

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“La Demanda de brócoli en el mercado de Tokio - Japón y su
Comercialización desde la Provincia del Carchi”

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

AUTORA: Daniela Cecilia Portilla España

ASESORA: MSc. Ofelia Beatriz Realpe Delgado

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Daniela Cecilia Portilla España con el número de cédula 040130310-2 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada “La demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su Comercialización desde la Provincia del Carchi”.

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.

MSc. Beatriz Realpe

Tulcán, 08 de Julio del 2013

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Daniela Cecilia Portilla España con cédula de identidad número 040130310-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Daniela Cecilia Portilla España.

Tulcán, 08 de Julio del 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Daniela Cecilia Portilla España, 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, 08 de Julio del 2013

Daniela Cecilia Portilla España.

CI: 040130310-2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todo poderoso por darme la vida, y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, para así poder culminar un periodo más de mi vida estudiantil.

A mis padres por su constante apoyo incondicional, quienes me han enseñado que en la vida nada es difícil, que con esfuerzo uno se logra alcanzar muchas metas.

A mis hermanos y hermanas que día a día me brindaron su apoyo y su cariño para seguir luchando por un futuro mejor.

A mis amigos y amigas quienes con sus palabras de ánimo, pero sobre todo cariño y amistad lograron que pueda culminar con éxito mi carrera.

A mi tutora MSc. Beatriz Realpe por su constante dedicación en el asesoramiento de mi Proyecto de Tesis.

A mis maestros quienes me han enseñado a ser mejor en la vida y a realizarme profesionalmente.

A mis compañeros de clases quienes me acompañaron en esta trayectoria de conocimientos y aprendizaje.

En fin quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que estuvieron conmigo en la realización de esta tesis, que desde lo profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado toda la colaboración.

“GRACIAS”

A TODOS USTEDES

Daniela Portilla

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a mi familia por haberme apoyado incondicionalmente, por confiar en mí y en las capacidades que pude desarrollar durante el tiempo de preparación para obtener mi profesión.

A mis padres Iván y Cecilia porque han sido un pilar fundamental en mi vida, que gracias a sus consejos me han enseñado a enfrentar cualquier obstáculo que se me presente en la vida y gracias a su sacrificio y constante dedicación han logrado la culminación de esta nueva etapa de mi vida.

A mis sobrinos por sus palabritas de aliento, este esfuerzo va dedicado a ellos como ejemplo a seguir para que ellos luchen por sus metas.

De igual manera este logro va dedicado a mis hermanos/as ya que fueron motivo de inspiración para culminar con éxito la presente tesis.

CONTENIDO

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE TRABAJO	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
ABSTRACT	xi
WILLACHIKUNA.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I.....	- 1 -
1. EL PROBLEMA	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 3 -
1.3. DELIMITACIÓN	- 4 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 4 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 6 -
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	- 6 -
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- 6 -
CAPÍTULO II.....	- 7 -
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 7 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	- 7 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 8 -
2.3. MARCO TEÓRICO	- 9 -
2.3.1 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.....	- 9 -
2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN	- 11 -
2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO.	- 11 -
2.4. IDEA A DEFENDER	- 12 -
2.5. VARIABLES.....	- 12 -

CAPÍTULO III.....	- 13 -
3. METODOLOGÍA.....	- 13 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 13 -
3.1.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	- 13 -
3.1.2. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	- 13 -
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	- 14 -
3.2.1. INVESTIGACIÓN APLICADA.....	- 14 -
3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	- 14 -
3.2.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	- 15 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 15 -
3.4. OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 16 -
3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 17 -
3.6. ESTUDIO DE MERCADO.....	- 17 -
3.6.1. FACTORES EXTERNOS.....	- 17 -
3.6.2. FACTORES INTERNOS.....	- 27 -
3.6.3. ANÁLISIS PORTER.....	- 30 -
3.7. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTERNO.....	- 36 -
CAPÍTULO IV.....	- 47 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 47 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 47 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 48 -
CAPÍTULO V.....	- 50 -
5. PROPUESTA.....	- 50 -
5.1. TÍTULO.....	- 50 -
5.2. JUSTIFICACIÓN.....	- 50 -
5.3. OBJETIVOS.....	- 51 -
5.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	- 51 -
5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 51 -
5.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 51 -
5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 52 -
5.5.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	- 52 -
5.5.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	- 53 -
5.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	- 54 -

