

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**Tema: “La producción de Canola en la Provincia del Carchi y la
demanda en el mercado Francés”**

**Tesis de grado previa la obtención del título de
Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional**

AUTORA: Jessica Gabriela Soto Vivas

ASESORA: Dra. Milena Gutiérrez

**TULCÁN - ECUADOR
AÑO: 2014**

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Jessica Gabriela Soto Vivas con el número de cédula 040163736-8 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“La producción de Canola en la Provincia del Carchi y la demanda en el mercado Francés”**.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Dra. Milena Gutiérrez

Tulcán, 10 de febrero de 2014

AUTORÍA DE TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Jessica Gabriela Soto Vivas con cédula de identidad número 040163736-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Jessica Gabriela Soto Vivas

Tulcán, 10 de Febrero de 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Jessica Gabriela Soto Vivas, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 10 de febrero de 2014

Jessica Gabriela Soto Vivas

CI: 040163736-8

AGRADECIMIENTO

“Agradece a la llama su luz, pero no olvides el pie del candil que paciente la sostiene”.
Rabindranath Tagore

Gracias Dios por la vida, y por permitirme caminar siempre de tu mano, gracias a mi familia por el apoyo, comprensión y paciencia, a mis maestros por la mística en la noble tarea de formar profesionales, a mis compañeros de aula, por compartir sus experiencias y caminar juntos en este trayecto de mi vida.

DEDICATORIA

“Olvida que has dado para recordar lo recibido”

Mariano Aguiló

Por el amor y la entrega a ayudarme a lograr mis propósitos y sueños, este mi trabajo está dedicado a ustedes, Israel; motor de mi vida, Emilio mi compañero en la vida mi gran elección, a Mauricio y Narciza mis padres, ejemplo de trabajo, lucha y perseverancia, a mis hermanas para ustedes y por ustedes el reflejo de mi esfuerzo y sacrificio, a mi abuelita Erminda, la personificación del amor y la entrega incondicional, porque sin su aporte esta meta no la hubiera logrado y por último a todos quienes creyeron en mí.

ÍNDICE GENERAL

	Página
CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	xii
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3. DELIMITACIÓN.....	17
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	17
1.5. OBJETIVOS.....	18
1.5.1 Objetivo General.....	18
1.5.2 Objetivos Específicos.....	19
CAPITULO II	20
2. MARCO TEÓRICO	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	20
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	20
1.1.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	
1.1.2 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.....	21
2.3.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	21
2.3.2 METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.3.3 VOCABULARIO TÉCNICO.....	23
2.4. IDEA A DEFENDER. (Investigación cualitativa)	23
2.5. VARIABLES.....	23
CAPÍTULO III	24

3.2.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.3.1 Población.....	24
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	- 25 -
3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 26 -
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 26 -
3.8.1. ANÁLISIS PAÍS DE DESTINO FRANCIA.....	- 32 -
3.8.2. ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO.....	- 42 -
3.8.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR.....	- 48 -
3.8.4. ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO.....	- 52 -
3.8.5. PORTER.....	- 53 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
4.1. CONCLUSIONES.....	57
4.2. RECOMENDACIONES	59
5. PROPUESTA.....	60
5.1. TÍTULO	60
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	60
5.3. JUSTIFICACIÓN	61
5.4. OBJETIVOS	62
5.4.1. Objetivo General.....	62
5.4.2. Objetivos Específicos	62
5.5. FUNDAMENTACIÓN	62
5.5.1. Proyecto de Inversión	62
5.5.2. Factibilidad.....	63
5.6. ESTUDIO TÉCNICO	63

5.6.1.	Tamaño de la Empresa	63
5.6.1.1.	Producción de Canola en la Provincia del Carchi.....	64
5.6.2.	Localización de la Empresa	65
5.6.2.1.	Macro Localización.....	65
5.6.2.2.	Micro Localización.....	65
5.6.3.	Flujograma de procesos	66
5.6.4.	Distribución de la Planta	66
5.6.4.1.	Transporte Interno.....	67
5.6.4.2.	Gastos de Exportación	67
5.6.4.3.	Gastos Administrativos.....	68
5.6.4.4.	Término de Negociación.....	68
5.6.4.5.	Forma de Pago.....	69
5.6.5.	Requerimiento de Activos.....	69
5.6.6.	Organización de la empresa	70
5.6.6.1.	Funciones de los representantes de la Asociación de Agricultores de canola	70
5.7.	ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	73
5.7.1.	Inversión Inicial	73
5.7.2.	Proyección de Costos y Gastos.....	75
5.7.3.	Estados Financieros	77
5.7.4.	Flujos de Efectivo, VAN, TIR	79
5.7.5.	Punto de Equilibrio.....	80
5.8.	CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA	80
6.	BIBLIOGRAFIA	82
7.	ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido

TABLA N° 1	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 2	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 3	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 4	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 5	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 6	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 7	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 8	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 9	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 10	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 11	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 12	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 13	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°14	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 15	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 16	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 17	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 18	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 19	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 20	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 21	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 22	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 23	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 24	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 25	¡Error! Marcador no definido.

TABLA NO. 26.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 27.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 28.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 29.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 30.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 31.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 32.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 33.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 34.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 35.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 36.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 37.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 38.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 39.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 40.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 42.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 43.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA NO. 44.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	- 26 -
GRÁFICO N° 2	- 27 -
GRÁFICO N° 3	- 28 -
GRÁFICO N°4	- 29 -
GRÁFICO N° 5	- 29 -
GRÁFICO N° 6	- 30 -
GRÁFICO N° 7	- 31 -
GRÁFICO N° 8	- 36 -
GRÁFICO N° 9	- 38 -
GRÁFICO N° 10	- 39 -
GRÁFICO N° 11	- 39 -
GRÁFICO N° 12	- 41 -
GRÁFICO N° 13	- 45 -
GRÁFICO N° 14	- 47 -
Gráfico N° 15.....	- 48 -
Gráfico N° 16.....	- 50 -
GRÁFICO N° 18	66
Gráfico No. 19	66
Gráfico No. 20	70

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo consiste en el desarrollo de un estudio de factibilidad de ingreso de la canola al mercado Francés. El objetivo central es entregar a los productores de canola en la Provincia del Carchi información relevante de posibles compradores en Francia y más específicamente las empresas de biocombustible en París.

Se pretende orientar las decisiones que los productores deben tomar en cuenta dentro del proceso exportador. Para lograr lo anteriormente descrito, se recopiló información tanto a nivel primario como secundario. Es importante señalar que los datos primarios fueron recogidos directamente de los productores, a través de la encuesta.

El trabajo consta de siete capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que reportaran al estudio. En el primer capítulo se exhibe por qué y para que de la investigación. El capítulo dos sirve de apoyo técnico para plantear la idea a defender.

El capítulo tres nos ayuda a identificar el mercado, los aspectos económicos, sociales, políticos y tecnológicos; tipologías de los consumidores, igualmente a identificar la oferta y demanda que prueba el ofrecimiento de comercializar.

El capítulo cuatro nos ayuda a identificar elementos claves que ayude para la toma de decisiones importantes, que facilite la aplicación del proyecto.

En el capítulo cinco se describe la propuesta aplicada a una empresa exportadora de Canola. Aquí se analiza su factibilidad ayudándonos a determinar los beneficios que pueden obtener si se ejecuta el presente proyecto.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad; Mercado francés; Canola; Biocombustibles.

ABSTRACT

This work is the development of a feasibility study of income of canola to the French market. The main objective is to deliver relevant information from potential buyers in France and more specifically Paris biofuel companies producers of canola in the Carchi province.

It is intended to guide decisions that producers should be taken into account within the export process. To achieve the above, will collect information both at primary and secondary level. It is important to point out that primary data were collected directly from the producers, through the survey.

The work consists of seven chapters that were studied different topics according to the importance of report to the study. In the first chapter, it will display and for that research. Chapter two which will provide technical support for the approach of the idea to defend.

Chapter three will help us to know the market, political, social, economic and technological aspects; characteristics of consumers, as well as the identification of supply and demand which justifies the proposition of selling.

Chapter four will help us identifying the key elements for making decision of putting up project.

Chapter five describes the proposal applied to an exporting company of Canola. Here its feasibility helping us determine the benefits that can be obtained is analyzed if you run this project.

Keywords: Feasibility Study, French Market, Canola; Biofuels.

TIKUY RURARISHKACUNA

Cunan shinashca trabajoca, shinashca desarrollangapaj estudiocunata ricungapaj, yaicuchigapaj canolata frances mercado cunaman ñucanchipaj minishtica, yachachingapaj munanchi rendidor cuna tian nishpa Francia llactapi, ashtahuangarin biocombustible fabricapi Paris llactupi.

Munanchi yachachingapaj imashata cachana productota shuc llactacunaman ñaja nishcata ricuchingapaj, tandachircanchi informacionda tapuchishpa productorcunata.

Cai trabajosa Constanti Canchis capitulopi, cada capitulopi shucta, shucta yachachin, primeropica imashpa y imapa yachachin.

Segundo capitulopica yachahin imasha jefendinata ñucanchipaj trabajota.

Tercer capitulopica yachachin ricungapaj mercadocunata alichu, imashata randidorcunata, y conveniente llucshinllu ñucanchiman.

Capitulo chuscuca Aidan ashtahuan minishtishca puntocunata aplicangapaj proyectota.

Pichaj capitulopica ricuchin propuesta aplicadacunata empresa exportadora de canolapi, Campi analizan aidanllu ñucanchipaj beneficiocunata aplicangapaj cunan nischa proyectota.

Ministishca shimicuna: yachajui factibilidadta; Frances mercadota; canolata, biocombustibleta.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación surgió como una idea la cual busca reducir los problemas de rentabilidad de los productores de Canola de la Provincia del Carchi, luego de haber analizado la situación actual y futura se puede determinar las necesidades de factores tecnológicos y económicos obligatorios para que se obtenga una producción de calidad, que provea la ampliación comercial hacia otros países, ya que así se mejorará los ingresos económicos y calidad de vida de los productores.

Este estudio se efectuó con el objetivo de establecer las posibles alianzas comerciales para la exportación de canola hacia Francia, indagando la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los consumidores; logística internacional, requisitos de acceso y estrategias de comercialización; determinando la factibilidad económica y beneficios sociales generados, que facilitara la acertada toma de decisiones.

Francia es un mercado atractivo para la canola ya que posee empresas de biocombustible que requieren este producto y que su demanda crece rápidamente, lo cual facilita los negocios en un medio seguro a largo plazo, su población muestra interés en los productos que no dañan el medio ambiente y que tiene mayor rendimiento que los productos tradicionalmente utilizados como la soya y la palma, con la calidad que se produce en la Provincia del Carchi, lo que ayuda a la realización del negocio.

Por lo tanto, se demuestra a través de la investigación que este proyecto es factible de realizar y que traerá beneficios tanto para las empresas de biocombustible en Francia como para los Productores de canola en la Provincia del Carchi, por ende para sus regiones y las relaciones comerciales entre estos dos países.

CAPÍTULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El cultivo de la canola es una actividad agrícola que en poco tiempo se ha convertido en una importante actividad socioeconómica para los agricultores de la Provincia del Carchi, particularmente porque los costos de producción son mínimos, debido al apoyo técnico que les otorga el Gobierno Provincial del Carchi y a la alternativa de sembrar un nuevo producto que no necesita mayores cuidados, que representa una opción para alternar cultivos y que el suelo no se desgaste.

La capacidad limitada para producir canola en la Provincia del Carchi depende mucho del desconocimiento de los posibles compradores y de la falta de estrategias de comercialización, por lo que no puede llegar a mercados más amplios como la Unión Europea, los productores no son conscientes de la gran demanda que tiene la canola en el mundo y sus preferencias, de manera que sitúen sus esfuerzos a analizar recursos y estrategias apropiadas para adentrarse a un mercado que proporcione mayores oportunidades tanto comerciales como económicas.

A través del proyecto se intenta determinar la demanda insatisfecha en Francia, y con esto implantar estrategias comerciales que faciliten la negociación y dirigir a los productores de la Provincia del Carchi a cambiar sus procesos productivos e incentivar a los dueños de tierras a cultivar canola para mejorar su economía. De acuerdo al (EurObserv'ER, 2012), "El biodiesel es el biocombustible de mayor implantación en Europa, con un porcentaje cercano al 80% del total de la producción siendo España el líder, seguido por Francia".

El consumo de biodiesel crece significativamente en todo el mundo, este se obtiene principalmente de plantas oleaginosas, tales como la colza, la soja o el girasol, siendo la colza o canola la que tiene mayor rendimiento y mejores resultados por lo que las fábricas del biodiesel la prefieren y la demandan. La canola tiene una demanda creciente que se debe aprovechar.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

“¿Cuál será la producción de Canola en la Provincia del Carchi que permita atender parte de la demanda en el mercado Francés?”

VARIABLE INDEPENDIENTE: demanda

VARIABLE DEPENDIENTE: producción

1.2. DELIMITACIÓN.

Para el progreso de la presente averiguación es inevitable tener en cuenta los siguientes datos:

TABLA N° 1

DELIMITACIÓN

Objeto de estudio:	Demanda
Sujeto de estudio:	Producción
Tiempo:	Agosto 2011-Julio 2013.
Área Geográfica:	Tulcán - Ecuador / Paris Francia
Grupo Objetivo:	Productores del Carchi (ofertantes) y Empresas de biocombustible Francia (demandantes).

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

1.4. JUSTIFICACIÓN.

En la provincia del Carchi están sembradas cien hectáreas de canola o nabo silvestre mejorado, del cual se extrae aceite. Actualmente agricultores de la provincia optaron por el cultivo alternativo. El Gobierno Provincial del Carchi está apoyando a los agricultores con asistencia técnica, fertilizantes y además el contacto con la empresa que comprará el producto (Andrade, 2011).

La implementación del presente trabajo traerá un aumento en las exportaciones, lo que es beneficioso para el Ecuador, ya que generarán divisas y mejorarán la calidad de vida de las personas que se dedican a la producción de canola.

Al no existir investigaciones que establezcan la demanda que hay en el mercado francés, es importante la realización del estudio del mercado, el cual, ayuda a determinar datos reales para la toma de decisiones, contribuyendo a que sea un negocio rentable, que logren mantener y mejorar las relaciones

comerciales entre el país productor que es Ecuador y el país demandante Francia.

Los impactos que generarán el desarrollo del proyecto son de tipo económico, social y ambiental. En el aspecto económico proveerá fuentes de empleo aumentando los niveles de ingresos de las personas y permitiendo una mejor calidad de vida. La exportación de la canola dará lugar al ingreso de divisas mejorando la Balanza Comercial del País lo cual resulta en un beneficio para todos los ecuatorianos.

Los impactos sociales que se forjarán con la implementación del proyecto es que se debilitará problemas que aquejan a la sociedad como el contrabando, la delincuencia, alcoholismo, desempleo, entre otros.

El impacto ambiental se da, porque la canola es un cultivo de fácil producción y no necesita de demasiados químicos que afectan al ambiente en general.

Los beneficiarios directos del presente proyecto son los productores de canola en la Provincia del Carchi ya que mejorarán sus ingresos y por ende su calidad de vida, así como también se benefician de manera indirecta los transportistas, comerciantes, operadores de comercio exterior y la ciudadanía en general.

El presente proyecto permite que el intercambio comercial entre los dos países se realice de una manera eficiente, en cuanto a los costos son bajos ya que el Gobierno Provincial del Carchi presta la ayuda técnica para el cultivo lo cual hace que los costos de producción se reduzcan.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Realizar un estudio para identificar la producción de canola existente en la Provincia del Carchi y atender parte de la demanda en el mercado francés.

1.5.2 Objetivos Específicos.

Fundamentar documentalmente la demanda de canola en el mercado francés y la producción en la Provincia del Carchi

Determinar la producción de canola en la Provincia del Carchi para atender parte de la demanda en el mercado francés.

Realizar un estudio de Factibilidad para comercializar la producción existente de canola en la Provincia del Carchi y atender parte de la demanda en el mercado francés.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Por ser un tema novedoso no se registran investigaciones, referentes a la exportación de Canola y no existen antecedentes investigativos de este problema planteado. Lo que hemos encontrado es el proyecto del Gobierno Provincial del Carchi sobre producción de canola en la Provincia que en resumen dice:

Existe el proyecto del Gobierno Autónomo descentralizado del Carchi que es quien brinda ayuda técnica para el manejo de los cultivos de Canola.

