 660,00
6	1	Estanteria	\$ 265,00	\$ 265,00
7	1	Counter Zara	\$ 585,00	\$ 585,00
8	1	Escritorio Report 1.50 x 1.50	\$ 479,00	\$ 479,00
9	4	Escritorios Report 1.20 x 1.20	\$ 299,00	\$ 1.196,00
10	1	Mesa de Reunion 6 personas	\$ 198,00	\$ 198,00
11	1	Pizarra Volteable	\$ 185,00	\$ 185,00
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
			SUB TOTAL	\$ 5.304,32
			DSCT. 10%	\$ (530,43)
			IVA 12%	\$ 636,52
			TOTAL	\$ 5.410,41

ESTA PROFORMA ES VÁLIDA POR 7 DÍAS
PRESÉNTENOS UNA MEJOR OPCIÓN Y SE LA MEJORAMOS

Matriz: Francisco de P. Icaza 618 e/ Boyacá y Escobedo • Telfs.: (04) 2566990 - 093616829
Sucursal: Lorenzo de Garaycoa 1114 e/ Luque y Aguirre • Telfs.: (04) 2320600 - 098421028
www.megamobilier.com
Guayaquil- Ecuador

PROVELab Cía Ltda.

Proveedora de Laboratorios Analíticos

Dirección: José María Guerrero N69-135 e Ignacio de Loyola, . Telefax: 2491580; 2499699

Cel. 09 6027867. Quito

Fecha: 19 de abril del 2011

Cliente : Panasa

Condiciones de venta: 30 días

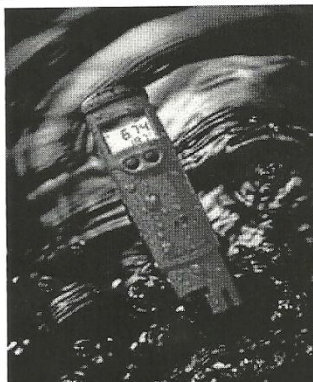
Validez de la oferta: 15 días

Cotización: PR011-654

Observaciones.

ítem	codigo	descripcion	cantidad	precio unitario	precio total	entrega
		balanza de precision, digital, capacidad: 3.000g, precision: +/- 0,1g, marca shimadzu (Japon), tamaño plato 17 x 13 cm, programa de pesaje en varias unidades: g, onza, libra, ; contaje de piezas, entre otros. Conexión eléctrica. 110V/ 60Hz.	1	655.00	655.00	inmediato salvo venta
		Medidor de pH portátil, digital, marca Hanna, para determinación de pH y temperatura, con electrodo integrado.	1	143.00	143.00	inmediato salvo venta
		Refractómetro digital, 58 a 92 °Brix, portátil	1	163.00	163.00	inmediato salvo venta
		Subtotal			961.00	
		IVA 12%			115.32	
		Total			1076.32	

Firma autorizada
Janeth Larrea
Provelab Cía Ltda



medidor pH



balanza

ANEXO 14

Tabla de Amortización

Periodo	Pago	Interés	Capital	Saldo
0	0,00	0,00	0,00	58.998,43
1	1.267,57	515,33	752,24	58.246,19
2	1.267,57	508,76	758,81	57.487,38
3	1.267,57	502,13	765,44	56.721,94
4	1.267,57	495,44	772,12	55.949,82
5	1.267,57	488,70	778,87	55.170,95
6	1.267,57	481,90	785,67	54.385,28
7	1.267,57	475,03	792,53	53.592,75
8	1.267,57	468,11	799,46	52.793,30
9	1.267,57	461,13	806,44	51.986,86
10	1.267,57	454,08	813,48	51.173,38
11	1.267,57	446,98	820,59	50.352,79
12	1.267,57	439,81	827,75	49.525,03
13	1.267,57	432,58	834,99	48.690,05
14	1.267,57	425,29	842,28	47.847,77
15	1.267,57	417,93	849,64	46.998,13
16	1.267,57	410,51	857,06	46.141,08
17	1.267,57	403,02	864,54	45.276,54
18	1.267,57	395,47	872,09	44.404,44
19	1.267,57	387,85	879,71	43.524,73
20	1.267,57	380,17	887,40	42.637,33
21	1.267,57	372,42	895,15	41.742,19
22	1.267,57	364,60	902,97	40.839,22
23	1.267,57	356,71	910,85	39.928,37
24	1.267,57	348,76	918,81	39.009,56
25	1.267,57	340,73	926,83	38.082,73
26	1.267,57	332,64	934,93	37.147,80
27	1.267,57	324,47	943,10	36.204,71
28	1.267,57	316,23	951,33	35.253,37
29	1.267,57	307,92	959,64	34.293,73
30	1.267,57	299,54	968,02	33.325,71
31	1.267,57	291,09	976,48	32.349,23