5.7. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN.....	- 55 -
5.8. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	- 56 -
5.9. LA MARCA.....	- 61 -
5.10. LOGÍSTICA.....	- 62 -
5.11. ANÁLISIS FINANCIERO.....	- 74 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 82 -
ANEXOS.....	- 84 -
ARTÍCULO CIENTÍFICO.....	- 98 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Fundamentación Legal.....	- 9 -
Tabla N° 2 Teorías Utilizadas en la Investigación.....	- 10 -
Tabla N° 3 Indicadores Coyunturales de Japón.....	- 17 -
Tabla N° 4 Balanza Comercial Japón – Ecuador.....	- 20 -
Tabla N° 5 POAM Externo de Japón.....	- 22 -
Tabla N° 6 Resumen del POAM.....	- 22 -
Tabla N° 7 POAM Interno de Ecuador.....	- 24 -
Tabla N° 8 Resumen PCI.....	- 24 -
Tabla N° 9 Matriz FODA.....	- 26 -
Tabla N° 10 Indicadores Coyunturales de Ecuador.....	- 27 -
Tabla N° 11 Balanza Comercial Ecuador- Japón.....	- 29 -
Tabla N° 12 Clientes.....	- 31 -
Tabla N° 13 Proveedores.....	- 32 -
Tabla N° 14 Países Productores y Exportadores de Brócoli hacia Japón.....	- 33 -
Tabla N° 15 Importaciones Japonesas de Brócoli.....	- 39 -
Tabla N° 16 Exportaciones de Tokio.....	- 40 -
Tabla N° 17 Precios Históricos y Proyectados.....	- 41 -
Tabla N° 18 Oferta de la Provincia del Carchi de Brócoli.....	- 42 -
Tabla N° 19 Destino de la producción de Brócoli en Ecuador.....	- 43 -
Tabla N° 20 Cálculo de la demanda insatisfecha.....	- 44 -
Tabla N° 21 Demanda Insatisfecha.....	- 44 -
Tabla N° 22 Requerimiento de Recursos Humanos.....	- 57 -

Tabla N° 23 Distribución Física Internacional.....	- 64 -
Tabla N° 24 Envase y Empaquetado	- 65 -
Tabla N° 25 Cálculo de Cubicaje	- 67 -
Tabla N° 26 Estimación de Ventas.....	- 68 -
Tabla N° 27 Costos Directos e Indirectos de Exportación.....	- 69 -
Tabla N° 28 Costos Directos e Indirectos en el Tránsito Internacional.....	- 71 -
Tabla N° 29 Activos Fijos – Inversión Fija.....	- 75 -
Tabla N° 30 Inversión Inicial	- 76 -
Tabla N° 31 Cálculo del Costo de Oportunidad.....	- 77 -
Tabla N° 32 Balance General	- 78 -
Tabla N° 33 Estado de Resultados	- 79 -
Tabla N° 34 Flujo de Efectivo Neto	- 80 -
Tabla N° 35 Cálculo del VAN, TIR, PR, C/B.....	- 80 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Países Productores y Exportadores de Brócoli.....	- 34 -
Gráfico N° 2 Provincias del Ecuador productoras de Brócoli.....	- 35 -
Gráfico N° 3 Canales de Distribución.....	- 46 -
Gráfico N° 4 Micro Localización	- 53 -
Gráfico N° 5 Ingeniería del Proyecto.....	- 54 -
Gráfico N° 6 Organigrama de la Empresa.....	- 57 -

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se destaca la importancia de la agricultura en el desarrollo social y económico del país, por ser gran fuente de plazas de trabajo, e ingresos para muchas de las familias ecuatorianas. El brócoli está dentro de los productos agrícolas no tradicionales del país, ya que se inició a cultivar en la década de los 80 y se lo vio como producto exportable recientemente en la década de los 90, con un crecimiento constante y significativo de sus volúmenes en los últimos años.

Por lo expuesto anteriormente, se realizó un análisis sobre los volúmenes y procedimientos de exportación a mercado japonés; se tomó como referencia la producción de la provincia del Carchi, con el fin de maximizar y manejar adecuadamente todo el proceso del brócoli hasta el consumidor final. Un manejo adecuado involucra la entrega de volúmenes requeridos oportuna y garantizada según las exigencias internacionales, del producto a los diferentes consumidores.

Se destacan elementos importantes mismos que han servido para cumplir con el objetivo planteado, en el estudio de mercado se hace un análisis de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del macro y micro entorno, con lo que se pudo comprobar la seguridad que existe para llegar al mercado japonés, se determinó la existencia de demanda insatisfecha y la oferta que la Provincia del Carchi ofrece, de esta forma llegar con un producto acorde a las exigencias del consumidor.

Palabras claves:

Oferta

Estudio de mercado

Demanda

ABSTRACT

In the present study highlights the importance of agriculture in social and economic development of the country, being major source of jobs and income for many families in Ecuador. Broccoli is in non-traditional agricultural products of the country, as it began to grow in the early 80s and was seen as recently exportable product in the early 90s with a steady and significant growth in volumes in recent years.