La actual situación nacional no permite a las comunidades de la provincia del Carchi auto gestionar su propio desarrollo y salidas para la pobreza adquiriendo una significación de gran impacto. La carencia de capital de trabajo, la pérdida del conocimiento tradicional productivo así como la falta de nuevas tecnologías agrícolas y pecuarias, junto al uso y manejo inadecuado del suelo y agua son las principales causas de los bajos niveles de rendimiento y productividad alcanzados por las comunidades involucradas, que a su vez resultan de técnicas precarias de producción y comercialización; consecuentemente los ingresos obtenidos no cubren los requerimientos básicos, por lo que la migración, por ejemplo es una alternativa que lejos de mejorar las condiciones de vida estropea la estructura familiar. A ello se suma el deterioro de las oportunidades de trabajo local y los efectos que provoca el denominado Plan Colombia.

En la Provincia del Carchi, se ha considerado a la agricultura como base de su economía, ya que gracias a la fertilidad de sus suelos es una región muy bien dotada para la siembra. La industria de grasas y aceites comestibles del país se sustenta en la producción extracción, refinamiento y comercialización de aceite de palma africana. (Carchi, 2009)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la presente investigación se debe tener en cuenta varios aspectos legales que ayudaran a que el proceso se realice apegado a la ley cumpliendo los requisitos y exigencias implantadas por los organismos y leyes nacionales e internacionales.

1. Por lo que en el marco legal se hará referencia a fragmentos de la ley que se creen son importantes para el desarrollo de la presente investigación.

TABLA N° 2
Fundamentación Legal

1.1.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	Art. 304.- Política comercial para desarrollar, dinamizar, regular, promover, fortalecer mercados. Art. 306.- Promover las exportaciones ambientales responsables con preferencias a las que generan empleo.
1.1.2 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR	Obj. 11, Art. 7.- Situaciones que se adapten al comercio interno e internacional. Obj. 1, Art. 11 lit. g.- Concebir nuevos incentivos a las exportaciones que se establezcan en el sector artesanal.
2.2.3. PLAN REGIONAL ZONA 1	Desarrollo de inversión para las Provincias de la zona 1 que son Carchi, Sucumbíos, Esmeraldas e Imbabura.
2.2.4 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)	Art. 4.- Fomentar la producción nacional y generar innovación Art. 19.- Derecho a la libertad de producción e importación. Art. 72.- Aprobar políticas que faciliten la exportación. Art. 93.- Fomentar las exportaciones Art. 154.- Salida definitivas de mercancías de libre circulación.

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para fundamentar filosóficamente el presente trabajo se consideró algunas teorías desde enfocadas en el comercio exterior como son:

TABLA N° 3
Teorías Clásicas del Comercio

TEORÍA	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
VENTAJA ABSOLUTA DE ADAM SMITH	<ul style="list-style-type: none"> • Relación entre comercio y crecimiento económico de un país • Libre comercio con el fin de incrementar la riqueza de los países • Exportación de bienes que es eficaz a importar en los que se obtiene desventaja. • En el comercio Internacional se benefician mutuamente los países por el consumo y por el ahorro de unidades de trabajo. 	<p>Se relaciona con la presente investigación en que si existe actividad económica el resultado va a ser un desarrollo económico y si se reducen o eliminan las barreras arancelarias habrá más comercio que beneficia a los dos países</p>
NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO DE DAVID RICARDO	<ul style="list-style-type: none"> • Se basa en las Economías de escala, por un comercio de intra industria con mayor producción. • Obtención de ganancias monopólicas • Las Ventajas de las Grandes empresas se mantiene sobre pequeñas • Costos medios mayor que los costos marginales • Los productos de diferentes industrias se comercializan 	<p>En base a este modelo, se encontrarían mayores ventajas tanto para los productores del Carchi como para los clientes en Francia, puesto que ya en Carchi los productores se encuentran asociados para obtener una producción de calidad y con mayor facilidad de cultivo, lo cual genera que exista un precio más bajo beneficiando así la relación comercial de los dos países y lógicamente con las empresas de biocombustible.</p>
VENTAJA COMPARATIVA DE PAÚL KRUGMAN	<ul style="list-style-type: none"> • Se registran fuerzas del mercado • Existe producción más barata • Los sectores donde se posee más producción se asignaran mayores recursos del Estado. • Beneficios para algunos sectores dependen de las diferencias entre productividad de mano de obra entre unos y otros países. 	<p>En esta teoría existe bases que se acoplan al desarrollo de la investigación en cuanto a que los recursos técnicos son concedidos por el gobierno y que la mano de obra es más barata que en otros países, pero con la misma calidad lo que hace q el producto cumpla con los requerimientos del mercado y el producto es más barato y competitivo</p>

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

2.3.1. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Para la obtención de información de esta investigación se hace uso de algunas fuentes, desde las documentales, pues se han revisado documentos escritos como revistas, libros, periódicos entre otros así como también herramientas de la Web que sustentan cada uno de las afirmaciones realizadas en este estudio.

Otro método que se utiliza es el llamado *in situ*, el cual permite por medio de la observación, encuestas y entrevistas encontrar de modo directo datos e información que son importantes.

2.3.2 VOCABULARIO TÉCNICO

CANOLA: Planta oleaginosa

BIOCOMBUSTIBLE: Combustible renovable de origen biológico que se forman de residuos agrícolas, maderas, estiércol, etc. El más utilizado es el biodiesel que es elaborado a partir de aceites vegetales como la soya, canola y grasas animales.

PRODUCCIÓN: Proceso por medio del cual se crean bienes y servicios económicos.

DEMANDA: Es la cantidad de servicios y bienes que desean adquirir los consumidores a un precio adecuado. Dentro de esta el precio es un factor determinante ya que de este depende el incremento disminución en la cantidad demandante.

OFERTA: La oferta es una propuesta de productos o servicios que los proveedores desean vender en el mercado a un precio conveniente.

MERCADO: Es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

2.4. IDEA A DEFENDER. (Investigación cualitativa)

Parte de la demanda de canola en el mercado francés se atenderá con la producción existente en la Provincia del Carchi

2.5. VARIABLES.

VARIABLE INDEPENDIENTE: demanda de canola en Francia

VARIABLE DEPENDIENTE: producción en la Provincia del Carchi

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se han utilizado diversos métodos que servirán de apoyo para la obtención de la información entre ellos se utilizó: La investigación documental la cual se basa en teorías escritas que sirve de sustento y análisis, también se utilizó la investigación de campo la que ayuda a recopilar información real que en este proyecto se mide los datos para determinar la oferta y demanda para la canola en el mercado francés que se obtuvo de realizar encuestas y observación.

3.2.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizó la modalidad cuali- cuantitativa. Cualitativa ya que se estudió, analizó gustos y preferencias del mercado meta, constituido por las empresas de biocombustibles de Francia, y la cuantitativa que se basa en números y cifras estadísticas que ayudan a determinar la factibilidad.

3.2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a realizar en esta investigación es la aplicada por que permite obtener información que permite analizar los mercados, competencia en productos similares y sustitutos así como también los clientes para poder establecer acciones competitivas.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Población

Es el total del universo de la población, el cual en la presente investigación se encuentra conformado por los 11 integrantes de la asociación de agricultores de canola en la Provincia del Carchi. Para el presente proyecto no se ha tomado ninguna muestra, sino que ha contado con los 11 integrantes de la asociación de agricultores de canola en la Provincia del Carchi para obtener información de primera mano que ayude en el desarrollo del estudio de mercado.

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES TABLA N° 4

IDEA A DEFENDER: Parte de la demanda de canola en el mercado francés se atenderá con la producción existente en la Provincia del Carchi						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	• Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB y su tasa de crecimiento en Francia? ¿Cuál es el índice inflacionario de Francia? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Francia? ¿Cómo está constituida la población de Francia? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Francia? ¿Cuál es el salario mínimo legal de la población de Francia? ¿Cuál es el precio de la canasta básica de Francia? 	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		• Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones? ¿Cuál es la política económica frente a las Importaciones y Exportaciones? ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		• Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de canola? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de canola? 			
	MERCADO	• DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos? 			
• OFERTA		<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional de Francia? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de Francia? ¿Cuál es la competencia internacional en Francia? ¿Cuál es el Canal de distribución utilizado actualmente en Francia? 				
VD: PRODUCCIÓN	ENTORNO	• Político / legal (medidas arancelarias, arancelarias no)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de canola? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de canola? ¿Cuál es la balanza comercial? 	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		• Factores socio económico Grupo ofertante	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 			
	PRODUCTO / OFERTA	• Características del producto • Oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? 	Fichaje Observación Encuesta	Fichas Cuestionario	Productores

Fuente: Lerna y Martínez (2010).

Elaborado por: Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Adaptado por: Jessica Soto (2013)

3.4 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información se obtendrá por medio de fuentes bibliográficas que son documentos como tesis ya realizadas similares, libros, revistas y a través del Internet. De manera práctica se la realizo por medio de una encuesta a los Productores de canola de la Provincia del Carchi.

3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicadas las técnicas de investigación, se procedió a tabular los datos obtenidos, esto se lo realizó con el ingreso de los mismos a un computador el programa utilizado es el SPSS, quien permitirá obtener gráficos estadísticos para interpretar y tener información más confiable y verídica del proyecto.

Los resultados obtenidos de la encuesta (ver anexo 2) realizada a los Productores de canola son los siguientes:

TABLA Nº 5

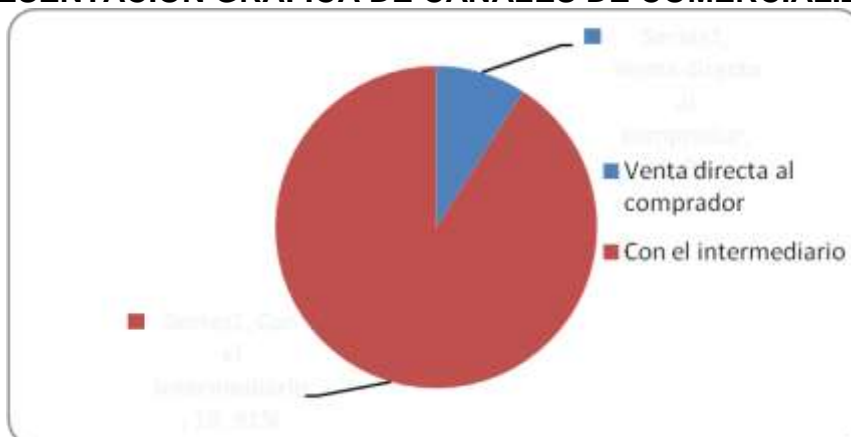
1.- ¿Cómo se realiza la venta de la canola?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Venta directa al comprador	1	9
Con el intermediario	10	91
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO Nº 1

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Se puede determinar que la mayoría de los productores de canola utilizan intermediarios para realizar la venta de su producto, esto se puede deber a que el negocio se realiza por medio del GAD Provincial por lo cual la siembra la comprometen con una sola empresa y solo la mínima parte de estos realizan la venta de manera directa a la empresa ya que es la única demanda a nivel nacional conocida.

TABLA N° 6

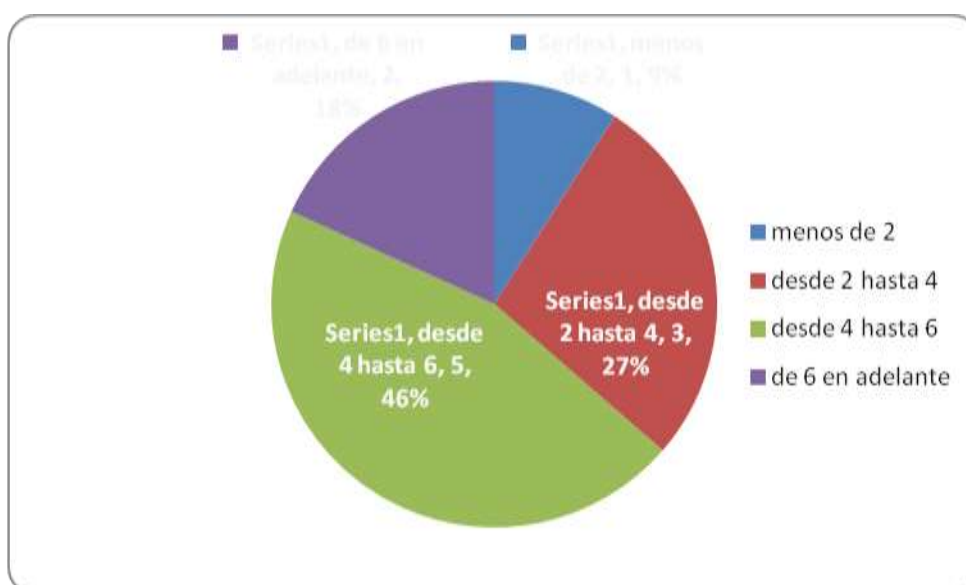
2.- ¿Cuántas Hectáreas de canola tienen sembradas?

RANGOS	FRECUENCIA	%
menos de 2	1	9
desde 2 hasta 4	3	27
desde 4 hasta 6	5	45
de 6 en adelante	2	18
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO N° 2

REPRESENTACIÓN GRÁFICA HECTÁREAS DE CANOLA SEMBRADAS



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Se determina como las cantidades están repartidas, pero se nota que hay más cantidad de productores que poseen entre 4 y 6 Ha de canola sembradas en la Provincia del Carchi, esto se podría deber al poco

conocimiento que tienen sobre este nuevo cultivo y sus beneficios o las ayudas técnicas que se ofertan.

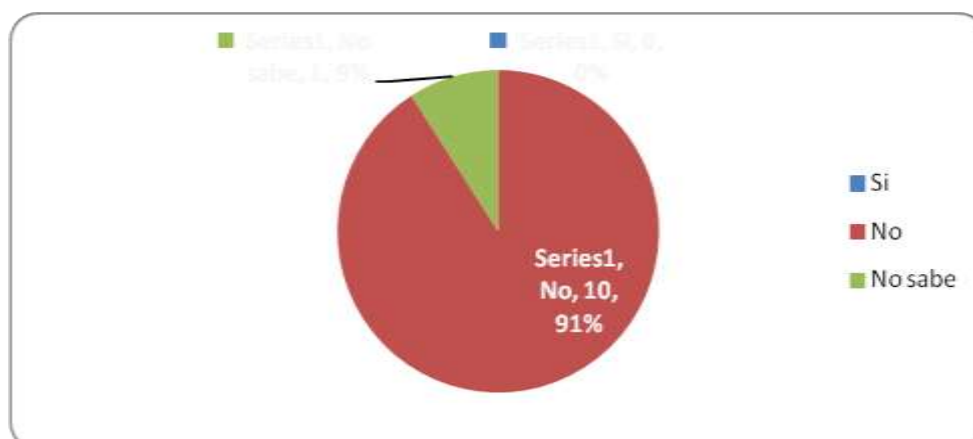
TABLA N° 7

3.- ¿Ha realizado alguna exportación de canola?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	10	91
No sabe	1	9
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO N° 3
REPRESENTACIÓN GRÁFICA REALIZACIÓN DE EXPORTACIONES DE CANOLA



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Como se observa la mayoría de productores no han realizado ninguna exportación de canola, porque no tienen conocimientos claros sobre los trámites a realizarse o sobre las ventajas que traerá la realización de este trámite.

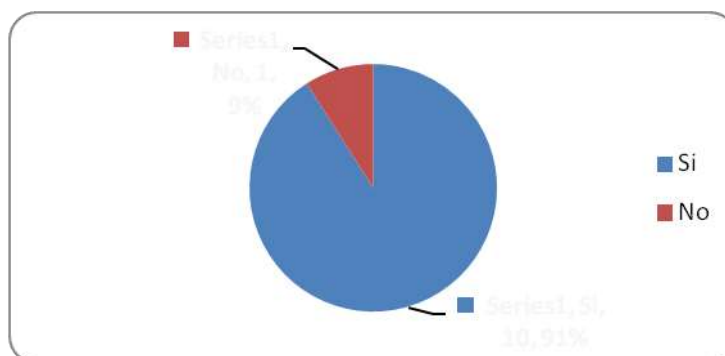
TABLA N° 8

4.- ¿Estaría dispuesto a realizar una exportación de canola?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Si	10	91
No	1	9
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO Nº4
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DISPONIBILIDAD DE EXPORTACIÓN



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Se observa como la gran mayoría de los productores estarían dispuestos a realizar la exportación, por que saben que les traeran algunas ventajas que entre ellas se encuentra mayor proyección del producto en el mundo.