32	1.267,57	282,56	985,01	31.364,22
33	1.267,57	273,95	993,61	30.370,61
34	1.267,57	265,27	1.002,29	29.368,31
35	1.267,57	256,52	1.011,05	28.357,27
36	1.267,57	247,69	1.019,88	27.337,39
37	1.267,57	238,78	1.028,79	26.308,61
38	1.267,57	229,79	1.037,77	25.270,84
39	1.267,57	220,73	1.046,84	24.224,00
40	1.267,57	211,59	1.055,98	23.168,02
41	1.267,57	202,36	1.065,20	22.102,82
42	1.267,57	193,06	1.074,51	21.028,31
43	1.267,57	183,67	1.083,89	19.944,42
44	1.267,57	174,21	1.093,36	18.851,06
45	1.267,57	164,66	1.102,91	17.748,15
46	1.267,57	155,02	1.112,54	16.635,61
47	1.267,57	145,31	1.122,26	15.513,35
48	1.267,57	135,50	1.132,06	14.381,28
49	1.267,57	125,61	1.141,95	13.239,33
50	1.267,57	115,64	1.151,93	12.087,40
51	1.267,57	105,58	1.161,99	10.925,42
52	1.267,57	95,43	1.172,14	9.753,28
53	1.267,57	85,19	1.182,38	8.570,91
54	1.267,57	74,86	1.192,70	7.378,20
55	1.267,57	64,45	1.203,12	6.175,08
56	1.267,57	53,94	1.213,63	4.961,45
57	1.267,57	43,34	1.224,23	3.737,22
58	1.267,57	32,64	1.234,92	2.502,30
59	1.267,57	21,86	1.245,71	1.256,59
60	1.267,57	10,98	1.256,59	0,00

ANEXO 14B

Manual de Crédito

SOLICITUD DE CRÉDITO- PERSONA JURÍDICA RPCP-24B						
Lugar y Fecha:						
DATOS DEL DEUDOR						
Razón social/nombre de la empresa						
Ruc	Fecha de constitución		Nacionalidad	Estructura (anónima, Ltda.)		
Actividad del negocio:			Años en la actividad:			
Activos USD:		Pasivos USD:		N° de clientes:		N° de proveedores:
Tipo de Proyecto:		Inversión total USD		Ventas USD		Ventas
En marcha	Nuevo			Año anterior	Proyectadas	% mercado local / %mercado externo
Numero de empleados		Compras		Ventas		
Fijos:	Temporales:	% a contado	% a crédito	% a contado	% a crédito	
Lugar de desarrollo de actividad						
Propio			Arrendado			
Dirección administrativa (Provincia, cantón, parroquia, calles, números)						
Teléfono 1:		Teléfono 2:		Celular:	Email	
Dirección Planta (Provincia, cantón, parroquia, calles, números)						
Teléfono 1:		Teléfono 2:		Celular:	Email	
REPRESENTANTE LEGAL						
Apellidos y Nombres						
CC:		Pasaporte:		Nacionalidad:	Fecha de Nacimiento:	
Sexo	Estado Civil			Formación académica	Profesión	
F	M	Soltero	Casado	Divorciado	Viudo	Unión Libre
				Cargo:		
Antigüedad:						
Dirección domicilio (provincia, cantón, parroquia, calles):						
Telf. 1:			Telf. 2:		Celular:	
Trabajo anterior:		Cargo:		Antigüedad	Actividad:	Teléfono
DATOS DEL CREDITO						
PRODUCTO	DESTINO	DESCRIPCION		MONTO USD	PLAZO DIAS	PERIODO DE GRACIA
Activo Fijo						
Capital de trabajo						
Capital de trabajo revolvente						
Forma De Pago						
Mensual		Trimestral		Semestral		Al vencer
Fuente De Repago:						
DATOS DE LA GARANTIA						
Tipo de garantía	Valor referencial	Descripción		Ubicación		Asegurada
						SI / NO
Prenda						
Hipoteca						
Aval						
Otra						
DATOS DE ADMINISTRADORES						
Cargo/Administradores	Nombres		C.C.	Experiencia años	Nacionalidad	Edad
Presidente						
Gerente General						
Representante Legal						