By the above, analysis was performed on volumes and export procedures to Japanese market was taken as reference production Carchi province, in order to maximize and properly handle the whole process of broccoli to the end consumer. Proper management involves the timely delivery of volumes required and guaranteed by international requirements, the product to different consumers.

It highlights important elements that have helped them to meet the objective set in the market study is an analysis of political, economic, social and technological aspects of macro and micro environment, which it was found that there is security for Japanese market reach, we investigated the existence of unmet demand and supply that provides Carchi Province, thereby reach a product according to the demands of the consumer.

Keywords:

Offer

Market research

Demand

WILLACHIKUNA

Kunan rikuikunapinka shuk minishtireshcami kan kai Tarpuna unanda Imashna mirarishpa kacta kulkikunata rikungapa ñucanchi Llacta ukupi, Ñucanchipaka ninan jatun ukumi. Kan Kai Llankanac ukuka, y ashtami; mirarina ñukanchi ayllukunapaka kai. Ecuador gente kunapaka, kai broccoli kunaka mana ñukanchi llactapa Tarpue kunaka kanilu, kaia Tarpush Kakunaka kallarishkami yalishka puzak chungu guatapi; karullactapi: chaimandami, shamuska, kunambika kai iskun chungu huatapica mirarishka ñukanchi Tarpurkunaka.

Pundakonaka kallarishipami karka mirachishpa karu Llactakunamain jatushpa kachangapak Japones Llactaman, nukanchi Tarpushkata kai Carchi Llactamanda shinallata, broccoli, focoshkata Tukui Llactakunaman Llushichon mikungapak.

Kai Ricuykunaka ninan minishtireshkanin; kan mirachishpa kangapak shinallata shuk rikuikunami: tian kai Mercado ukupika kai shuk.

Polilicos ukumanda, kulki ukumanda, ñukanchi, miraikunahuan paktachshpa kachangapak kai merkado japonese Llactaman, kai nukanchi: Provincia del Carchi: ricochichon nukanchi, Tarpushkakunata Tukuilla mikuckunaman.

Ruray Paktana:

Kabalta Rimana

Billachina

Jatuna ukuta yachana

INTRODUCCIÓN

La agricultura impulsa la economía de la mayoría de los países en desarrollo, las estadísticas de la FAO (2011) revelan que en los albores del nuevo milenio 2.570 millones de personas dependen de la agricultura.

El desarrollo de la investigación se la presenta en 5 capítulos, los cuales se detallan factores importantes, mismos que han contribuido a cumplir con el objetivo general.

En el primer capítulo se expone el planteamiento del problema, poniendo énfasis la necesidad de crear fuentes de trabajo en la provincia del Carchi, tomado en cuenta que la mayoría de sus pobladores se dedican a la agricultura como la principal actividad.

En el segundo capítulo, se detalla la fundamentación legal, siendo la Constitución del Ecuador, la principal ley, se analiza igualmente los tratados, acuerdos internacionales, decisiones y reglamentos que normalizan el desarrollo del comercio internacional.

El tercer capítulo se elabora un estudio de mercado, en el que se destacan los factores políticos, legales, tecnológicos sociales de Ecuador y Japón convirtiéndose este último en el mercado meta.

Las conclusiones y recomendaciones se las elabora en el cuarto capítulo en este se enfatiza la viabilidad del proyecto, así como también se recomienda las posibles soluciones a las problemas que se han encontrado en el estudio de mercado.

En el capítulo cinco se desarrolla el estudio de factibilidad, en el que se destaca, el estudio técnico y se concluye con el estudio financiero, se lo ha desarrollado con el afán de determinar técnicamente la viabilidad del proyecto y el tiempo en el que es posible recuperar la inversión realizada.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las exportaciones ecuatorianas a Japón presentan un comportamiento relativamente estable durante la última década. Este dinamismo se ha llevado a efecto con las exportaciones de productos tradicionales (banano, pescado, camarón, café, cacao, madera), viéndose en los últimos años el aumento de las exportaciones de productos no tradicionales entre ellos incluido el brócoli. (Corporativo, 2009)

La demanda de brócoli aumenta cada día a nivel mundial, especialmente en los países desarrollados. Es así como la oportunidad de exportar el producto se muestra como una alternativa importante para los productores del vegetal.