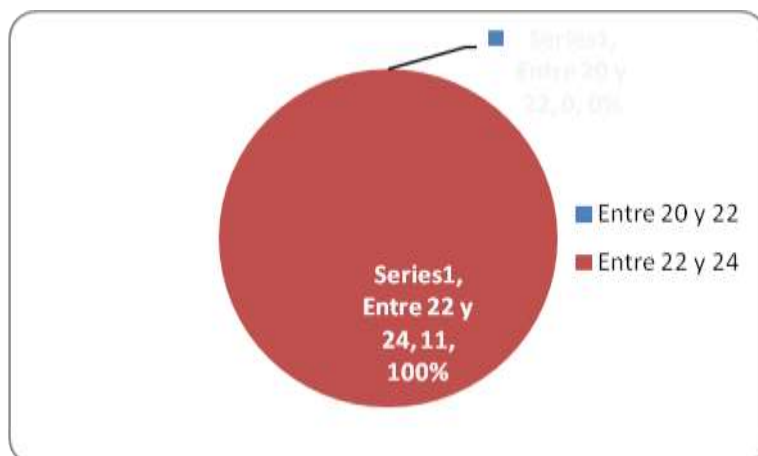
TABLA Nº 9

5.- ¿Cuál es el precio por Quintal de canola?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Entre 20 y 22	0	0
Entre 22 y 24	11	100
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO Nº 5
REPRESENTACIÓN GRÁFICA PRECIO DE CANOLA



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Todos los productores venden al mismo precio el quintal de canola, debe ser porque todos ellos le venden a la misma empresa ya que es la única fuente de demanda que conocen y la misma que aprovecha esa ventaja.

TABLA Nº 10

6.- ¿Considera que la producción de canola es un negocio rentable?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SÍ	10	91
NO	1	9
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

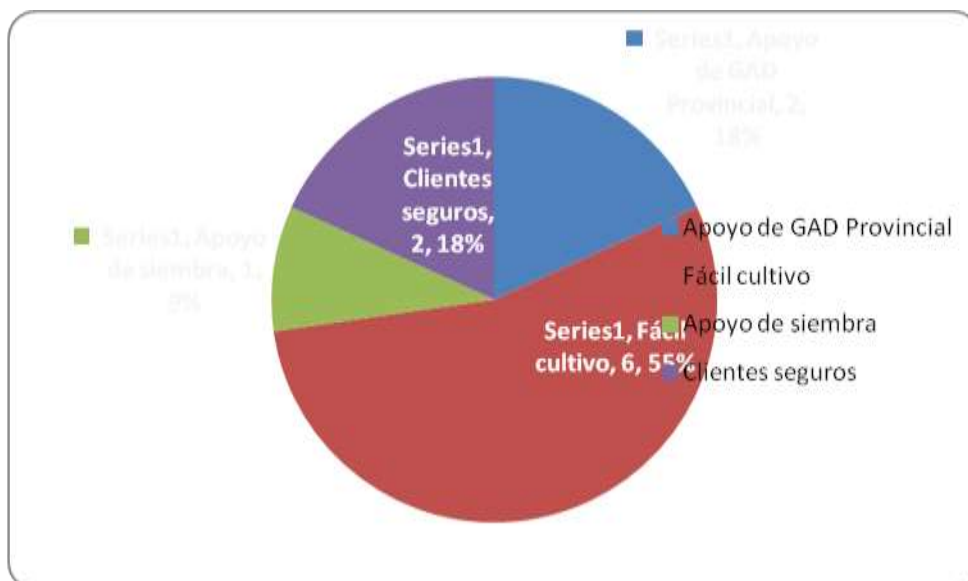
Porque

TABLA Nº 11

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Apoyo de GAD Provincial	2	18
Fácil cultivo	6	55
Apoyo de siembra	1	9
Cientes seguros	2	18
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO Nº 6
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE RENTABILIDAD DE PRODUCCIÓN DE CANOLA



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

La mayoría de productores piensan que el cultivo de canola es un negocio rentable, existen varias razones, pero la principal para ellos es que el cultivo es de fácil manejo y no necesitan demasiados gastos de producción ya que el GAD del Carchi, proporciona ayuda técnica gratuita para incentivar el desarrollo.

TABLA Nº 12

7.- ¿Estaría dispuesto a Asociarse si es necesario para la venta de canola?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SÍ	11	100
NO	0	0
TOTAL	6	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

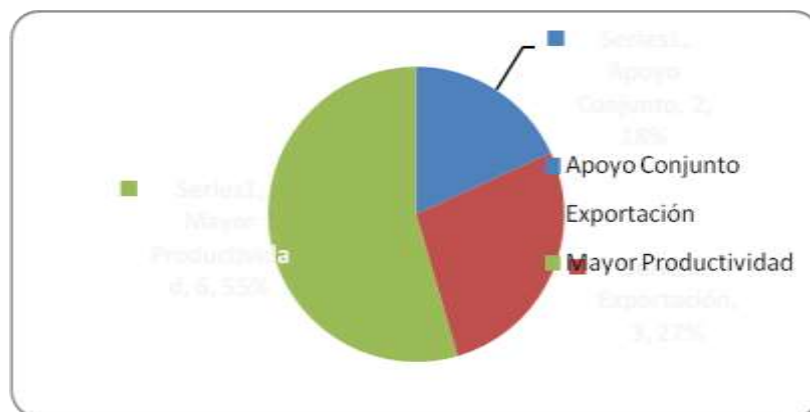
Porque

TABLA Nº 13

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Apoyo Conjunto	2	18
Exportación	3	27
Mayor Productividad	6	55
TOTAL	11	100

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

GRÁFICO Nº 7
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE ASOCIATIVIDAD DE VENTA DE CANOLA



Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Como se observa todos los productores están dispuestos a asociarse ya que tienen presente que existirá mayor productividad estando juntos, lo cual ayudará a dar mejores oportunidades de negocios y se disminuyen los riesgos.

3.8.1. ANÁLISIS PAÍS DE DESTINO FRANCIA

3.8.1.1. FACTORES SOCIO-ECONÓMICOS

Tabla N°14
Posición Arancelaria

INDICADOR	INDICE
País	Francia
Capital	Paris
Producto interno bruto PIB (trillones de dólares 2012 est.)	2.58
PIB per cápita (dólares est,2012)	35,500
Crecimiento del PIB (est,2012)	0.1%
Inflación (est,2012)	1,3%
Exportaciones ecuatorianas a Francia (2012) en miles de dólares	238,301.43
Importaciones ecuatorianas desde Francia (2012) en miles de dólares	156,326.04
Población(est, julio 2013)	65.951.611
Tasa de crecimiento poblacional(est,2013)	0,47%
Nivel de desempleo(est,2012)	10,3%

Fuente: CIA/ Central Intelligence Agency
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

“Francia es la quinta economía más grande del mundo en términos nominales, detrás de los Estados Unidos, y a nivel europeo se coloca por detrás de Alemania” (Francia, 2013)

La economía francesa entró en recesión tras una caída del 0,2% del Producto Interior Bruto en el primer trimestre del año 2012, indicó el INSEE (instituto francés de estadística). En el cuarto trimestre de 2012, el PIB francés había caído también un 0,2%. Se considera que un país entra en recesión cuando suma dos trimestres consecutivos de decrecimiento. Se debe en gran medida al entorno de la zona euro. Una recesión corresponde técnicamente a un retroceso del PIB durante dos trimestres sucesivos. Para todo el año 2012, el INSEE vislumbro su estimación de crecimiento nulo, tras haber revisado en baja la cifra del tercer trimestre de 2012 (0,1% en vez de 0,2%). (AFP, 2013)

La inflación en Francia se redujo en el año 2012 en comparación al año anteriores teniendo en cuante que donde más se notó el aumento del coste de vida fue en el tabaco, en los alimentos frescos y en los productos energéticos. Sin embargo, los precios cayeron en los transportes y en las telecomunicaciones (3,7 %) y en los productos de salud (2,5 %), los precios de la vivienda y partidas asociadas como el coste del agua corriente aumentaron un 1,6 % en el conjunto de 2012, por encima del 1,2 % de 2011. La alimentación registró una inflación anual del 3 %, los productos manufacturados del 0,7 % y el textil y calzado del 2,2 %. (EFECOM, 2013).

La economía francesa es una de las mas importantes en Europa y en el mundo, por lo cual es beneficioso una negociación con este pais, sin embargo su economía en el año 2012 a variado, teniendo en cuenta la recesión del PIB que cayo en dos trimestres seguidos, pero esto no tiene mayor trascendencia en las exportaciones que realizan, por otro lado esta que la inflación que registra en 2012 se redujo a la del año anterior por lo que los precios no varian considerablemente y que en cuanto a transportes se redujo los precios lo que beneficia a la comercializacion. Teniendo en cuenta estos factores que son favorables

En el 2009, el sector agrícola y agroalimentario representa el 13% de las exportaciones francesas frente a un 10% de las importaciones. El carácter eminentemente exportador de este sector se recupera por tercer año consecutivo, ya que en el 2009, su cuota ha progresado en un punto porcentual frente al 12% correspondiente al 2008, incrementando claramente su importancia relativa en el comercio exterior francés. (Proecuador, 2010)

Como principales productos exportados desde Ecuador hasta Francia tenemos Camarones, atunes, palmito, manteca de cacao y cacao en grano. La cifra de exportación total es de USD 142,948 millones. El banano, tuvo una tasa de crecimiento promedio anual de 257%, la mayor tasa de crecimientos entre los rubros abajo detallados, pero este fenómeno ocurre debido a que las exportaciones hacia Francia de banano realmente inició en el 2007 (Proecuador, 2010)

En los últimos años en Europa, específicamente en Francia se han aumentado las exportaciones principalmente en el sector agrícola lo que facilita el comercio exterior para todos los países del mundo, al hablar del Ecuador se generó un aumento de las exportaciones de muchos de los productos ecuatorianos hacia Francia los cuales tienen gran aceptación y un crecimiento considerable en la demanda razón por la cual se facilita el ingreso para cualquier producto que no sea tradicionales.

Los principales rubros de importación que ha realizado Ecuador desde Francia, la cual consta entre otros, de productos químicos (medicamentos, perfumes, maquillaje y fungicidas), productos del sector metalmecánica y automotriz. Durante el año 2009, las importaciones totales que realizó Ecuador desde Francia alcanzaron una cifra de USD 98,612 millones, habiendo crecido un 9.80% desde la cifra registrada en el año 2008. Durante el período 2005-2009, el flujo comercial entre de Ecuador y Francia ha sido favorable para Ecuador. Así, las exportaciones del Ecuador a Francia registraron un valor de USD 143 millones a finales en el 2009, implicando una tasa de crecimiento promedio anual para el período 2005-2009 de 11.81%. Las importaciones del Ecuador realizadas desde Francia para el año 2009 fueron de USD 93 millones, implicando a su vez una tasa de crecimiento promedio anual para el período 2005-2009 de 11.85%. Las exportaciones ecuatorianas son superiores a las importaciones con casi USD 50 millones, generando un comercio favorable para el Ecuador como lo muestra el siguiente gráfico. (Proecuador, 2010)

La relación comercial que existe entre estos dos países es muy importante y fructífera ya que se puede dar cuenta que hay una balanza comercial positiva y que los productos ecuatorianos tienen gran aceptación en el mercado francés, por su calidad.

Las estadísticas hablan de que desde el año 2005 al 2009 las exportaciones ecuatorianas son superiores a las importaciones con casi 50 millones de dólares lo que beneficia no solo a los productores sino también al país

entero, incentivando a nuevos productores a ingresar a este mercado con otros productos poco tradicionales.

GRÁFICO N° 8
Balance Comercial Ecuador Francia

BALANZA COMERCIAL ECUADOR-FRANCIA							
Miles USD / Valor FOB							
Actividad	2005	2006	2007	2008	2009	2010 +	TCPA 2005- 2009
Exportaciones	91,479	108,997	138,24	154,659	142,948	140,36	11,81%
Importaciones	59,158	65,058	70,885	84,139	92,582	63,597	11,85%
Balanza Comercial	32,321	43,939	67,355	70,521	50,366	76,762	11,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

3.8.1.2. FACTORES POLÍTICOS

FACTORES LEGALES

Para la exportación de Canola hacia Francia estas ingresarán bajo los siguientes parámetros

Actualmente, las exportaciones ecuatorianas se benefician del SGP+ (2009 2011), renovable indefinidamente en lo que respecta a las condiciones de acceso (Resolución del Parlamento Europeo número 45, del 21 de octubre de 2010, sobre las relaciones comerciales UE-América que tan solo pueden acceder 16 países. Éstos países han sido calificados para recibir las preferencias adicionales por que cumplen una serie de criterios como el ser considerados “vulnerables” en términos de su tamaño o por la poca diversificación de sus exportaciones, así como haber suscrito e implementado 27 Convenciones Internacionales en materia de derechos humanos, condiciones laborales, desarrollo sostenible y gobernanza, entre otras. (Proecuador, 2010).

Los países en vía de desarrollo se benefician del SGP plus que aplica a 7200 productos, cuyo principal objetivo es el de ayudar a los países en desarrollo a salir de la pobreza y promocionar el desarrollo la cual se encuentra vigente hasta 2015.

La certificación NF (Norma Francesa). La marca NF es una marca colectiva de certificación francesa que garantiza la calidad y la seguridad de los productos y servicios certificados. La marca NF garantiza la conformidad con las normas vigentes en Francia e incrementa los criterios de calidad que exige el consumidor francés. Esta certificación o marca no es necesariamente un requisito de los compradores, pero tiene la ventaja de ser conocida por el 85% de los franceses (resultado de un estudio de 2009). (Proecuador, 2010)

Según (Proecuador, 2010) El sector privado en Europa toma mucho cuidado con la gestión de su cadena de suministro, la gestión de la cadena de suministro exige el seguimiento y la transparencia, de toda su cadena desde el proveedor hasta el mayorista, minorista o consumidor final. En resumen, las empresas que exporten a Francia no solo deben cumplir con los requisitos de la Unión Europea sino también con las exigencias adicionales que tienen las empresas francesas. Por ejemplo, cómo visto, algunas empresas francesas exigen la certificación Global GAP que incluye requisitos tales como el mantenimiento de registros.

Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios solicitados en el país de destino.- En el marco de la legislación de la Unión Europea (UE), existe una serie de regulaciones de carácter general, que aplican a todos los productos alimenticios sin importar si son frescos o procesados como: Higiene alimentaria y Límite máximo de residuos químicos presentes en los alimentos. (Proecuador, 2010)

El Ecuador tiene preferencias arancelarias con la unión Europea, la cual le otorga el SGP plus, acuerdo que está vigente hasta el año 2015 para 7200 productos, ya que el Ecuador es considerado como vulnerable, juntamente con otros países de América, acuerdo que beneficia para el ingreso de los productos ecuatorianos.

Para el ingreso al mercado francés se necesitan algunos requisitos como permisos fitosanitarios pero algunas empresas privadas también solicitan el

NF que es una marca (norma Francesa) la cual representa la conformidad de las normas de ingreso y la calidad de los productos la cual no es obligatoria pero que representa lo bueno que es un producto para dar seguridad al consumidor francés ya que esta es muy conocida, otro punto que se toma muy en cuenta en el consumidor es la cadena de suministros el seguimiento y transparencia desde el proveedor hasta el consumidor final se debe examinar bien .

GRÁFICO N° 9

Aranceles que aplica Francia a las importaciones del mundo:

Descripción	Tarifa promedio NMF
Animales vivos, productos de origen animal	23,20%
Productos Lácteos	49,40%
Frutas, vegetales y plantas	11,30%
Café, Té	6,60%
Cereales y Preparaciones	17,50%
Aceites y grasas vegetales y sus derivados	5,50%
Azúcar y confitería	27,50%
Bebidas y tabaco	19,00%
Algodón	0,00%
Otros productos agrícolas	4,70%
Pesca y sus productos	11,80%
Minerales y metales	2,00%
Petróleo	3,10%
Químicos	4,60%
Madera, papel, etc.	0,90%
Textiles	6,60%
Vestimenta	11,50%
Cuero y zapatos, etc.	4,20%
Maquinaria no eléctrica	1,90%
Maquinaria eléctrica	2,80%
Equipo de transporte	4,30%
Manufacturas	2,70%

Fuente: Perfil arancelario de la UE/OMC
Elaborado: Jessica Soto (2014)

En el gráfico se observa cuales son los diferentes aranceles que aplica francia para diversos productos, los aranceles mas altos son para los productos lacteos, animales vivos, azucar y confiteria. Mientras que los

aranceles mas bajos son otorgados a productos como: algodón que tiene 0% de aranceles entre otros, lo cual nos da una visión amplia sobre el criterio de aplicación.