DATOS ACCIONISTAS				
Accionistas o socios	% de participación	Monto	Nacionalidad	CC/RUC/Pasaporte

REFERENCIAS BANCARIAS						
Banco	N° de cuenta	Tipo de Cuenta	Moneda	Fecha apertura	N° de cifras	Tipo de Cifras

TARJETAS DE CREDITO			
Banco	Emisor	N° de Tarjeta	Vigencia

REFERENCIAS COMERCIALES					
Nombre/referencia	Cliente	Proveedor	Artículo	Año de compra/venta	Teléfonos:

PROPIEDADES					
Tipo	Dirección	Avaluó referencial	Metros cuadrados	Hipotecado	
				SI	NO
Vehículos/ maquinarias/ equipos	Marca	Tipo	Año	Prendado	
				SI	NO

Autorización para la verificación de datos

Autorizo a la CFN para que de forma expresa e irrevocable, obtenga de cualquier fuente de información y en cualquier momento, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, al comportamiento de mis obligaciones y en general cualquier información relevante para conocer mi desempeño, capacidad de pago o para valorar el riesgo futuro de concederme crédito.

Certifico que la información arriba indicada es correcta y verdadera, entiendo que esta información será leída/revisada por las autoridades, quienes la podrán considerar para todos los efectos legales. Igualmente ratifico y declaro que los fondos entregados y recibidos de la institución tienen un origen y destino lícito, permitidos por las leyes de la República del Ecuador. Autorizo expresamente a la Corporación Financiera Nacional a realizar el análisis que considere pertinente e informar a las autoridades competentes en caso de investigación y/o determinación de transacciones inusuales e injustificadas.

Declaramos bajo juramento que no se mantiene vínculos por gestión y/o administración con la CFN, de conformidad con lo dispuesto en los artículos No 72, 73 y 74 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

NOTAS:

- Se dará por aceptada la solicitud una vez que se haya completado la entrega de información requerida.
- Las políticas de crédito aprobadas por el Directorio de la CFN, se aplicará a todas las solicitudes de financiamiento admitidas para análisis con la información a partir de la fecha de aprobación de dichas políticas.

Firma representante legal

 Nombres y apellidos
 C.I: _____

REQUISITOS PARA PERSONAS JURIDICAS

	DOCUMENTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Solicitud de Pre-Análisis			
2	Solicitud de crédito			
3	Copia RUC (actualizado)			
4	Copia cédula ciudadanía y papeleta votación de representantes legales, accionistas y cónyuges (a color)			
5	Certificado de cumplimiento de obligaciones para con el IESS. Certificado del SRI de estar en lista Blanca			
6	Pago Impuesto a la Renta 2 últimos años (de ser el caso)			
7	Declaración IVA último año (de ser el caso)			
8	Estatutos de la empresa actualizados (escrituras de constitución, reformas de estatutos)			
9	Nombramientos vigentes de el (los) representante (s) de la empresa			
10	Atribuciones y facultades de los directivos y otros funcionarios de ser el caso			
11	Acta de autorización necesaria para la contratación del crédito, según los estatutos (junta general, directorio) y suscripción de gravámenes de los balances de la compañía estableciendo el monto a contratar y garantías			
12	Certificados de cumplimiento de obligaciones con la Superintendencia de Compañías			
13	Certificados de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas			
14	Otros documentos relacionados con la actividad pasada, presente y futura del deudor (solicitados por la CFN) (de ser el caso)			
15	Registro de patentes y pago de regalías, si es del caso			NO APLICA
16	Experiencia de los principales ejecutivos y administradores (hoja de vida)			
17	Declaración juramentada: elevada a escritura pública, Pertenencia a un grupo económico			
18	Listado de ejecutivos principales y accionistas (en caso de que los accionistas sean personas jurídicas, incluir el nombre de sus accionistas)			
19	Información básica del negocio			Montos menores de \$300.000
20	Dispositivo magnético			Montos mayores de \$300.000
21	Contenido del proyecto (impreso y grabado en medio magnético)			Montos mayores de \$300.000
22	Carta donde se detalle: Plan de Inversión del proyecto. Flujo de caja (proyectado al tiempo que pide el crédito)			Montos menores de \$300.000
23	Proforma de equipos, maquinarias y materia prima contempladas en el plan de inversiones.			
24	Modelo de evaluación financiera o plantillas (según el caso) de la CFN (grabado en medio magnético)			Montos mayores de \$300.000
25	Balance de situación, estado de pérdidas y ganancias, (2 últimos años de operación) Cía. que posean más de un millón de dólares en activos totales, presentarán balances auditados.			
26	Estado de Situación Personal (Accionista que supere el 51%)			
27	Documento ambiental expedido por el Ministerio de Ambiente, o municipio o autoridad competente (de ser el caso)			
28	Título de propiedad (copias de escrituras) debidamente inscrito del inmueble a hipotecar, en caso de hipoteca de un bien de una tercera persona, adjuntar carta de autorización suscrita por los propietarios			
29	Certificado de gravámenes del bien (con historial de 15 años si es inmueble)			