Japón es un país insular del noreste de Asia, ubicado entre el océano Pacífico y el mar Japón, al este de China, Rusia y la Península de Corea; la población con la que cuenta es de 126,475,664 habitantes con un PIB de USD 5,391,000 millones, la demanda que tiene el producto en el mercado internacional en función del consumo per cápita de los habitantes es de USD 42,624 de esta forma se determina las oportunidades que tiene el brócoli en el mercado de Japón (PRO ECUADOR, 2011, p. 39)

De acuerdo al Servicio de información agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador, [SICA] La producción de brócoli se ha constituido como un producto estrella dentro de los no tradicionales de exportación. La información del III Censo Agropecuario muestra que la superficie cosechada de brócoli en el país fue de 3.359 hectáreas, alcanzando una producción total de 50 mil toneladas, aproximadamente, con un rendimiento promedio de 14,6 TM. (Toneladas métricas) por hectárea.

La región andina es ideal para este producto. Cotopaxi es la principal provincia productora del país con el 68% de la producción total, seguida por Pichincha e Imbabura que producen el 16% y el 10% del total nacional respectivamente. Estas zonas presentan condiciones favorables para la producción de esta hortaliza durante todo el año, siendo las principales variedades sembradas en el país (Corporativo, 2009, p. 53)

Lamentablemente la producción de este producto se han visto limitada debido a que los agricultores no han sido incentivados ya sea por parte del gobierno o por la demanda del mercado, además así como lo es para otro tipo de productos apetecidos para la población como por ejemplo papá , habas, frejol, zanahoria. etc.

El desconocimiento acerca de la comercialización del brócoli por ser producto perecible ha provocado que quienes se dedican al cultivo de esta hortaliza pongan sus esfuerzos al cultivo de otros productos de los cuales es bien sabida su distribución y comercialización en los mercados. Por lo cual se ven en la penosa necesidad de venderlos solamente a los intermediarios nacionales quienes pagan el precio que a ellos les conviene, y en muchas ocasiones este valor no justifica los costos invertidos para la producción de este cultivo. (Andrés Chulde , 2009, p. 14)

Los bajos ingresos económicos que obtienen al comercializar el producto ha generado que los campesinos busquen otras alternativas de trabajo en muchas ocasiones se ven obligados a abandonar el campo y migrar a grandes ciudades u otros países para poder llevar el sustento diario para sus familias.

Uno de los fenómenos que se ha dado en la provincia del Carchi es que se puede visualizar como el agricultor ha dejado de sembrar, reduciéndose de esta forma la actividad agrícola en la provincia todo esto como consecuencia de la desmotivación financiera que tienen los agricultores.

Es importante recalcar que la poca capacitación con la que cuentan los agricultores para el manejo de sus cultivos provoca que el producto no tenga las características adecuadas para ser comercializado internacionalmente y si a esto le agregamos que no conoce técnicas adecuadas de comercialización claramente podemos evidenciar la incapacidad por parte de

ellos para lograr un precio acorde al mercado internacional y que represente un ingreso justo.

Si a todo lo anteriormente mencionado le añadimos la falta de estudio de mercados, de difusión de la producción de brócoli y el desconocimiento de una demanda internacional por parte de los agricultores de la zona, podemos argumentar que es por estas razones que los productores tradicionales del Carchi no se sienten motivados a cambiar la actividad productora como es el cultivo de brócoli, de ahí que surgen varias inquietudes que con la presente investigación las pretendemos resolver:

¿Por qué no existe mayor oferta de brócoli en la provincia del Carchi? , ¿Por qué los productores tradicionales no se dedican también al cultivo del brócoli?, ¿Por qué la provincia del Carchi no puede exportar su producción a cualquier parte del mundo? ¿Qué estrategias me permitirán aplicar para la comercialización de brócoli?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En vista de lo expuesto anteriormente el problema se lo ha formulado como:

“El desconocimiento de la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón no permite la comercialización desde la Provincia del Carchi”

Variable Independiente.- Demanda.

Variable Dependiente.- Comercialización.

1.3. DELIMITACIÓN

El presente proyecto pretende determinar la comercialización de brócoli desde la provincia del Carchi en el año 2013 para atender parte de la demanda en el mercado de Tokio-Japón.

Objeto de Estudio	Demanda
Sujeto de Estudio	Comercialización
Tiempo	Octubre 2011-Agosto 2013
Área Geográfica	Provincia del Carchi Ecuador/país de Japón
Grupo Objetivo	Productores de brócoli; Provincia del Carchi Ecuador / demandantes de Japón

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Daniela Portilla

1.4. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio es importante desde el ámbito profesional, porque permitirá diversificar los productos ecuatorianos no tradicionales, mediante lo cual se logrará generar fuentes de trabajo y por ende al no existir en la provincia del Carchi ningún estudio sobre la comercialización de brócoli se hace necesario realizar de manera rigurosa y técnica un estudio que permita incrementar no solamente la producción de esta hortaliza sino también los ingresos de los productores de brócoli de la provincia del Carchi.