El taric es el arancel aduanero que maneja la unión Europea y realizada búsqueda según la partida arancelaria el cual nos otorga el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 10

Información TARIC [Mostrar]	
Zona geográfica: Ecuador - EC	
Código de las mercancías: 120590	
SECCIÓN II PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL	
CAPÍTULO 12 SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS; SEMILLAS Y FRUTOS DIVERSOS; PLANTAS INDUSTRIALES O MEDICINALES; PAJA Y FORRAJE	
1205	Semillas de nabo (nabina) o de colza, incluso quebrantadas
1205 10	- Semillas de nabo (nabina) o de colza con bajo contenido de ácido erúico
1205 90 ▼	- Las demás
ERGA OMNES (ERGA OMNES)	
→ Derecho terceros países (01-01-2005 -) : 0 %	

Fuente: taric.ue

Moneda, evolución del tipo de cambio con respecto al dólar.- El euro es la moneda oficial de Francia y se registra la siguiente evolución

GRÁFICO N° 11

EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO CON RESPECTO AL DÓLAR					
Indicator	2005	2006	2007	2008	2009
Tipo de cambio oficial (LCU por USD, promedio del período)	0.80	0.80	0.73	0.68	0.72

Fuente: Banco Mundial

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial / DPE

La Unión Europea posee su propia moneda que es el EURO por lo que es pertinente realizar un estudio sobre la evolución del Euro frente a la moneda universal de comercialización que es el dólar teniendo en cuenta que su valor varía cada año.

Como se aprecia en el gráfico anterior el euro ha sufrido una disminución considerable de valor desde el año 2005 al 2008, pero del año 2008 al 2009 tiene un aumento en su valor, lo que afecta y es importante tener en cuenta para una negociación en Euros.

3.8.1.3. FACTORES GEOGRÁFICOS

Principales características de las condiciones de acceso físico desde Ecuador al mercado de destino en término de los diferentes medios de transporte.

Tabla N° 15
Vías de acceso a Francia

Acceso	
Marítimo	Aéreo
Marsella- Fos el más importante grande de Francia y el tercero de Europa	Charles de Gaulle sobresale por su moderna infraestructura y capacidad
Havre	Orly
Dunquerque	Paris
Bordeaux	Marcella
Paris	
Rouen	

Fuente: <http://www.slideshare.net>

Elaborado por: Jessica Soto

Ruta marítima.- Todas las exportaciones por vías marítimas hacia Francia se hacen desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Le Havre.

Para realizar exportaciones hacia Francia existen varios puertos de ingreso como se muestra en el gráfico N° 11, tanto por vía marítimo como por aérea entre los más importantes y más utilizados vía marítima se encuentran el de Le Havre y Marcella que se encuentran situados en las cercanías de Paris.

Para una exportación se deben tener en cuenta los costos de transporte, por lo que es más utilizado el medio marítimo ya que es más económico pero a la vez más retardatario, por lo que se debe realizar con un tiempo prudente para esperar su llegada.

GRÁFICO Nº 12

Empresas de transporte marítimo que hacen la ruta:

EMPRESA	TELEFONO	FRECUENCIA
CMA CGM	+33 (0)2 32 74 16 00	Semanal
HAMBURG SUD	+33 (0)2 35 19 23 00	Semanal
HAPAG LLOYD FRANCE	+33 (0)2 32 74 53 00	Semanal
MSC FRANCE SA	+33 (0)2 32 74 68 00	Semanal

Fuente: Proecuador

Ruta aérea.- Los productos que transitan por vía aérea van de Quito a Ámsterdam y siguen por vía terrestre, pero es también posible de transitar por Caracas para llegar a Paris. No existe actualmente, ruta directa de Ecuador a Francia.

Compañía de transporte aéreo que podría realizar el traslado de la mercancía hasta Francia:

NOMBRE: KLM Cargo

DIRECCIÓN: Edif. Twin Towers 780 Av. República El Salvador y Portugal
Piso 8 Ofc 8ª Quito

TELÉFONO: 593 2 2248307 / 2248304 / 2248321

3.8.1.4. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO POAM

Tabla Nº 16

Perfil de oportunidades y amenazas del medio

FACTORES SOCIO ECONOMICOS	OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Evolución estratégica	Medio	2		
PIB per cápita	Alto	3		
crecimiento PIB	Alto	3		
Inflación			Medio	2
Exportaciones Ecuatorianas a Francia	Medio	2		
Importaciones Ecuatorianas desde Francia	Medio	2		
Población	Bajo	1		
Crecimiento poblacional	Medio	2		
Desempleo			Medio	2
	SUMA	15	SUMA	4
	PROMEDIO	2,14	PROMEDIO	2
FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES				
Acuerdos Comerciales	Medio	2		
Políticas Comerciales	Medio	2		
Política Cambiaria			Medio	2
Balanza Comercial	Bajo	1		
	SUMA	5	SUMA	2
	PROMEDIO	1,67	PROMEDIO	2
FACTORES GEOGRÁFICOS				
Transportes aéreos	Medio	2		
Transportes Marítimos	Medio	2		
	SUMA	4	SUMA	0
	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
Resumen				

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES SOCIO- ECONÓMICOS	15	4
FACTORES POLITICOS LEGALES	5	2
FACTORES GEOGRÁFICOS	4	0
SUMA	24	6
PROMEDIO	8	2

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Después de realizar una evaluación de las oportunidades y amenazas del país de origen podemos considerar que existen oportunidades propicias para la negociación, teniendo en cuenta que los factores políticos tienen mucha influencia a la hora de realizar una negociación se analizó dando como resultado una calificación media ya que por los acuerdos internacionales que posee y la aceptación que ha encontrado, lo hace más apetecible al mercado.

3.8.2. ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Para desarrollar los biocarburantes, Francia estableció una fiscalidad más suave sobre estos productos. El lucro cesante para el Estado aumentó un 44 % el año pasado, habida cuenta del desarrollo de estos combustibles de sustitución. (Competitividad, 2009)

El desarrollo de los biocarburantes ha sido una buena noticia para los agricultores, y quizá para el medio ambiente, pero el año pasado, el éxito de los combustibles verdes implicó un lucro cesante fiscal de 720 millones de euros, lo que representa 44 % más que el año anterior. Es lo que muestra el informe anual sobre la industria petrolífera y gasera que acaba de publicar la dirección de la energía del Ministerio de Ecología. (Competitividad, 2009)

Para facilitar el despegue de este sector, el Estado eligió eximir a los biocarburantes de una parte de los impuestos a los cuales se someten los productos de origen fósil. Eso debe compensar el coste excesivo de fabricación que subsiste mientras el sector no haya alcanzado un tamaño industrial. La idea consiste en reducir poco a poco estas exenciones, a medida que el sector tome su despegue. Este año, la reducción por ejemplo fue traída a 15 euros por hectolitro de biodiesel producido a partir de la colza

o el girasol, en comparación con los 22 euros de 2008 y los 25 euros de 2007. (Competitividad, 2009)

Los volúmenes de biocarburantes utilizados en Francia aumentaron un 71 % el año pasado. Junto con los productos derivados del petróleo clásico, representaron el 5,71 % del conjunto de los combustibles vendidos en el país en 2008. Lo que corresponde perfectamente casi al objetivo de 5,75 % que se contemplaba. Próximo objetivo: alcanzar un 6,25 % este año. (Competitividad, 2009)

Los biocarburantes ha sido un absoluto éxito en Francia con un aumento de 44% en el año 2009 en comparación al del año 2008, esto se debe en gran parte al apoyo del gobierno con la reducción de fiscalidad para estos productos lo que lo hace exequible para la población, sin embargo todavía no se alcanza el objetivo planteado por lo que las exenciones todavía existen pero que se reducirán conforme las empresas vayan creciendo en su producción y aumente la demanda del combustible verde.

Países de mayor Producción

Los Principales países productores de canola 2012- 2013 (miles de toneladas) son:

TABLA Nº 17
Productores de Canola

	2012/13			2013/14		
	semilla	harina	aceite	semilla	harina	aceite
UE	19.161	12.711	9.175	19.700	12.665	9.142
Canadá	13.310	3.750	2.950	15.000	3.880	3.068
China	14.000	10.584	5.974	13.800	9.998	5.654
India	6.800	3.645	2.310	7.000	3.670	2.330
Otros	9.256	5.695	4.044	9.339	6.050	4.290
Total	62.527	36.365	24.453	64.839	36.263	24.484

Fuente USDA

Fuente: <http://www.agrodigital.com/Documentos/colza201314.pdf>
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Precios

Los precios en el mercado son muy variantes pero dentro del estudio tomaremos en cuenta los obtenidos en la Bolsa de Futuros de Winnipeg (WPG) la cual el día 24 de Junio de 2013 cerró en 578.52 USD por Tonelada. (Aserca, 2013)

GRÁFICO Nº 13

Reporte diario de Precios a Futuro de Canola								
Bolsa de Futuros de Winnipeg (WPG)(Dólares por Tonelada)								
Contrato		Último	Valor	Variación	Máxima	Mínimo	Cierre anterior	Volumen anterior
JUL3	C	578.52	↑	0.67	581.85	568.21	577.85	4,786
NOV3	C	532.05	↑	1.72	534.15	521.94	530.34	10,795
JAN4	C	535.78	↑	1.43	537.78	526.90	534.34	979
MAR4	C	534.25	↑	0.86	533.87	526.43	533.39	171
MAY4	C	531.86	↑	0.95	531.48	523.37	530.91	93
JUL4	C	530.05	↑	0.95	0.00	0.00	529.10	N.D.
NOV4	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.
JAN5	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.
MAR5	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.

Fecha y hora de captura: 24 de Junio de 2013, 2:27:14 PM

FUENTE: ASERCA.

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Términos de negociación

Condiciones de compra y de pago que se presentan para los franceses, en su gran mayoría trabajan, bajo los incoterms FOB y CIF de comercio internacional. El negociador francés es una persona exigente y de palabra al cual le gusta respetar los acuerdos y sentirse seguro de la negociación en cada etapa de la misma, en este caso el perder la confianza del comprador hará que se rompa los vínculos para un acuerdo futuro. Como mercado maduro en el que dominan los compradores, el mercado francés es reacio a aceptar condiciones de pago seguras para el vendedor tales como el crédito documentario, en parte por los costos que este conlleva. La empresa francesa suele solicitar al vendedor “crédito proveedor” con el pago aplazado a 60 o 90 días, aunque la Ley de Modernización de la Economía votada en 2008 prevé que los plazos de pago en Francia no deben superar los 45 días. Los pagos se suelen efectuar mediante transferencia bancaria, letra de cambio o cheque. Este último no ofrece ninguna garantía de cobro al vendedor.

Es aconsejable asegurar el cobro de las ventas y disponer información de solvencia financiera de los potenciales clientes.

Información para la búsqueda de representantes comerciales (agentes)

En Francia existen varias empresas que realizan la labor de representantes comerciales o agentes intermediarios para quienes desean importar entre las principales las siguientes:

TABLA N° 18

PRINCIPALES AGENTES INTERMEDIARIOS				
EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	FAX	MAIL
ACCESS@U.S ORG	Gilles 5a Avenida 94340 JOINVILLE BRIDGE	01 42 83 02 58	01 42 83 08 54	argosinnov@libre.fr
24 IP LAW GROUP FRANCIA	48 rue Saint Honore 75001 PARIS	01 44 88 98 20	01 44 88 98 46	info@24ip.com
A. BAROIS	63 Avenue Raymond Poincare 75016 PARIS	01 47 55 98 71	01 47 55 99 49	abarois@wanadoo.fr
GERMAIN y Maureau	Sub-Oficina 9, rue Gustave Ricard 13006 MARSEILLE	04 88 08 95 03	04 88 08 95 04	gm@germainmaureau.com
Mundel LysianE	52, Avenue des Vosges 67400 ESTRASBURGO	388364029	388352471	lmundel@barny-law.com
A. Heckel	58 London Street 75008 PARIS			antoineheckek@yahoo.fr

Fuente: <http://www.inpi.fr>

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Para realizar una comercialización con países que se encuentran distantes se debe realizar mediante un intermediario para que vele por los intereses de las dos partes firme y de fe de la veracidad del negocio.

Teniendo en cuenta la necesidad de un intermediario varias páginas web otorgan datos de empresas seguras de intermediarios a los que recurrir para realizar una exportación entre los principales y más reconocidos son los que constan en la tabla N° 18 cada uno con su dirección, número de teléfono y correo electrónico para facilitar la contratación.

3.8.2.1. EL PRODUCTO

La colza es la oleaginosa más cultivada en la Unión Europea, representando más del 60% de la superficie total de oleaginosas y más del 70% de la producción total. La Unión Europea es el primer productor mundial de colza, seguida de Canadá y China. Dentro de la UE destaca Alemania que junto a Francia representan más de la mitad de la producción total de colza. A nivel mundial, la UE es el tercer productor de girasol detrás de Ucrania y Rusia. Francia es el primer productor comunitario seguido por Rumania. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que es la tercera por superficie cultivada. (Ministerio de Agricultura, 2013)

La producción de oleaginosas es una de las más altas para la Unión europea, entre ellas la mas cultivada es la colza, canola o nabo silvestre con un 60% de cultivos de las oleaginosas en ese continente, Francia se encuentra entre los principales países de cultivos de oleaginosas.

Francia tiene una area de cultivo invertida en las oleaginosas la cual es muy apetecida en el mercado frances ya que lo utilizan en diferentes actividades siendo la mas importante y creciente la de las industrias de biocombustibles.

GRÁFICO Nº 14

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Francia

Producto : 1205 Semillas de nabo o de colza, incluso quebrantadas.

Unidad : miles Dólar EUA

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Exportar hacia: Período (número de columnas): 5 por página número de líneas por página: Por defecto (25 por página)

Exportadores	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012
Mundo	360.043	317.204	436.408	407.213	300.929
Ucrania	224.635	151.663	203.634	133.525	112.887
Canadá	22	7	4	27.682	63.270
Australia	32	52.640	10.602	31.055	57.915
Bulgaria	14.642	13.158	0	96.202	16.076
España	995	1.728	7.004	10.238	11.397

Fuente: Trademap

Francia es productor de canola y varias oleaginosas, pero a la vez es exportador e importador de la misma y tiene varios países proveedores.

Como se muestra en el gráfico entre los principales proveedores de semillas de colza están Canadá, Ucrania, España entre otros, los cuales se encuentran con sus respectivos datos en miles de dólares.

Canales de Distribución:

Los canales de distribución utilizados son los mismos desde hace mucho tiempo, y se lo realiza llegando directamente al consumidor final y a través de bróker o intermediarios. Lo que quiere decir que utilizara el canal corto el cual está compuesto por:

Gráfico N° 15
Canal de distribución de canola



Elaborado por: Jessica Soto

La cadena de distribución que se utilizará para el presente proyecto es la que muestra en el gráfico anterior, la cual empieza en el productor y termina en el consumidor final que para el caso son las empresas de biocombustible la cual lo transforma y lo industrializan convirtiéndolo en biodiesel.

3.8.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.8.3.1. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

El Ecuador está experimentando una política comercial que busca sustituir las importaciones y apoyar las exportaciones a través de las facilidades que otorga el Estado a las operaciones y tramitología del comercio exterior eliminando impuestos y barreras para la comercialización. (COPCI, 2010)

El Ecuador a partir del 2012 ha mejorado en mucho la política internacional ya que ha consolidado sus relaciones con los países vecinos y problemas

límites y mejoró la relación comercial obteniendo nuevos socios comerciales.

En cuanto a las exportaciones los principales requisitos exigidos por el Ecuador son:

- Registrarse como exportador.
- Firma electrónica o Token.
- certificados fitosanitarios

El Ecuador posee un riesgo país de 8% uno de los más altos en América Latina lo que es importante tener en cuenta pero que no afecta a gran escala para atraer la inversión o realizar negociaciones, porque existen otros factores que atraen inversiones de países desarrollados, según datos del Banco Central del Ecuador.

El reporte generado para las importaciones y exportaciones para 2011 son:

Gráfico N° 16
Balanza Comercial Ecuador 2007-2011



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Pro Ecuador

Como se puede observar esta balanza ha presentado saldos negativos en los últimos años según (Proecuador, 2010), En el año 2009, presentó un déficit de USD. 208 millones, a partir de este año todos los demás han sido deficitarios hasta que en el año 2012 existe un cambio de panorama cuando en noviembre se registró una reducción en el déficit de la balanza para luego cerrar el año con un saldo a favor de 6,47 millones de dólares. (Proecuador, 2010)

3.8.3.2. FACTORES SOCIO ECONÓMICOS

TABLA N° 19
INDICADORES DE ECUADOR

INDICADOR	INDICE
País	Ecuador
Capital	Quito
Producto interno bruto PIB(miles de dólares) 2012	84,348,029
PIB per cápita 2012	5469
Crecimiento del PIB 2012	4,20%
Riesgo país 2012	832
Inflación 2012	4,77%
Población 2012	15.439.429
Tasa de crecimiento poblacional 2012	1,419%
Salario mínimo legal 2013	318,00
Canasta básica de alimentos 2012	595,7
Nivel de desempleo 2012	4.9%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

El Banco Central del Ecuador (BCE), informó que en el cuarto trimestre del 2011, el Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana creció en 1.0%, respecto al trimestre anterior; así, el PIB alcanzó los US\$26,928 millones en el 2011, lo que equivale a un incremento anual de 7.8% respecto al 2010. Para el 2012 obtuvo un crecimiento del 4.20%, los sectores que más aportaron a este incremento fue el sector de explotación de minas con el 13%, seguidos por las manufacturas y el comercio con el 11%. (Ecuador, 2012).