30	En el caso de inmuebles, comprobante de pago de impuestos municipales del bien a hipotecar (del año en curso)			
31	Certificado de afectación del bien a hipotecar otorgado por el INDA (si esta en el área rural)			
32	Copia de las escrituras del bien inmueble donde se desarrollará el proyecto (de ser el caso)			
33	Certificado de gravámenes original del Registro Mercantil (en caso de prendas)			
34	Títulos de propiedad de los bienes a ser prendados (facturas, contratos)			
35	Certificado de gravámenes de la Jefatura o Comisión de Tránsito (en caso de vehículos)			
36	Copia de matrícula de vehículo del bien a preñar (de ser el caso)			
37	Avalúo actualizado del bien, realizado por un evaluador calificado por la SBS (solicitado por la CFN posterior)			
38	En el caso de barcos: Permiso actualizado de tráfico de navegación de la Marina Mercante. Patente actualizada de la Nave. Certificado actualizado de Arqueo. Certificado actualizado de seguridad y prevención de la contaminación emitido por la Dirección Nacional de Espacios Acuáticos. Certificado actualizado de propiedad y gravamen emitido por la Capitanía Certificado actualizado del Registro Mercantil			
39	Propuesta de garantías (carta detalle de garantías propuestas por el cliente).			
40	Declaración juramentada: elevada a escritura pública DECLARACION JURAMENTADA.- El señor....., en su calidad de de la compañía declara libre y voluntariamente, bajo la gravedad y solemnidad del juramento, y conociendo las penas que castigan el perjuicio, lo siguiente: a) Que ningún accionista de la compañía se encuentra vinculado por propiedad y por gestión, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo grado de afinidad con funcionario, o directivo alguno de la Corporación Financiera Nacional, es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.			
41	Referencias originales y actualizadas: * Laboral / Negocio * Comercial: Proveedor (2) ; Cliente (2) * Bancaria * Financiera * Personal (3): No. C.I., teléfono y dirección			
PARA TRANSPORTE TERRESTRE				
1	Transporte de carga (permiso de operación)			
PARA OBRAS DE CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA				
1	Presupuesto de obra, planos arquitectónicos en caso de obras civiles, si la construcción es en el área urbana adjuntar permisos aprobados por la autoridad competente (de ser el caso). Si se trata de <u>construcción de hoteles y restaurantes</u> adjuntar los permisos turísticos y sanitarios respectivos			MODELO CFN
2	Permiso de construcción			
3	Proyecto de construcción (más de US\$100,000.00 modelo CFN)			
PARA PRESTAMOS PECUARIOS				
1	Factura pro-forma que indique raza, edad y peso del ganado a adquirir. (En consecuencia el ganado a adquirir no podrá comprarse en cualquier mercado, sino a través de hacendados calificados que se dediquen a dicha actividad).			
2	Certificado de registro de marca conferido por la FEDEGAN y/o AGSO y/o CONEFA			
3	Registro de manejo sanitario, para proyectos en marcha			
4	Registro de existencia / inventario, para proyectos en marcha			
5	Registro de ingresos y egresos de animales, para proyectos en marcha			