En el ámbito académico permitirá buscar nuevos mercados internacionales especialmente el de Japón de igual manera se conseguirá un mejor estilo de vida para las familias que pertenecen a la Provincia del Carchi y por ende se generará ingresos para las mismas.

En lo personal se investiga este problema para determinar la factibilidad de establecer la comercialización la misma que contribuya para que el producto tenga aceptación en el mercado de Tokio-Japón y por ende existirá motivación para que se incremente la producción ya que se considera que

incentivar al productor en el cultivo de esta hortaliza es muy importante debido a que el brócoli es elemental en la nutrición humana, y su valor nutritivo radica principalmente en su alto contenido de vitaminas y minerales, es una excelente fuente de vitamina A, potasio, hierro y fibra, además de ser rico en hidratos de carbono, proteínas y grasa (Bernal, 2004).

Directamente se beneficiarán de esta investigación los agricultores con sus familias quienes lograrán aumentar sus ingresos y por ende mejorar sus condiciones de vida, también se considera que se verán beneficiados la población en general de la provincia debido a que se generarán fuentes de trabajo y esto traerá como resultado el desarrollo sostenido de la comunidad, la provincia y por ende del país.

Indirectamente se beneficiará el transporte pesado ya que ellos serán los encargados de transportar la mercancía hacia lugar de embarque para su destino final, también con ello se beneficiarán las navieras quienes también transportarán hacia el mercado seleccionado, cabe resaltar que se tendrá la necesidad de hacer uso de un agente afianzado quien realizará la comercialización por lo que se considera que serán también beneficiados de la investigación.

En el presente trabajo de investigación la formación académica y profesional logrará culminar con éxito dicha investigación y por ende solucionar los problemas que se presenten en el trascurso de la investigación.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón que permita la comercialización desde la Provincia del Carchi.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar bibliográficamente la demanda y la comercialización de brócoli en el mercado de Tokio- Japón.
- Diagnosticar la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y la oferta de la Provincia del Carchi
- Determinar la comercialización de brócoli en el mercado de Tokio-Japón.
- Realizar un estudio de factibilidad para determinar parte de la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su comercialización desde la Provincia del Carchi.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El investigador Felipe Robles de la Universidad Tecnológica Equinoccial con su tema *“Exportación y comercialización de brócoli congelado desde Ecuador al mercado de Alemania”* del año 2007 hace referencia al proyecto de exportar brócoli al mercado alemán, por lo que se desarrolla un estudio de factibilidad, para analizar el mercado objetivo y en base a este análisis proponer la comercialización del brócoli congelado. Además se exponen los requisitos para la exportación, es decir los trámites necesarios para llevar a cabo este proyecto.

Este trabajo sirve como fuente investigativa para el desarrollo de la presente tesis, debido a que abarca un tema similar como es la exportación y comercialización del brócoli. Por medio de esta encontraremos información acerca de cómo penetrar en un mercado extranjero, cómo llevar la producción del brócoli en el Ecuador para que cumpla con las especificaciones de calidad que exige una plaza extranjera.

Se toma en cuenta como referencia para el presente proyecto la investigación del autor Daniel Alfredo Castillo de Diago de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador cuyo tema es *“Análisis de los determinantes de la competitividad en la producción industrial de brócoli (brócoli congelado)”* del año 2003. Esta investigación incluye un análisis de los factores que determinan que el brócoli sea un producto competitivo en el ámbito industrial. Esto se tomará como fuente informativa ya que otorga información acerca del producto y las ventajas que lo hacen competitivo en varios mercados.

Donde su objetivo general es Analizar los determinantes de la ventaja competitiva nacional e identificar las condiciones del sector que le han permitido entrar en el mercado internacional y ser competitivo, así como conocer su comportamiento y situación actual.

Y como ultima investigación se considera la de los autores Edison Mauricio Romero Aguirre, Rosa Verónica Romero Aguirre de la Universidad Tecnológica Equinoccial con el Tema *“Proyecto de Pre factibilidad para la exportación de brócoli Ecuatoriano al mercado Canadiense”* del año 2004 la cual hace referencia a la oferta y demanda del brócoli en el mundo y en Ecuador, también se habla acerca del mercado canadiense considerando las zonas de producción de brócoli, de igual manera esta investigación será de mucha ayuda ya que determina las empresas exportadoras de brócoli en el Ecuador.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Se muestran los artículos primordiales como leyes y acuerdos internacionales, que son los más utilizados por las organizaciones entendidas en el tema de exportación. El aspecto legal dentro de Ecuador se expresa en la constitución y sus códigos que permiten regular las actividades económicas y el buen vivir.