El desempleo en Ecuador descendió ligeramente en el primer trimestre de 2012 cuando se situó al 4,9 % de la población activa, frente los últimos meses del 2011 cuando fue de 5,1 %, respecto al primer trimestre de 2011 bajó más de dos puntos porcentuales, pues en ese entonces el desempleo fue de un 7 %, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2012)

Para el mes de diciembre de 2012 la canasta básica tuvo un costo de USD 595,7 y el ingreso familiar mensual ascendió a USD 545,1; así, la cobertura de la canasta básica fue del 91,5%, 6,2 puntos más que la cobertura del mes de diciembre de 2011 (85,3%). Adicionalmente, la restricción del consumo de la canasta básica de los hogares ecuatorianos disminuyó hasta llegar a noviembre de 2012 a USD 50,63; es decir, el 8,50% de la canasta básica.

Las tasas de inflación son consideradas en el Ecuador como una medida estadística de los índices de precios al consumidor, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de niveles de ingresos medio, alto. “Actualmente la inflación se encuentra en el 4.77% promedio del año 2012”, según datos del Banco Central del Ecuador

Para el Banco central existe una tasa de Inflación alta por lo que el salario basico unificado no cubre el valor de la por lo que afecta la economia y el bolsillo de los ciudadanos y de las empresas porque desean ganar mejor lo que genera menos utilidad.

De lo dicho anteriormente se puede deducir que la economía Ecuatoriana a sufrido varias disminuciones de algunos de los índices económicos como la inflación y desempleo en comparación a las obtenidas en el año 2011.

El PIB aumento en el segundo trimestre del año 2012 pero no es bueno si lo comparamos con el obtenido en el mismo periodo del año 2011, y lo mismo pasa con la Inflación y el desempleo lo que trae como consecuencia que el crecimiento de todos los sectores de la economía no sea bueno y por ende no existe estabilidad económica para el desarrollo de empresas.

3.8.4. ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO

Proveedores del sector

Para este proyecto los proveedores son la Asociación de agricultores de Canola del Carchi. A continuación se detalla la nómina de los miembros o socios activos, conjuntamente con las hectáreas que tienen cultivado.

Tabla N° 20
Producción de Canola

Nº	Productor	Teléfono	Ha. sembradas	Sector
1	Iván Cristiance	62974335	24	Páramo cerca al bosque polylepis
2	Patricio Rubio		4	Carlizama (Abajo de San Isidro)
3	Abigail Imbaquingo	986133899	1.5	San Isidro Canton Espejo
4	Génaro Montenegro		5	Instituto Alfonso Herrera (El Ángel)
5	Manuel Jiménez		5.1	Monjas – Bolívar
6	Fernando Tulcán	982506908	2.4	Monjas- Bolívar
7	Jesús Rosero		10	La Palestina- Julio Andrade
8	Kleber Revelo	993378545	4.5	María Magdalena
9	Héctor Reascos	990381888	2.6	Km 9 vía Chapues-Urbina
10	José Antonio Ruíz	998346211	3.5	Nispud Cantón Tulcán
11	Juan Guerrón	994113500	4	Nispud Cantón Tulcán

Fuente: Gobierno Provincial del Carchi.

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Como se detalla en la tabla anterior existen 11 Productores de canola en la Provincia del Carchi cada uno con su cuota de siembra y el sector en el que se encuentra.

Teniendo en Cuenta los datos entregados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Carchi sacamos que existen sembradas

en total 66,6 Ha de terreno las cuales se encuentran dispersas por todos los sectores de la Provincia.

3.8.5. PORTER

3.8.5.1. FUERZAS DE PORTER

A través de este modelo se podrá obtener las ventajas competitivas de la empresa frente a los competidores.

- **Competencia**

En cuanto a la competencia se debe tener en cuenta que es una amenaza pero todo dependerá de la demanda que tenga el producto y de la calidad del producto que se oferta para tener aceptación.

Por conocimiento de este estudio se determinará los competidores actuales de productos similares y sustitutos, conocer las características que ofrecen para lograr competir.

Actualmente, las importaciones de colza en la UE ocurren principalmente de los países del este de Europa, y solo una pequeña parte procede de otros países como Australia, Canadá y los EE.UU.

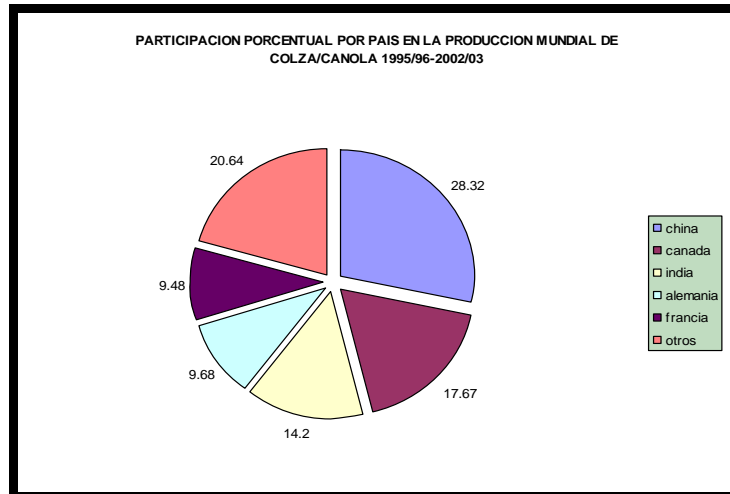
- **Competidores**

Cuando hablamos de la rivalidad entre competidores el (ABC, 2012) enuncia:

La rivalidad es la disputa que se establece entre dos o más individuos, o entre grupos, a la hora de conseguir un mismo fin, o en el camino a superar el mismo. Por esto, la decisión que suscita en una persona posicionarse como rival de otro, tiene una serie de objetivos a cumplir, y una justificación a tal actitud.

La rivalidad que se ha determinado es mayormente con los países europeos que son quienes más cultivan la canola y en un segundo plano con Canadá, Australia y Estados Unidos.

GRÁFICO N° 17



Fuente: www.ruratam.org

- **Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos**

Se considera una competencia en productos sustitutos a los países que ofrecen soya dentro del territorio francés entre los cuales se encuentran:

TABLA N° 21

País	Cantidad (Millones de Ton.)
Brasil	81
Estados Unidos	80,85
Argentina	55
China	12,6
India	11,5
Paraguay	8,1
Canadá	4,3
Otros países	14,23

Fuente: www.agropanorama.com
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

- **Proveedores**

Para el proyecto tenemos como proveedores a la Asociación de agricultores de canola de la Provincia del Carchi los cuales tienen unas grandes

oportunidades en esta etapa debido a que poseen el apoyo técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado del Carchi, además no necesita demasiados cuidados el cultivo lo que hace apetecible para los dueños de tierras.

- **Clientes**

Los consumidores considerados para este proyecto serán las empresas de biocombustible que existen en Francia, con visión de aumento de clientes hacia otros sectores y demás países de la Unión Europea. En este sentido se establece a Deinove como una de las más grandes empresas de biocombustible en Francia y por lo tanto nuestro principal cliente.

Deinove es una empresa especializada en tecnología verde la explotación comercial de desarrollo y la innovación, el medio ambiente, los procesos de alto rendimiento para la producción de biocombustibles y otros compuestos de valor industrial o farmacéutico. (Deinove, 2013)

1.1.2.1 DEMANDA EFECTIVA

TABLA Nº 22

La proyección de la demanda efectiva se obtiene de la investigación realizada y de cálculos de mínimos cuadrados (ver anexos 3,4 y 5)

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA	POBLACION NACIONAL	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT	COBERTURA		
	TM	TM	TM	TM		REAL (KG)	RECOMENDADO (KG)	(KG)	(TN)	(TM)	% DE COBERTURA
2008	603.868,49	541.294,17	306.761,03	244.186,71	54.364.872,00	4,49	24,00	19,51			
2009	651.519,76	581.284,91	400.971,49	330.736,64	57.181.327,00	5,78	24,00	18,22			
2010	699.171,03	621.275,66	495.181,94	417.286,57	59.997.782,00	6,96	24,00	17,04			
2011	746.822,30	661.266,40	589.392,40	503.836,50	62.814.237,00	8,02	24,00	15,98			
2012	794.473,50	701.257,00	683.603,00	590.386,50	65.630.692,00	9,00	24,00	15,00	33.879,68	660,00	1,95%
2013	842.125,00	741.248,00	777.813,00	676.936,00	68.447.147,00	9,89	24,00	14,11	32.739,61	700,00	2,14%
2014	889.776,00	781.239,00	872.024,00	763.487,00	71.263.602,00	10,71	24,00	13,29	31.665,21	740,00	2,34%
2015	937.427,50	821.229,00	966.234,00	850.035,50	74.080.057,00	11,47	24,00	12,53	30.640,35	780,00	2,55%
2016	985.078,50	861.220,00	1.060.445,00	936.586,50	76.896.512,00	12,18	24,00	11,82	29.659,44	820,00	2,76%
2017	1.032.730,00	901.211,00	1.154.655,00	1.023.136,00	79.712.967,00	12,84	24,00	11,16	28.717,94	860,00	2,99%
TOTAL	8.182.992,07	7.212.525,14	7.307.080,86	6.336.613,93					187.302,22	4.560,00	

Fuente: Trademap

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

De todo lo anteriormente investigado en el Estudio de Mercados surgen las siguientes conclusiones:

- Francia en el aspecto político otorga garantías a la mayoría de países del mundo, incluido Ecuador, lo que es importante porque esto hace que se beneficie del SGP Plus trato preferencial del comercio en la liquidación de impuestos.
- La economía francesa es la segunda más importantes y solidas a nivel mundial, otorga seguridad y confianza para efectuar negocios, lo que favorece a la ejecución del proyecto por las adecuadas condiciones para el productor de Canola del Carchi.
- Debido a que en Francia existe una demanda insatisfecha de canola que no se alcanza a cubrir con la producción nacional, es necesario acceder a productos importados, los cuales ingresan con algunas exigencias en calidad. En tal sentido se puede afirmar que este producto va a ser demandado mercado meta.
- La producción de canola en la Provincia del Carchi se realiza de manera artesanal, para mejorar los resultados se debe efectuar capacitación técnica, con el fin de aplicar estándares de calidad, teniendo como resultado una producción que sea digna de exportar.
- Los productores deben efectuar estrategias comerciales, las cuales deben estar enfocadas a las exigencias del mercado al cual va dirigido, así como también debe poseer valor agregado, con el objeto de tener mayores oportunidades comerciales con largo plazo en varios mercados económicamente más desarrollados y que poseen un mayor potencial económico.

- Los productores desean tener más ventajas en la producción de canola y están dispuestos a realizar exportación para tener una mayor utilidad de esta actividad que podría hacer que crezcan.

4.2. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta las conclusiones obtenidas de la investigación se plantea las siguientes recomendaciones a tomarse en cuenta para una favorable realización del proyecto y se obtengan mejores resultados:

- Ecuador y específicamente la Provincia del Carchi debe hacerse acreedor a la confianza del mercado francés al entregar un producto de calidad para que cada vez sea más fácil la exportación.
- Los productores de canola por su propio beneficio deberían invertir en obtener los certificados y permisos que exigen los mercados mundiales para la comercialización, a nivel internacional, con lo cual se garantiza que el producto sea de calidad y de la misma forma constituirse legalmente como una asociación para tener mayores facilidades.
- Utilizar las herramientas del Internet para realizar publicidad creando su propia página Web, también publicitarse por medio de ferias nacionales y sobre todo internacionales que sirvan para promocionar el producto con la ayuda y auspicio del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Carchi.
- Planificar una página Web que aporte al desarrollo de un plan de marketing, donde se promocióne el producto y se proporcione información relevante del producto y de la empresa que puedan con el tiempo llevar a realizar negociaciones futuras y duraderas.
- Se debe recibir capacitación que ayude a mejorar la producción, de canola a nivel local, regional y nacional, para que tenga mas prestigio y mayor aceptación por que esto genera empleo y bienestar para las familias involucradas, generando un impacto económico favorable.

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Realizar un estudio de Factibilidad para comercializar la producción existente de canola en la Provincia del Carchi y atender la demanda en el mercado Francés

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En el transcurso del proyecto se ha encontrado varias necesidades internas y externas sobre la producción de Canola en el Carchi, así como también se ha querido implantar las condiciones y requerimientos necesarios para la producción, comercialización exigidos en el país destino Francia, de lo cual se obtiene como resultado que si existen condiciones favorables para hacer realidad este proyecto.

En la actualidad se ha podido comprobar que la demanda de canola tanto en Francia como en la Unión Europea va en acelerado aumento, ya que en estos países que son desarrollados y en el mundo actualmente le apuestan a los productos que están a favor del medio ambiente como el biocombustible y el biodiesel, que utilizan productos naturales para que no sea contraproducente con el medio ambiente.

De igual manera la producción de canola en el mundo va creciendo porque es muy bien pagada en los países europeos, y los productores se dan cuenta de la rentabilidad que tiene ya que el producto no necesita de muchos cuidados y se cultiva fácil, lo cual quiere decir que no necesita mayores costos de producción, resultado de esto hay mayor utilidad.

Los agricultores del Carchi actualmente consideran que es un negocio rentable pero el valor que pagan en el país es bajo en comparación a lo que

pagan en la Unión Europea, y si el resto de dueños de tierras se dan cuenta del gran negocio que se oferta fuera del Ecuador sin duda habría mayor producción de Canola.

5.3. JUSTIFICACIÓN

En el Carchi el cultivo de nabo silvestre o canola es un cultivo alternativo de los tantos que hay en la provincia, siendo este un cultivo que por no utilizar mayor mano de obra ni una inversión elevada ha sido una opción de siembra para los agricultores que tienen terrenos que están en descanso de cultivo.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Carchi, al ser un ente de ayuda a la comunidad ha visto la necesidad de crear una opción más de cultivo en nuestra provincia, mejorando así la calidad de vida de las personas que se dediquen a esta labor.

En el país existe una sola empresa que se encarga de la recolección y compra del producto, la empresa Canola Andina al ser esta la única empresa existente en el Ecuador, hace que los valores pagados a los agricultores sean bajos y no haya mayor rentabilidad, dando como resultado la poca ganancia a los productores, y por ende, el bajo crecimiento del cultivo de esta planta oleaginosa, causando así un orientación errónea y negativa para los propietarios de terrenos que quieran sembrar esta planta como es la canola

El realizar este proyecto tiene como visión la mejora de los costos ofrecidos a los productores por la empresa Canola Andina, dando como resultado una mayor rentabilidad y la opción de siembra de un cultivo en el cual no se corre riesgos de alza o baja de precios, lo cual provoca la pérdida total de su dinero llegando a veces hasta la quiebra.

La meta a realizarse es llegar a los mercados internacionales con el fin de generar materia prima para los países que elaboran biocombustibles, y

crecer no como productor sino como empresa para generar una rentabilidad mayor.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de Factibilidad para comercializar la producción existente de canola en la Provincia del Carchi y atender parte de la demanda en el mercado francés

5.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar documental y técnicamente el estudio de factibilidad de comercialización de canola.
- ✓ Determinar las exigencias técnicas para la producción, y logística que permita cubrir con la demanda de canola en Francia.
- ✓ Establecer un plan de comercialización que ayude la apertura del mercado para la canola en Francia
- ✓ Estimar la rentabilidad económica al exportar canola a Francia.

5.5. FUNDAMENTACIÓN

5.5.1. Proyecto de Inversión

Según Urbina (2010) “El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio” (p. 2), es por eso que se ha realizado un estudio técnico oportuno y se establecieron las exigencias en cuanto a

equipos, capacitación, tecnología, procesos e insumos esenciales para producir un producto con calidad de exportación internacionalmente.

En otro punto después de analizar la situación financiera que esté acorde a las obligaciones de capital que se encuentran de acuerdo a la inversión que se debe realizar y si esta inversión será rentable o no.

5.5.2. Factibilidad

Según lo que manifiesta Sapag (2008) después de realizar el estudio adecuado se puede deducir que se podría aceptar el proyecto, pero es necesario ahondar en análisis más profundos o dejarlo.

Como resultado de este estudio, surge la recomendación de su aprobación, su continuación a niveles más profundos de estudios, su abandono o su postergación hasta que se cumplan determinadas condiciones mínimas que deberán explicarse. El estudio de factibilidad, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de las fuentes de información primarias (p. 23)

Por tal razón podemos decir que la factibilidad del proyecto depende de la decisión de aprobar o negar los efectos basándolos en los resultados que se obtuvo en la investigación técnica y económica que se consiguió de la información primaria, los cuales veremos a continuación.