La fundamentación legal permite regular a las empresas, organizaciones y personas naturales a realizar actividades económicas lícitas en el país, permitiendo que se sometan a los diferentes reglamentos nacionales.

El respaldo de este trabajo se basa en los siguientes documentos legales.

Tabla Nº 1 Fundamentación Legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador 2008	<p>Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones y las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo.</p> <p>Art. 319.- La Constitución reconoce diversas formas de organización.</p> <p>Art. 337.- El estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte, y comercialización.</p>
Plan Nacional del Buen Vivir	<p>Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.</p> <p>Objetivo 11.- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.</p> <p>Párr. 1 Diversificar las formas de producción y ampliar la oferta nacional y exportable.</p>
Plan Regional Zona 1	<p>Literal B. La zona provee 8 de los 15 productos alimenticios de la canasta básica. Carchi e Imbabura son productores de tubérculos, verduras, leguminosas, hortalizas, cereales, carne, lácteos y huevos.</p>
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	<p>Art. 4.- Fines:</p> <p>Literal O. Fomentar y diversificar las exportaciones.</p> <p>Literal C. Se reconoce el derecho a la libertad de importación y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Art. 104 Inciso A.- Manifiesta que existe la facilitación al comercio exterior en la cual los procesos aduaneros serán más rápidos.</p> <p>Art. 93. Expresa que el Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones.</p>

Elaborado por: Daniela Portilla.

2.3. MARCO TEÓRICO

2.3.1 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se toma como base las diferentes teorías, las cuales nos ayudan a determinar las características y por ende la relación de las teorías frente a la investigación.

Tabla Nº 2 Teorías Utilizadas en la Investigación

TEORÍAS	CARACTERÍSTICA	RELACIÓN CON SU INVESTIGACIÓN
<p>Nueva Teoría del Comercio Internacional (NTC),</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El comercio puede originarse no sólo por la presencia de ventajas comparativas, sino también por la existencia de economías de escala en la producción. • La presencia de las economías de escala incentiva a los países a que se especialicen en la producción de un número menor de bienes pero a mayor escala. • El comercio interindustrial refleja la ventaja comparativa y las economías de escala. • La tecnología y el comercio internacional mantienen una innovación en el país líder, en el cual beneficia el país con el que se comercializa. 	<p>En la presente investigación la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su comercialización desde la provincia del Carchi se fundamenta en la Nueva Teoría del Comercio Internacional, ya que los agricultores de la Provincia del Carchi pueden adoptar o crear un sistema tecnológico para producir y comercializar el producto. Y además pueden comercializar en un costo menor; Por lo tanto podemos concluir que Ecuador y Japón al ser países muy diferentes económicamente y en producción, las ventajas comparativas son altas y por lo tanto existirá un comercio interindustrial que permita comercializar productos diferentes. Y por ende se cubrirá parte de la demanda de brócoli con menores costos y a la vez se beneficiaran los pequeños productores de la provincia.</p>
<p>Ventaja absoluta Adam Smith</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adam Smith manifiesta que un país debe especializarse en bienes que tengan ventaja absoluta para de esta manera lograr una ganancia y eficiencia en el comercio a nivel internacional. • Un país puede ser más eficiente que otro en la producción de algunos bienes y menos eficiente que en otro bien. • División internacional del trabajo. Es eficiente y conduce a una mejor producción. 	<p>La aplicación de esta ventaja absoluta en la presente investigación sería de gran aporte debido a que tanto el país de Ecuador como de Japón están especializados en la producción de bienes como es en el caso del brócoli cuyo producto tiene aceptación en el mercado de Japón por su alto valor nutricional y por sus ventajas curativas.</p>

Elaborado por: Daniela Portilla.

2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto se fundamenta en la investigación exploratoria, el mismo que se enmarca dentro del concepto de proyecto factible. Con esta investigación se pretende llegar al lugar de los hechos conociendo de una forma particular que cantidad de producción del brócoli existe en la Provincia del Carchi, así como también ayudar a dar posibles soluciones las cuales estén enfocadas a mejorar la calidad de vida de los involucrados.

Se ha considerado el uso del método inductivo, por que ha permitido obtener conclusiones generales a partir de lo particular, mediante la observación por lo cual esta investigación estará dirigida a productores de brócoli locales, empresas nacionales y regionales dedicadas a la producción y comercialización del producto con la finalidad de conocer su comportamiento en el mercado, y a la vez plantear una solución al problema expuesto.

2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO.