5.6. ESTUDIO TÉCNICO

5.6.1. Tamaño de la Empresa

Para calcular el tamaño eficiente de la empresa de lo debe hacer en base a la volumen de producción de la misma, teniendo en cuenta algunos aspecto como espacio físico para todos los departamentos de la empresa, personal necesario para trabajar y materiales necesarios para conseguir el producto para la venta, que permita satisfacer parte de la demanda de canola en Francia.

Tabla No. 23
Tamaño de la Empresa

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	COBERTURA		
	Ton	Kg	Ton	% DE COBERTURA
2013	676.936,00	32.739,61	700,00	2,14%
2014	763.487,00	31.665,21	740,00	2,34%
2015	850.035,50	30.640,35	780,00	2,55%
2016	936.586,50	29.659,44	820,00	2,76%
2017	1.023.136,00	28.717,94	860,00	2,99%
TOTAL	6.336.613,93	187.302,22	4.560,00	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

Para efectuar la proyección de venta se debe tener en atención la superficie cosechada de canola en la Provincia del Carchi. La venta se realiza con factura (ver Anexo 1).

Tabla No. 24
Ventas Proyectadas.

Producto	Ventas Anuales en Tan				
	2013	2014	2015	2016	2017
Canola	700	740	780	820	860

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.1.1. Producción de Canola en la Provincia del Carchi

La asociación de agricultores de canola tiene sembrado 66 hectáreas de terreno distribuido en toda la Provincia del Carchi; para realizar el cálculo de la proyección de producción se realizó con un rendimiento promedio de 5 toneladas por hectárea logrando una producción de 330 toneladas semestrales de canola.

Tabla No. 25
Producción de canola – Carchi

Año	Producción Ha	Producción Promedio Ecuador Tan x Ha	Producción TN	Rendimiento Tan	Anual Tan
2011	600,00	71,74	43046	25828	7794
2012	660,00	71,74	47351	28410	8574
Proyección					
2013	671,62	71,74	48184	28911	8725
2014	683,44	71,74	49032	29419	8878
2015	695,46	71,74	49895	29937	9035
2016	707,71	71,74	50773	30464	9194
2017	720,16	71,74	51667	31000	9355

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.2. Localización de la Empresa

Teniendo en cuenta que es un proyecto en marcha lo que se va a realizar es localización de una sede u oficina para la ejecución del trámite.

5.6.2.1. Macro Localización

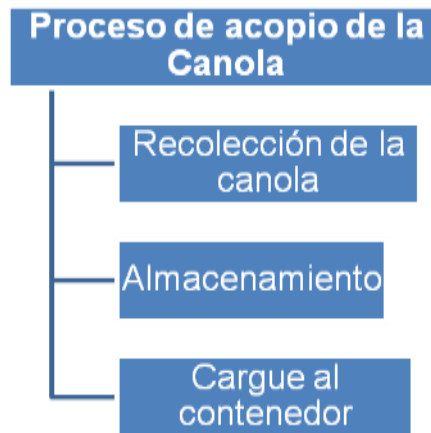
La asociación se sitúa en el Ecuador; ubicado al noroccidente de América del Sur, entre Colombia, Perú y el Océano Pacífico. Se encuentra limitado al Norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú, y al Oeste con el Océano Pacífico, con un Margen Costero de 2.237 Km

5.6.2.2. Micro Localización

La empresa estará ubicada en el sector centro, la calle Boyacá entre Maldonado y colon, casa amarilla primer piso, Parroquia Tulcán, Cantón Tulcán capital de la Provincia del Carchi

5.6.3. Flujograma de procesos

GRÁFICO N° 18

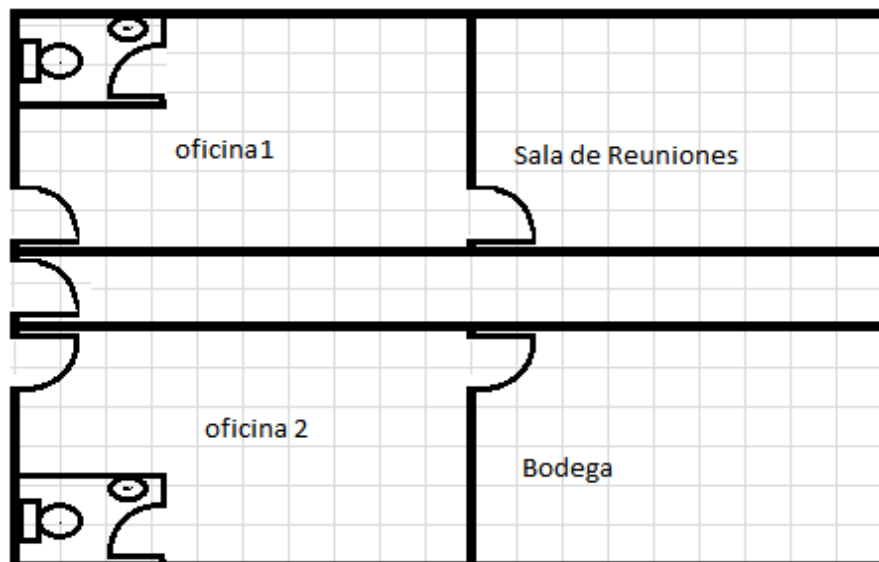


Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.4. Distribución de la Planta

Al tener una nueva oficina para la asociación de agricultores de canola es necesario realizar una distribución de las mismas:

Gráfico No. 19
Distribución Física de la Empresa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.4.1. Transporte Interno

Para llevar al puerto de Guayaquil la Canola desde el almacenamiento en Tulcán, se transportará en diez camiones de capacidad de 30 Tan, para enviar total de 300 Tan hasta el puerto de embarque.

Tabla No. 26
Transporte Interno

TRANSPORTE INTERNO				
DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
flete interno vehículos de 30 TN	500	10	1	5000
TOTALES			1	5000

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.4.2. Gastos de Exportación

Los gastos previstos para realizar en el transcurso de la exportación de canola son los siguientes:

Tabla No. 27
Gastos de Exportación

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Almacenamiento	1	30	50,00
Manipulación en Origen	1	60	1200,00
Manipulación lugar de embarque	1	160	1320,00
Agente de Aduana *	1	150	150,00
Total Gastos de Exportación			2720,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

* Según resolución Nro. SENAE-DGN-2012-0140-RE, Artículo 4, instituye los honorarios mínimos para los agentes de aduana y para cualquier trámite que realice tomando en cuenta el régimen aduanero los cuales se estipulan en

los artículos 154, 155, 156, y demás artículos 157, 161 y 162 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en los que constan otros regímenes y bajo varias modalidades ya sea terrestre, aérea o marítima, estas decisiones dependerán de lo que se estipule en el contrato.

5.6.4.3. Gastos Administrativos

Para la realización de una exportación se debe tener en cuenta los gastos administrativos como los que se puntualizan a continuación:

Tabla No. 28
Gastos Administrativos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Sueldos	1	14794,00	14794,00
Servicios Básicos	12	60,00	720,00
Suministros de Oficina	12	80,00	960,00
Suministros de Limpieza	12	50,00	600,00
Arriendo	12	180,00	2160,00
Total Gastos Administrativos			19234,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.4.4. Término de Negociación

El término de negociación más utilizado en las negociaciones internacionales es FOB (Free on Board-Franco a bordo), este INCOTERM hace relación a que el vendedor entrega el producto cargado en el buque en el puerto de embarque convenido, en este Incoterm v para el pago de impuestos en el país de origen, según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Según el término de negociación anteriormente indicado, el exportador tiene responsabilidades que se detallan a continuación:

- Preparación de la mercancía para la venta
- Almacenamiento y transporte en el país de origen

- Despacho de aduana en el país de origen
- Gastos de manipulación interna

Igualmente se detalla las responsabilidades del importador según el termino FOB en cuanto a costos:

- Flete internacional
- Gastos de manipulación en destino
- Seguro de la mercancía
- Pago de derechos de aduana de importación
- Transporte interno y entrega en destino

5.6.4.5. Forma de Pago

La forma de pago que se utilizará en la negociación es el giro directo, lo que significa que el pago se hará inmediatamente se entregue el producto ya que así lo amerita el proceso.

5.6.5. Requerimiento de Activos

La asociación necesita para empezar a funcionar activo que que se adquieren de acuerdo a las necesidades de la empresa y los cuales se detallan a continuación:

Tabla No. 29
Activos Fijos

Activos Fijos - Inversión Fija	
Concepto	Cantidad
Muebles y Enseres	
Escritorio	2
Sillón ejecutivo	2
Sillas	10
Mesas	2
Archivadores	2
Estantería metálica	1
Teléfono	2
Equipo de Computo	
Computadora	2
Impresora	2
Fax	1

Fuente: Investigación de campo

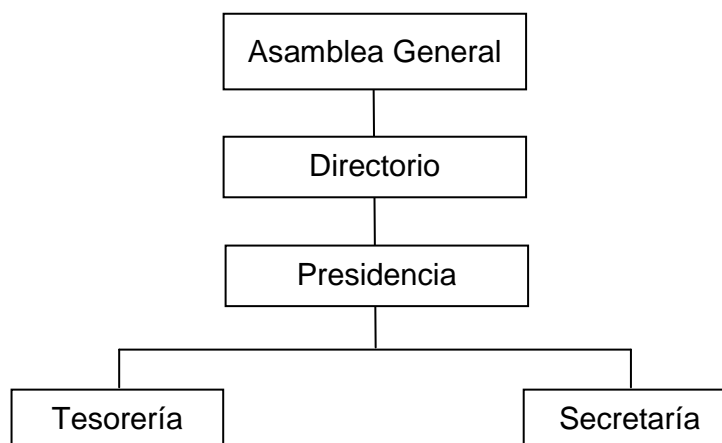
Tabla No. 30
Activos Diferidos

Concepto	Total
Estudios y Diseños	Concerniente a estudios del proceso de producción y tecnología.
Constitución de la Sociedad	Preparación de escrituras, abogado, notaria, registro mercantil, SRI, cámaras de producción, patente municipal, bomberos, permiso de funcionamiento.
Registros, Permisos y Licencias	Se requiere obtener registro sanitario, certificados fitosanitario, licencia de certificado internacional.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.6. Organización de la empresa

Gráfico No. 20
Organigrama Estructural



Fuente: Asociación de agricultores de canola
Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.6.6.1. Funciones de los representantes de la Asociación de Agricultores de canola

Se instituyen las funciones que todos los miembros del organigrama deberán cumplir:

a. **Asamblea General**

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Asamblea General
Área	Dirección

Atribuciones y responsabilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Elegir a los miembros del Directorio y señalarles su remuneración2. Darse su propio Reglamento3. Reformar los estatutos.4. Decretar la capitalización de utilidades5. Decidir sobre el cambio del domicilio social, sobre la función de la sociedad con otras u otras entidades sobre la incorporación de personas6. Decretar la distribución de utilidades, la cancelación de pérdidas y la creación de reservas no previstas en la Ley o en estos estatutos.7. Adoptar las medidas que exigiere el interés de la Sociedad.

a. **Directorio**

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Directorio
Área	Administrativa

Atribuciones y responsabilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Nombrar y remover en cualquier tiempo al Presidente y fijar su asignación.2. Crear cuando juzgue conveniente, otros cargos como asesores de la Junta Directiva señalándoles sus funciones y remuneración.3. Crear los empleos necesarios para el funcionamiento de la Asociación, fijándoles su remuneración y funciones.4. Reglamentar la colocación de acciones en los casos y en la forma establecida en la Ley y en estos estatutos.5. Vigilar la buena consecución de la asociación6. Tomar decisiones en bien de la Asociación

b. Presidente

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Presidente
Área	Administrativa

Atribuciones y responsabilidades

1. Representar legalmente a la Sociedad ante los accionistas, ante terceros y ante toda clase de autoridades del orden administrativo o jurisdiccional.
2. Ejecutar u ordenar todos los actos y operaciones correspondientes al objeto social, de conformidad con lo previsto en las Leyes y en estos estatutos.
3. Nombrar aquellos empleados que no sean designados por la Asamblea General o el Directorio.
4. Dirigir la correspondencia y negocios de la Sociedad.
5. Cumplir y hacer cumplir los estatutos sociales y las determinaciones de la Asamblea General y el Directorio.
6. Convocar a sesiones a los miembros de la Asociación
7. Ejercer todas aquellas funciones que le sean asignadas

c. Secretario

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Secretaria
Área	Administrativa

Atribuciones y responsabilidades

1. Realizar y contestar llamadas telefónicas
2. Conservar una agenda actualizada de clientes y coordinar reuniones
3. Coordinar y programar con el Gerente acciones que conlleven a lograr una buena imagen de la empresa
4. En caso de ausencia del gerente, asumir funciones de la gerencia con responsabilidad.
5. Organizar y archivar documentos de la asociación

d. Tesorero

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Tesorero
Área	Administrativa

Atribuciones y responsabilidades
1. Mantener continuos arqueos de caja 2. Elaborar cheques y pagos a proveedores 3. Atender a proveedores y clientes de la empresa 4. Realizar el pago respectivo a los empleados 5. Mantener un archivo ordenado de toda la documentación del área contable de la Asociación

5.7. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1. Inversión Inicial

Distingue la compra de los activos fijos, el costo del capital de operación y el dinero necesario para los gastos de constitución los cuales son los precisos para la exportación de canola.

Tabla No. 31

Activos Fijos

Detalle	Valor Total
Muebles y enseres	2.400,00
Equipo de Cómputo	2.550,00
Total Activos Fijos	4.950,00

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Tabla No. 32
Capital de Operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	184.900
Gastos Administrativos	19.234
Gastos de Exportación	85.757
Total Costo Anual	289.891
Total Costo Diario	805
Ciclo de caja	90
Capital de Operación	72.343

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Tabla No. 33
Gastos de Constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución	Total
Concepto	2012
Investigación	1500
Abogado	600
Permisos	600
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución	2.700

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Tabla No. 34
Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	4.950
Capital de Operación	72.473
Gastos de Constitución	2.700
Total Inversión Inicial	80.123

Elaborado: Jessica Soto (2013)

La asociación necesita una inversión total de \$80.123, de los cuales el 68% forma el capital propio que es la inversión que se debe hacer en la actualidad; y el 32% es el financiamiento requerido para completar la inversión que es de \$46.904.

El préstamo se obtendrá por medio del Banco Nacional de Fomento, quien nos ofrece una tasa del 11,20%, y un plazo de 3 años por ser la mejor opción según un estudio realizado en las instituciones Financieras de las tasas de interés.

Tabla No. 35
Estructura de Financiamiento

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	48.074
Capital Ajeno	40%	32.049
Total	100%	80.123

Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.7.2. Proyección de Costos y Gastos

Los costos de producción de la canola (Materia Prima, Mano de Obra, Costos Indirectos) correspondiente a 330 Toneladas, en el año 2013.

Tabla No. 36
Costos de Producción Proyectados

Costos de Producción	Proyección Costos de Producción				
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima	204.697	216.394	228.091	239.788	250.900
Canola	204697	216394	228091	239788	250900
Mano de Obra	0	0	0	0	0
Costos Indirectos de Fabricación:	104	109	114	119	124
Otros	104	109	114	119	124
Total Costo de Producción	204.802	216.503	228.205	239.907	251.024

Elaborado: Jessica Soto (2013)

También es necesario infringir en gastos en la parte administrativa de la empresa que son importantes en el funcionamiento de la empresa para poder calcular el valor real del producto.

Tabla No. 37
Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	17366	19.165	21.150	23.340	25.758
Servicios Básicos	752	785	820	857	895
Suministros de Oficina	1003	1047	1094	1142	1193
Suministros de Limpieza	627	654	683	714	745
Arriendo	2256	2356	2460	2570	2684
Depreciaciones	1090	1090	1090	1090	1090
Amortizaciones	540	540	540	540	540
Total Gastos Administrativos	23.633	25638	27837	30290	32942

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Los gastos para la exportación también se deben tomar en cuenta en la negociación si se realiza en término FOB y teniendo en cuenta que se realiza envíos semestrales de una cantidad de 330 toneladas al año.

Tabla No. 38
Gastos de Exportación

Gastos de Exportación (Ventas)	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
UNITARIZACIÓN	6.893	7.853	8.202	9.279	9.691
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	2.757	3.141	3.281	3.712	3.876
DOCUMENTACIÓN	402	439	500	594	738
TRANSPORTE INTERNO	17.232	17.997	20.504	21.414	24.228
MANIPULEO DE EMBARQUE	2.757	3.141	3.281	3.712	3.876
AGENTES	522	570	649	772	959
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	196	208	221	234	248
FLETE INTERNACIONAL	45.952	47.991	54.677	57.104	64.607
SEGURO INTERNACIONAL	6.103	6.470	6.947	7.340	7.844
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	1.589	1.685	1.809	1.912	2.043
ALMACENAMIENTO	101	103	104	105	107
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0	44	0	48	0
DOCUMENTACIÓN	365	369	374	379	384
AGENTES	668	729	830	988	1.227
TRANSPORTE INTERNO	11.488	11.998	13.669	14.276	16.152
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	295	313	337	356	381
Total Gastos de Exportación (Ventas)	97.322	103.050	115.385	122.224	136.362

Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.7.3. Estados Financieros

El primer estado financiero que se obtuvo es el Balance General o estado financiero del año de iniciación de la empresa y su proyección sobre los sus activos, teniendo en cuenta que del capital de operaciones es necesario financiar tanto permisos como licencias.

Tabla No. 39
Balance General - Con Financiamiento

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	72.473	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	72.473	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	32.049
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	32.049
Muebles y Enseres	2.400		
Equipo de Computo	2.550	Total Pasivos	32.049
Total Activos Fijos	4.950		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	2.700	Capital Social	48.074
Total Activos Diferidos	2.700	Total Patrimonio	48.074
Total Activos	80.123	Total Pasivo + Patrimonio	80.123

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Se debe registrar los resultados de operación de la empresa como la compra de insumos y la venta que es aquella que trae las ganancias de cada año, imaginando que se trata de un proyecto rentable. Como se muestra en el gráfico del estado de resultados con financiamiento, en la cual se evidencia la diferencia que existe en el período en el cual existe el crédito vigente, años 2013 al 2015.

Tabla No. 40
Estado de Resultados - Con Financiamiento

Estado de Resultados - Con Financiamiento			
Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Ventas	401.219	423.559	454.037
Cantidad	700	740	780
Precio	573,17	572,38	582,10
- Costo de Ventas	204.802	216.503	228.205
Utilidad Bruta en Ventas	196.417	207.056	225.832
- Gastos Operacionales	120.955	128.688	143.222
Gastos Administrativos	23.633	25.638	27.837
Gastos de Exportación	97.322	103.050	115.385
Utilidad Operacional	75.462	78.368	82.609
- Gastos Financieros	3.111	1.989	734
Interés Bancario	3.111	1.989	734
U.A.T.I	72.351	76.380	81.875
- 15% Particip. Trabajadores	10.853	11.457	12.281
Utilidad Antes de Impuestos	61.498	64.923	69.594
- 22% Impuesto a la Renta	14.145	14.932	16.007
Utilidad Neta	47.354	49.990	53.587

Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.7.4. Flujos de Efectivo, VAN, TIR

Es esta sección se analiza aquellos indicadores financieros para la toma de decisiones, el cual demuestra que el VAN es positivo y por lo tanto es favorable.

Tabla No. 42
Flujos de Efectivo - Con Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		47.354	49.990	53.587	56.505	60.523
+ Depreciaciones		1.090	1.090	1.090	1.128	1.128
+ Amortizaciones		540	540	540	540	540
Liquidación del Proyecto						2.088
Recuperación Capital de Operación						72.473
Total Entradas	0	48.984	51.620	55.217	58.172	136.751
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	80.123					
Amortización de la Deuda		9.517	10.639	11.894		
Reposición de Activos				2.663		
Total Salidas	80.123	9.517	10.639	14.557	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-80.123	39.467	40.981	40.661	58.172	136.751

Elaborado: Jessica Soto (2013)

TABLA Nº 43

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 80.122,81		
1	39.467,04	0,9142	36.081,84
2	40.981,46	0,8358	34.252,77
3	40.660,75	0,7641	31.069,75
4	58.172,46	0,6986	40.638,16
5	136.751,23	0,6387	87.337,74
		ΣFE	229.380,26
		- I.I.	80.122,81
		VAN	149.257,45
		TIR	54,04%
		PR	0,97
		C/B	2,86

Elaborado: Jessica Soto (2013)

Así parecido se puede determinar que la Tasa Interna de Retorno de la inversión que sin efectos externos se puede observar es mayor a la tasa de

descuento. El factor acerca del período de recuperación es bueno, se presenta un proyecto que tiene una rápida recuperación de la inversión.

5.7.5. Punto de Equilibrio

Como se observa la producción actual no abastece y está muy por debajo de unidades requeridas.

Tabla No. 44
Punto de Equilibrio - Con Financiamiento

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento		
	Año 2013	
Costo de Producción	Fijos	Variables
MPD		204.697
MOD		0
Costos Indirectos Fabricación		
Otros	104	
Total Costo de Producción	104	204.697
Gastos Operacionales	23.633	97.322
Gastos Administrativos	23.633	
Gastos de Exportación		97.322
Gastos Financieros	3.111	
Interés Bancario	3.111	
Costos y Gastos Totales	26.848	302.019
Unidades		700
Costos y Gastos Unitarios	38,35	431,46
Total Costos y Gastos Unitarios		469,81
% Utilidad		22%
Precio de venta Unitario		573,17
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		189

Elaborado: Jessica Soto (2013)

5.8. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

- De esta investigación efectuada se determinó que la población francesa presenta un favoritismo por los productos que ayudan al medio ambiente, por lo que se debe tener en cuenta que existe una alta demanda de este producto y no existe la oferta indispensable, por lo que es favorable para el proyecto ya que por la necesidad tendrá aceptación el producto.

- En relación a la oferta de canola en el mercado francés se deduce que este producto se lo utiliza en gran parte a la industrialización. En la Provincia del Carchi la producción se la destina a una empresa de aceite que no otorga precios altos, por otro lado los mayores productores mundiales también son consumidores razón por la cual no alcanza a satisfacer la demanda actual del producto.
- En la comercialización se puede revelar que para estimar el precio se realiza de forma empírica mas no se realiza un estudio, por lo que es competitivo en el mercado lo que atrae demasiados beneficios. Así mismo no se determinan recursos y tampoco se asignan canales de comercialización; el producto actualmente es comprado directamente en la cosecha estando el intermediario como el principal beneficiado económicamente por la venta.
- Se ha ejecutado una recopilación de las inversiones existentes en el presente proyecto y de lo cual se puede percibir que no es alta, teniendo en cuenta que ha sido beneficiado por la ayuda que presta el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Carchi la cual es financiada adecuadamente a la producción actual, sin embargo para realizar una negociación como la que se plantea es necesario incurrir en gastos adicionales para alcanzar los resultados propuestos.
- En general se determina que si los productores de canola analizan la posibilidad de realizar la exportación al mercado de Francia se lo podría hacer obteniendo mayor ganancia de la que les produce con venderla en el mercado nacional a un precio que no les produce mayor ganancia.

6. BIBLIOGRAFIA

Carchi, G. P. (2009). Fomento de la Asociatividad en la cadena productiva de canola "Brassicanapus L. varOleifera" en los cantones de Tulcán, Bolívar, Mira, Espejo, Montufar de la provincia del Carchi, como estrategia de competitividad de emprendimientos. Tulcan, Carchi, Ecuador: GAD Carchi.

Andrade, A. (2011). Produccion de nabo, un cultivo alternativo. *El Norte*, pág. A12.

Albanese. (2010). Cultivo de Colza. pág. 16.

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos, Proyectos, 6ª Edición. México. Mc Graw-Hill.

Steinberg, F. (2004) La nueva teoría del Comercio Internacional y la política comercial estratégica, Madrid

Herrera, E., Medina, F. (2008). Tutoría de la Investigación Científica. Ambato. Maxtudio.

Porter, M. (2009). Ser competitivo. España.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito.

LINKOGRAFÍA

AFP. (15 de 05 de 2013). *El espectador*. Recuperado el 2013, de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/articulo-422035-francia-entra-recesion-tras-caida-de-02-su-pib>

Aserca. (24 de junio de 2013). *Infoaserca*. Recuperado el 2013, de http://infoaserca.gob.mx/futuros/da_canfw.asp

Competitividad, M. d. (18 de agosto de 2009). *Oficinas Comerciales Francia*. Recuperado el 2013, de http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomeres/0,5310,5280449_5282927_5284940_4244570_FR,00.html

COPCI. (2010). *Política Comercial del Ecuador*. 4.

Deinove. (2013). *Deinove*. Recuperado el 2013, de <http://www.deinove.com/en/profile>

Eco2site. (2004). *Eco2site*. Recuperado el 2013, de <http://www.eco2site.com/>

Ecuador, B. C. (2012). *Banco central del Ecuador*. Recuperado el 2013, de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000842>

EFECOM. (17 de ENERO de 2013). *Invertia.com*. Recuperado el 2013, de <http://www.invertia.com/noticias/articulo-final.asp?idNoticia=2807152&strGoo=inflacion-francia-fue-conjunto&>

INEC. (2012). Recuperado el 2013, de http://www.as.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=35&TB_iframe=true&height=400&width=931

Ministerio de Agricultura, A. y. (2013). *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*. Recuperado el 2013, de <http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/cultivos-herbaceos/leguminosas-y-oleaginosas/>

Ministerio de la Economía, d. I. (2007). *Wikipedia*. Recuperado el 10 de junio de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Francia

Proecuador. (2010). *proecuador.gob*. Obtenido de
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-francia-2010/>

ANEXO No. 2



Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Escuela de Comercio exterior y negociación comercial internacional

Encuesta dirigida a los productores de Canola en la Provincia del Carchi

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar la Producción de Canola en la Provincia del Carchi. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo se realiza la venta de la canola?

Venta directa al Comprador

1

Con intermediario

2

2. ¿Cuántas Hectáreas de canola tienen sembradas?

3. ¿Ha realizado alguna exportación de canola?

Si

1

No

2

4. ¿Estaría dispuesto a realizar una exportación de canola?

Si

1

No

2

5. ¿Cual es el precio por Quintal de canola ¿.....?

6. ¿Considera q la producción de canola es un negocio rentable?

Si

1

No

2

¿Por qué

7. ¿Estaría dispuesto a Asociarse si es necesario para la venta de canola?

Si

1

No

2

¿Por qué

ANEXO No. 3

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE CANOLA EN FRANCIA

Para calcular la proyección del consumo de canola un per cápita utilizamos un método llamado de regresión lineal simple teniendo en cuenta las bases de las series históricas de las variables tanto dependientes como independientes.

Consumo per cápita de canola en Francia

Años	Kg por Persona
2008	4.49
2009	5.78
2010	6.96
2011	8.02
2012	9.00

Elaborado: Jessica Soto

Donde:

x= Variable Independiente o número de años

y= Variable Dependiente que es el consumo per cápita en Francia

ANEXO No. 4

CÁLCULO DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE CANOLA EN FRANCIA					
	2007	2008	2009	2010	2011
Producción de canola TN	212.551	306.761	400.971	495.182	589.392

Donde:

x= Variable Independiente que representa el número de años

y= Variable Dependiente que representa la producción nacional

Luego se realiza el cálculo matemático de los mínimos cuadrados necesarios para sacar la demanda insatisfecha

Cálculo de los Mínimos cuadrados

Año (X)	Producción de Francia TN - Canola (Y)	X ²	XY
1	385.219	1	385.219
2	526.686	4	1.053.372
3	573.640	9	1.720.920
6	1.485.545	14	3.159.511

Elaborado: Jessica Soto

Realizando el cálculo se tiene que N= 5 que son el número de años para el proyecto, luego con la siguiente fórmula se calcula las variables a y b.

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{3.440.564}{6} = 573.427,33$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{34.737}{6} = 5.789,50$$

Luego para proyectar reemplazamos con datos en la fórmula **Y = a + bx**, para los años del 2012 a 2017

ANEXO No. 5
CÁLCULO DE EXPORTACIONES Y CONSUMO INDUSTRIAL DE
CANOLA EN FRANCIA

Cálculo de Mínimos cuadrados

Año (X)	Exportaciones TN (Y)	X ²	XY
1	556.217	1	556.217
2	603.868	4	1.207.737
3	651.519	9	1.954.557
4	699.171	16	2.796.684
5	746.822	25	3.734.110
15	3.257.597	55	10.249.305

Elaborado: Jessica Soto

Realizado el cálculo se obtiene a partir de N= 5 que significa el número de años totales, en seguida se debe calcular las variables a, b con la formula que se describe a continuación.

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{60.474.680}{50} = 1.209.494$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{208.070}{50} = 4.161,400$$

Para proyectar se reemplaza los datos en la fórmula $Y = a + bx$ tomando en consideración que x tendrá el valor de los siguientes años donde x= 6, 7, 8, 9, 10, 11 para los años del 2012 a 2017

Proyecciones de Exportaciones y
Consumo Industrial TN Canadá

Años	Exportaciones TN
2007	556.217
2008	603.868
2009	651.519
2010	699.171
2011	746.822
Proyección	
2012	794.473
2013	842.125
2014	889.776
2015	937.427
2016	985.078

2017	1.032.730
------	-----------

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 6

CÁLCULO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Dentro del proceso productivo se encuentran inmersos los costos de producción, para la obtención del producto final. Los costos son: directos cuando están conexos con la actividad propiamente dicha de la empresa tal como Materia Prima. Y los indirectos que son aquellos que complementan la producción.

Costos de Producción

Costos de Producción			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
Materia Prima			145.200
Canola	660	220,00	145.200
Mano de Obra			0
Costos Indirectos de Fabricación:			100
Otros	1	100,00	100
Total Costo de Producción			145.300

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 7

CÁLCULO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Corresponden los rubros que tienen que ver con las actividades administrativas, como los sueldos del personal, suministros oficina y limpieza, arriendo, los cuales se realiza un pago mensual.

Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
Sueldos	1	14.794	14.794
Servicios Básicos	12	60,00	720
Suministros de Oficina	12	80,00	960
Suministros de Limpieza	12	50,00	600
Arriendo	12	180,00	2.160
Total Gastos Administrativos			19.234

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 8

CÁLCULO DE GASTOS DE EXPORTACIÓN

Son los gastos que van directamente relacionados con la venta y entrega del producto, para la venta de CANOLA como los que tenemos en la tabla que continua.

Gastos de Exportación

Gastos de Exportación			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
UNITARIZACIÓN	2	3.000,00	6.000
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	2	1.200,00	2.400
DOCUMENTACIÓN	2	192,50	385
TRANSPORTE INTERNO	2	7.500,00	15.000
MANIPULEO DE EMBARQUE	2	1.320,00	2.640
AGENTES	2	250,00	500
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	2	72,42	145
FLETE INTERNACIONAL	2	20.000,00	40.000
SEGURO INTERNACIONAL	2	2.316,04	4.632
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	2	603,14	1.206
ALMACENAMIENTO	2	50,00	100
DOCUMENTACIÓN	2	180,00	360
AGENTES	2	320,00	640
TRANSPORTE INTERNO	2	5.000,00	10.000
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	2	360,00	720
Total Gastos de Exportación (Ventas)			84.728

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 9 ANÁLISIS DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para obtener financiamiento se averiguo en diferentes instituciones financieras de la ciudad, de las cuales se realizo un analisis para determinar cual es la mejor teniendo como resultado que el Banco Nacional de Fomento nos otorga mas beneficios con una tasa de interés adecuada de 11,20% y promueve el financiamiento para proyectos productivos.

Instituciones Financieras	Tasa Activa	Tasa Pasiva
Banco del Pichincha	11,30%	8,17%
Banco de Fomento	11,20%	8,00%
Cooperativa Tulcán	11,57%	8,00%
Cooperativa Pablo Muñoz Vega	11,83%	8,25%

Elaborado: Jessica Soto

Para calcular la deuda se utiliza la consiguiente fórmula:

$$R = \frac{M*(1+i)^{n*i}}{(1+i)^n - 1}$$

Amortización de la Deuda	
Monto	19.957
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	655,27

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				19.957
1	469,00	186,27	655,27	19.488
2	473,38	181,89	655,27	19.015
3	477,80	177,47	655,27	18.537
4	482,26	173,01	655,27	18.055
5	486,76	168,51	655,27	17.568
6	491,30	163,97	655,27	17.077
7	495,89	159,39	655,27	16.581
8	500,52	154,76	655,27	16.081
9	505,19	150,09	655,27	15.575
10	509,90	145,37	655,27	15.065
11	514,66	140,61	655,27	14.551
12	519,47	135,81	655,27	14.031

13	524,32	130,96	655,27	13.507
14	529,21	126,07	655,27	12.978
15	534,15	121,13	655,27	12.444
16	539,13	116,14	655,27	11.905
17	544,17	111,11	655,27	11.360
18	549,24	106,03	655,27	10.811
19	554,37	100,90	655,27	10.257
20	559,54	95,73	655,27	9.697
21	564,77	90,51	655,27	9.132
22	570,04	85,24	655,27	8.562
23	575,36	79,92	655,27	7.987
24	580,73	74,55	655,27	7.406
25	586,15	69,13	655,27	6.820
26	591,62	63,65	655,27	6.229
27	597,14	58,13	655,27	5.631
28	602,71	52,56	655,27	5.029
29	608,34	46,93	655,27	4.420
30	614,02	41,26	655,27	3.806
31	619,75	35,53	655,27	3.187
32	625,53	29,74	655,27	2.561
33	631,37	23,90	655,27	1.930
34	637,26	18,01	655,27	1.292
35	643,21	12,06	655,27	649
36	649,22	6,06	655,27	0

	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Interés	1.937,15	1.238,27	456,97
Capital	5.926,14	6.625,02	7.406,32

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 10

ESTIMACIÓN DEL VAN

El Valor Actual Neto es la suma de los valores esperados de los flujos netos de caja para el periodo de operación del proyecto menos la inversión inicial.