Brócoli.- Es una hortaliza que pertenece a la familia de las crucíferas.

Comercio.- Es una actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado.

Comercialización.- Es dar a un producto agrícola condiciones para que este sea puesto a la venta en el mercado.

Demanda.- Es la cantidad de bienes o servicios que posee el mercado meta.

Estrategia.- Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Mercado.- lugar donde se realiza el intercambio de bienes y servicios.

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios.

Producción.-Acción de producir. Cosa producida. Acto o modo de producirse. Suma de los productos del suelo o de la industria.

2.4. IDEA A DEFENDER

La comercialización de brócoli desde la Provincia del Carchi permitirá cubrir parte de la demanda requerida en el mercado de Tokio-Japón.

2.5. VARIABLES

Variable Independiente: Demanda.

Variable Dependiente: Comercialización.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

Se ha considerado aplicar la investigación cualitativa para determinar si los productores de brócoli tienen o no el suficiente conocimiento de cómo realizar la comercialización en un país determinado, de igual manera establecer si conocen la demanda, precios, gustos y preferencias requeridas en el mercado de Tokio -Japón.

Es de gran importancia conocer que en la actualidad los agricultores no pueden comercializar sus productos directamente ya que existen intermediarios que realizan la exportación de forma directa, esto se da por la gran problemática que tiene los agricultores al no conocer los procedimientos de comercialización.

El fin de esta investigación es determinar la producción de los agricultores y la forma como se interrelacionan con el productor intermediario para conocer el proceso que tienen al momento de la exportación del producto. La información se la obtendrá mediante la utilización de los diferentes instrumentos como son la observación y la entrevista.

3.1.2. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.

Con esta investigación se pretende obtener los datos cuantificables de la cantidad de producción que existe en la provincia del Carchi y conocer parte de la demanda existente en el mercado de Tokio-Japón, como también determinar el precio del brócoli tanto en mercado interno y externo, así mismo el precio de venta a los intermediarios.

La información se la obtuvo a través de la entrevista para posteriormente analizar e interpretar los resultados que se obtendrán mediante los métodos estadísticos y de esta manera obtener una información confiable y real.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se considera muy importante tomar en cuenta los tipos de investigación las cuales ayudarán a determinar con exactitud todos los datos que se requiere y por ende se considera que son aplicables para este proyecto, a continuación se detalla los tipos de investigación a utilizar:

3.2.1. INVESTIGACIÓN APLICADA.

Una vez analizada la problemática en el sector agrícola se hizo un análisis de toda la información para poder resolver todos los problemas que tienen los productores de la Provincia del Carchi respecto a que no pueden vender su producto en forma directa.

De igual manera se considera que la investigación aplicada es importante ya que el pequeño productor desconoce que existen mercados potenciales que pueden adquirir el producto del brócoli como lo es el mercado de Tokio-Japón. En tal virtud damos cumplimiento a la investigación aplicada.

3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Para esta investigación se tomó como base fundamental las diferentes fuentes bibliográficas como libros y revistas que están encaminadas a la comercialización ya que esto permitió fundamentar cada uno de los procesos de comercialización.

Descriptiva.- Trata de obtener información acerca de un fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones.

Con esta investigación se logró describir las implicaciones que tiene los productores al no tener el conocimiento de la comercialización para poder sacar su producto a los diferentes mercados y por ende conocer la relación actual que se encuentra el productor frente al intermediario.

Explicativa: El objetivo de esta investigación es encontrar las relaciones de causa y efecto que se dan entre los hechos a objeto de conocerlos con mayor profundidad.

Es muy importante la utilización de esta investigación ya que se llegó a determinar las causas y efectos de los posibles problemas que tienen los agricultores al no poder vender su producto directamente al mercado meta.

3.2.3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

Mediante esta investigación se obtuvo información de los lugares en que los agricultores producen el brócoli como Tulcán, Montufar y Bolívar de tal manera que se observó el proceso de recolección del producto y se pudo conocer las necesidades que tienen los productores; de ahí la oportunidad de ayudarles a comercializar su producto a los mercados internacionales ya que ellos están vendiendo a los intermediarios. y con respecto a la obtención de la demanda de brócoli en el mercado de Japón se utilizó la investigación bibliográfica debido a que es apropiado ya que no existe la facilidad de hacer un estudio de campo, por lo que se usará datos ya existentes.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Para fines de la realización de esta investigación, la población con la que se trabajó para determinar la oferta está centrada en los productores de brócoli de la Provincia del Carchi, y para la demanda se trabajó con información secundaria, segmentado el mercado en Tokio - Japón se ha trabajado con la población de la ciudad ante mencionada por tratarse de un producto de consumo masivo para obtener la demanda insatisfecha.