Teniendo presente que:

VAN > Proyecto es factible

VAN < Proyecto es factible

VAN = Proyecto es indiferente

Valor que se calcula con la siguiente formula:

$$VAN = \frac{\sum *FEN}{(1+i)^n}$$

	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Flujo de efectivo Neto	-49.894	51.370	53.845	54.893	68.527	117.158

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 49.893,72		
1	51.370,36	0,9142	46.964,18
2	53.844,77	0,8358	45.004,07
3	54.893,02	0,7641	41.944,93
4	68.527,24	0,6986	47.871,80
5	117.157,96	0,6387	74.824,27
		ΣFE	256.609,26
		- I.I.	49.893,72
		VAN	206.715,54
		TIR	108,04%
		PR	0,97
		C/B	5,14

ANEXO No. 11

ESTIMACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para Calcular el punto de equilibrio se debe tener en cuenta que los costos pueden ser directos e indirectos y que estos a la vez se dividen en fijos y variables. Los variables son aquellos que su comportamiento van directamente relacionados al volumen de producción, y los costos fijos son los que se encuentran sin cambio alguno por el volumen de la producción

Para establecer el punto de equilibrio se computa con la fórmula siguiente:

$$PE = \frac{\text{Total Costos Fijos}}{(\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable})}$$

Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento		
	Año 2013	
Costo de Producción	Fijos	Variables
MPD		160.833
MOD		0
Costos Indirectos Fabricación		
Total Costo de Producción	104	160.833
Gastos Operacionales	23.773	96.145
Gastos Financieros	1.937	
Costos y Gastos Totales	25.815	256.979
Unidades	700	
Costos y Gastos Unitarios	36,88	367,11
Total Costos y Gastos Unitarios	403,99	
% Utilidad	30%	
Precio de venta Unitario	525,19	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	163	

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 12

ESTIMACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL PROMEDIO

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	60%	8,17%	4,90%
Ajenos	40%	11,20%	4,48%
Total	100%		9,38%

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 13

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Depreciación

Detalle	Valor	Vida Útil	% Depreciación
Maquinaria y equipo	17.778	10	10%
Muebles y enseres	1.730	10	10%
Equipo de Cómputo	1.700	3	33%
Construcciones	15.000	20	5%
Detalle	Valor	Vida Útil	% Amortización
Activos Diferidos	9.300	5	20%

Elaborado: Jessica Soto

Depreciación de Muebles y Enseres

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2400
1	240	0,10	2160
2	240	0,10	1920
3	240	0,10	1680
4	240	0,10	1440
5	240	0,10	1200
6	240	0,10	960
7	240	0,10	720
8	240	0,10	480
9	240	0,10	240
10	240	0,10	0

Depreciación de Equipo de Cómputo

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2550
1	850	0,33	1700
2	850	0,33	850
3	850	0,33	0

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2663
1	888	0,33	1775
2	888	0,33	888
3	888	0,33	0

Elaborado: Jessica Soto

Amortización Gastos de Constitución

Amortización Gastos de Constitución			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			3400
1	680	0,20	2720
2	680	0,20	2040
3	680	0,20	1360
4	680	0,20	680
5	680	0,20	0

Elaborado: Jessica Soto

ANEXO No. 14
CÁLCULO DEL ROL DE PAGOS

Pertenece al salario de cada trabajador de la empresa más los beneficios que por ley le corresponde a cada uno de ellos que son: Décimo cuarto, Décimo tercero, Vacaciones, Fondos de Reserva, Aporte Patronal.

Año	S.B.U.	Crecimiento
2006	160	
2007	170	0,063
2008	200	0,176
2009	218	0,090
2010	240	0,101
2011	264	0,100
2012	292	0,106
2013	318	0,089
Promedio		0,104

Elaborado: Jessica Soto

Base 10º cuarto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
	292	318	351	387	427	472

Elaborado: Jessica Soto

Base Cálculo IESS	
9,35%	12,15%

Año 2013	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Presidente	1	662	662	7.946	318	662	331	662	743	965	10.884
Secretaria	1	386	386	4.635	318	386	193	386	433	563	6.482
PRODUCCIÓN	2	1.048	1.048	12.581	636	1.048	524	1.048	1.176	1.529	17.366

Año 2014	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Presidente	1	731	731	8.769	351	731	365	731	820	1.065	12.012
Secretaria	1	426	426	5.115	351	426	213	426	478	621	7.153
PRODUCCIÓN	2	1.157	1.157	13.884	702	1.157	578	1.157	1.298	1.687	19.165

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Presidente	1	806	806	9.677	387	806	403	806	905	1.176	13.256
Secretaria	1	470	470	5.645	387	470	235	470	528	686	7.894
PRODUCCIÓN	2	1.277	1.277	15.322	775	1.277	638	1.277	1.433	1.862	21.150

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Presidente	1	890	890	10.679	427	890	445	890	998	1.298	14.629
Secretaria	1	519	519	6.229	427	519	260	519	582	757	8.712
PRODUCCIÓN	2	1.409	1.409	16.908	855	1.409	705	1.409	1.581	2.054	23.340

Año 2017	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Presidente	1	982	982	11.785	472	982	491	982	1.102	1.432	16.144
Secretaria	1	573	573	6.875	472	573	286	573	643	835	9.614
PRODUCCIÓN	2	1.555	1.555	18.660	943	1.555	777	1.555	1.745	2.267	25.758

Elaborado: Jessica Soto

AN
EXO No. 15
Siembra de 10 Ha de Canola Vía a El Carmelo



Producto final a Granel



Contenedor a utilizar



ANEXO No. 15
ARTÍCULO CIENTÍFICO

JESSICA GABRIELA SOTO VIVAS



Egresada de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial, Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Seminario Taller de Mercadeo por Redes, Seminario Taller Perspectivas y Políticas Administrativas y el Comercio Exterior para el Carchi, Seminario Taller de Regimenes Especiales, Foro Binacional de "Desarrollo, Integración Fronteriza y Transporte, Taller de Asistencia Técnica en el Proceso de Comercialización, V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana

“La producción de Canola en la Provincia del Carchi y la demanda en el mercado Francés”

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional (ECENCI)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

jesnlc@hotmail.com

Resumen

El presente trabajo consiste en el desarrollo de un estudio de factibilidad de ingreso de la canola al mercado Francés. El objetivo central es entregar a los productores de canola en la Provincia del Carchi información relevante de posibles compradores en Francia y más específicamente las empresas de biocombustible en París.

Se pretende orientar las decisiones que los productores deben tomar en cuenta dentro del proceso exportador. Para lograr lo anteriormente descrito, se recopiló información tanto a nivel primario como secundario. Es importante señalar que los datos primarios fueron recogidos directamente de los productores, a través de la encuesta.

El trabajo consta de siete capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que reportaran al estudio. En el primer capítulo se exhibe por qué y para que de la investigación. El capítulo dos sirve de apoyo técnico para plantear la idea a defender.

El capítulo tres nos ayuda a identificar el mercado, los aspectos económicos, sociales, políticos y tecnológicos; tipologías de los consumidores, igualmente a identificar la oferta y demanda que prueba el ofrecimiento de comercializar.

El capítulo cuatro nos ayuda a identificar elementos claves que ayude para la toma de decisiones importantes, que facilite la aplicación del proyecto.

En el capítulo cinco se describe la propuesta aplicada a una empresa exportadora de Canola. Aquí se analiza su factibilidad ayudándonos a determinar los beneficios que pueden obtener si se ejecuta el presente proyecto.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad; Mercado francés; Canola; Biocombustibles.

ABSTRACT

This work is the development of a feasibility study of income of canola to the French market. The main objective is to deliver relevant information from potential buyers in France and more specifically Paris biofuel companies producers of canola in the Carchi province.

It is intended to guide decisions that producers should be taken into account within the export process. To achieve the above, will collect information both at primary and secondary level. It is important to point out that primary data were collected directly from the producers, through the survey.

The work consists of seven chapters that were studied different topics according to the importance of report to the study. In the first chapter, it will

display and for that research. Chapter two which will provide technical support for the approach of the idea to defend.

Chapter three will help us to know the market, political, social, economic and technological aspects; characteristics of consumers, as well as the identification of supply and demand which justifies the proposition of selling.

Chapter four will help us identifying the key elements for making decision of putting up project.

Chapter five describes the proposal applied to an exporting company of Canola. Here its feasibility helping us determine the benefits that can be obtained is analyzed if you run this project.

Keywords: Feasibility Study, French Market, Canola; Biofuels.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación surgió como una idea la cual busca reducir los problemas de rentabilidad de los productores de Canola de la Provincia del Carchi, luego de haber analizado la situación actual y futura se puede determinar las necesidades de factores tecnológicos y económicos obligatorios para que se obtenga una producción de calidad, que provea la ampliación comercial hacia otros países, ya que así se mejorará los ingresos económicos y calidad de vida de los productores.

Este estudio se efectuó con el objetivo de establecer las posibles alianzas comerciales para la exportación de canola hacia Francia, indagando la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los consumidores; logística internacional, requisitos de acceso y estrategias de comercialización; determinando la factibilidad económica y beneficios sociales generados, que facilitara la acertada toma de decisiones.

Francia es un mercado atractivo para la canola ya que posee empresas de biocombustible que requieren este producto y que su demanda crece rápidamente, lo cual hace factible realizar un negocio duradero y en un entorno seguro, su población muestra interés en los productos que no dañan el medio ambiente y que tiene mayor rendimiento que los productos tradicionalmente utilizados como la soya y la palma, con la calidad que se produce en la Provincia del Carchi, lo que ayuda a la realización del negocio.

Por lo tanto, se demuestra a través de la investigación que este proyecto es factible de realizar y que traerá beneficios tanto para las empresas de biocombustible en Francia como para los Productores de canola en la Provincia del Carchi, por ende para sus regiones y las relaciones comerciales entre estos dos países.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un estudio de campo, aplicando una encuesta a la Asociación de productores de canola de Carchi quienes son nuestros proveedores los cuales se encuentran dispersos en toda la Provincia.

Este estudio de campo se lo realizo mientras se caminaba por los cultivos de canola por los terrenos de los productores antes mencionados, mientras se realizaban algunas preguntas indicaban las causas por las que ellos accedieron a realizar este cultivo, las ventajas que les representaba la ayuda que les brinda el Gobierno Provincial del Carchi y lo fácil de cultivar que es la canola.

También se acudió a información secundaria obtenida de libros, periódicos, revistas y páginas web de varias instituciones de gobierno tanto de Ecuador como de Francia, como también de la Unión Europea como el Taric (Sistema aduanero común de la UE), la cual ofrece información y estadísticas para realizar simulaciones.

Con la información encontrada en el transcurso de la investigación se puede tomar decisiones de cómo se realizara la negociación o si el destino es la mejor opción o existen otros países que se puede acceder de manera factible.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- ✓ Los productores de la Provincia del Carchi reciben capacitación y ayuda técnica pero están dispuestos a recibir mayor capacitación en la parte técnica y a socializar a mas productores para incentivar el asociarse y así ofrecer mayor producción de canola.
- ✓ El precio que reciben los productores de canola o nabo silvestre en el mercado nacional por la venta de la oleaginosa no es alto lo que no les resulta muy rentable ya que este valor solo alcanza a cubrir los costos de producción, una vez realizado el estudio se determina que el comercializar en el mercado internacional dará como resultado mayor rentabilidad para los productores y por ende mayor número de productores.
- ✓ Se debe aplicar estrategias de marketing que permitan conocer más de los beneficios y rendimiento de la canola tanto en el mercado nacional como en el internacional.
- ✓ Brindar incentivos a los productores de canola para lograr el mejoramiento continuo en cada uno de los procesos de producción como también para que no lo tomen como un cultivo alternativo sino como un cultivo rentable.
- ✓ La Asociación de productores deben contar con todos los insumos y maquinaria para poder ofrecer un producto de calidad, cumpliendo con los requerimientos exigidos por la Unión Europea para su ingreso y así tenga buena aceptación.

4. FIGURAS

Balance Comercial Ecuador Francia

BALANZA COMERCIAL ECUADOR-FRANCIA							
Miles USD / Valor FOB							
Actividad	2005	2006	2007	2008	2009	2010 +	TCPA 2005-2009
Exportaciones	91,479	108,997	138,24	154,659	142,948	140,36	11,81%
Importaciones	59,158	65,058	70,885	84,139	92,582	63,597	11,85%
Balanza Comercial	32,321	43,939	67,355	70,521	50,366	76,762	11,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Jessica Soto (2013)

Entre Ecuador y Francia existe una buena relación comercial ya que como podemos apreciar en el gráfico existe una balanza comercial positiva desde el año 2005 con productos tradicionales que son apetecidos en el mercado por su sabor y gran calidad lo que facilita la aceptación para nuevos productos.

Información TARIC <small>[Mostrar]</small>		La fecha de Última
Zona geográfica: Ecuador - EC		
Código de las mercancías: 120590		
SECCIÓN II PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL		
CAPÍTULO 12 SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS; SEMILLAS Y FRUTOS DIVERSOS; PLANTAS INDUSTRIALES O MEDICINALES; PAJA Y FORRAJE		
1205	· Semillas de nabo (nabina) o de colza, incluso quebrantadas	
1205 10	· Semillas de nabo (nabina) o de colza con bajo contenido de ácido erúico	
1205 90 ▼	· Las demás	
ERGA OMNES (ERGA OMNES)		
-	Derecho terceros países (01-01-2005 -) : 0 %	

Fuente: taric.ue

El Taric es el arancel aduanero de la Unión Europea donde se puede revisar los impuestos y requerimiento de los productos para el ingreso a estos países, como se puede observar en el gráfico la canola, colza o nabo silvestre no paga arancel y no tiene mayores requisitos para su ingreso por lo que su costo no aumenta.

Reporte diario de Precios a Futuro de Canola								
Bolsa de Futuros de Winnipeg (WPG)(Dólares por Tonelada)								
Contrato		Último	Valor	Variación	Máximo	Mínimo	Cierre anterior	Volumen anterior
JUL3	C	578.52	↑	0.67	581.85	568.21	577.85	4,786
NOV3	C	532.05	↑	1.72	534.15	521.94	530.34	10,795
JAN4	C	535.78	↑	1.43	537.78	526.90	534.34	979
MAR4	C	534.25	↑	0.86	533.87	526.43	533.39	171
MAY4	C	531.86	↑	0.95	531.48	523.37	530.91	93
JUL4	C	530.05	↑	0.95	0.00	0.00	529.10	N.D.
NOV4	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.
JAN5	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.
MAR5	C	501.24	↑	0.95	0.00	0.00	500.29	N.D.

Fecha y hora de captura: 24 de Junio de 2013, 2:27:14 PM

FUENTE: ASERCA.

Elaborado por: Jessica Soto (2013)

En este reporte podemos apreciar las fluctuaciones de precios de la canola que se dan diariamente y su tendencia a subir, los precios son los oficiales para la venta en la Unión Europea y bajo los cuales se rigen las importaciones.

5. TABLAS

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Francia #

Producto : 1205 Semillas de nabo o de colza, incluso quebrantadas.

Unidad : miles Dólar E.U.A.

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Exportar hacia: Período (número de columnas): 5 por página número de líneas por página: Por defecto (25 por página)

Exportadores	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012
Mundo	360.043	317.204	436.400	407.213	308.529
Ucrania	224.635	151.663	203.634	133.525	112.887
Canadá	22	7	4	27.882	63.270
Australia	32	52.640	10.602	31.055	57.915
Bulgaria	14.642	13.158	0	96.202	16.076
España	995	1.728	7.004	10.238	11.387

Fuente: Trademap

Se puede observar los principales países proveedores de canola por partida arancelaria para el mercado francés para los años del 2008 al 2012 y su tendencia, teniendo en cuenta que Francia es un país tanto importador como exportador de este producto.

6. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Proecuador. (2010). *proecuador.gob*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-francia-2010/>

Trademap, Pagina de Estadísticas comerciales de la Unión Europea (Citado 18 de Agosto de 2013. www.trademap.com)