3.4. OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
V. I. DEMANDA	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> Factores socioeconómicos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo está constituida la población de Japón (Tokio) ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población Japón (Tokio) ¿Cuál es la distribución por ingresos de los habitantes? ¿Cuál es el índice inflacionario de Japón? ¿Cuál es el índice de riesgo país? 	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		<ul style="list-style-type: none"> Factores políticos Balanza comercial 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica? ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		<ul style="list-style-type: none"> Factores legales (medidas arancelarias, no arancelarias) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de brócoli? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de brócoli? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para la comercialización del producto? 			
		<ul style="list-style-type: none"> Geográfico 	<ul style="list-style-type: none"> ¿cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino? 			
	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> 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 los productos importados? 			
		<ul style="list-style-type: none"> OFERTA 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es el precio referencial nacional/local? ¿Cuál es la competencia internacional? 			

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
V.D. COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> Factores políticos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las Exportaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica? 	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental:
		<ul style="list-style-type: none"> Factores legales (medidas arancelarias, no arancelarias) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de Brócoli? ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		<ul style="list-style-type: none"> Factor Socioeconómico (Grupo ofertante) 	<ul style="list-style-type: none"> Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 			
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> Características del producto Costos de producción Oferta exportable 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector (localización)? ¿Cómo se calcula el costo de producción del producto? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? 	Fichaje Encuesta	Cuestionario	Productores	

Fuente: Lerma y Márquez (2010)
Elaborado por: ECEYNCI

3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la obtención de esta información se acudió a fuentes bibliográficas, archivos, documentales escritos referentes al tema expuesto, información que fue validada en base a las entrevistas realizadas a los directamente involucrados en el tema.

Se realizó la entrevista a las empresas: Agroindustrial del Ecuador S.A. y Provefrut (exportadoras de brócoli a Japón), empresa que se encuentran en la ciudad de Quito.

3.6. ESTUDIO DE MERCADO

La investigación tiene como objetivo principal determinar la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón, misma que permitirá la comercialización desde la Provincia del Carchi.

Para poder dar cumplimiento con el objetivo planteado se hace necesario realizar un estudio del mercado tomando en cuenta las variables del proyecto, se ha elaborado un análisis de los principales indicadores coyunturales de Japón, con esta información se pretende identificar las posibles amenazas en mercado destino.

3.6.1. FACTORES EXTERNOS

Tabla Nº 3 Indicadores Coyunturales de Japón

INDICADORES	ÍNDICES
PAÍS	JAPÓN
CAPITAL	TOKIO
PIB	5,867 Billones USD
RIESGO PAÍS	A1
INFLACIÓN	-0.897%
POBLACIÓN	127.000.000
TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	1%
MONEDA	YEN

Elaborado por: Daniela Portilla.

Japón

Japón es una isla cuya capital es Tokio se encuentra en el hemisferio nororiental pertenece al continente Asiático se encuentra por el océano pacífico en latitudes medias al norte del trópico de cáncer al oriente de China longitud oriental, su nombre significa literalmente “el país del sol naciente”, cuenta con una superficie de 377.835 Km² la población es de 127.000.000 habitantes el idioma es Japonés el 85% de la población práctica simultáneamente la religión budista y sintoísta, la moneda oficial es el Yen. (Info Idiomas , 2013, p. 21)

1. Análisis factores socioeconómicos

PIB Japón

La economía de Japón es la tercera a nivel mundial, siguiendo Estados Unidos y China. La cooperación entre el gobierno y las industrias, la costumbre japonesa del trabajo duro y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico del que disfruta hoy en menos de medio siglo.

Según los datos otorgados por el Banco Central del Japón el PIB (2012) fue de 5,867 billones USD. El producto interno bruto de Japón creció entre enero y marzo en un 3,5% con respecto al año 2013, esto impulsado por el consumo interno. La economía japonesa también se vio beneficiada por un incremento de las exportaciones y creció un 0,9 por ciento con respecto al periodo octubre-diciembre del año pasado, según informe del Gobierno.

El consumo privado, que supone un 60 % de la economía japonesa, aumentó en un 0,9 por ciento con respecto al trimestre del año 2012, mientras que las exportaciones, que componen prácticamente el 40% restante del PIB, subieron un importante 3,8 por ciento en relación a los tres meses del año 2012.

Riesgo país

Según la Confederación de las Familias Organizadas de la Unión Europea (COFACE) ha reclasificado a Japón como una de las economías más sobresalientes de la unión europea en respuesta a sus mejores perspectivas de crecimiento. La evaluación del riesgo consideró positivo el crecimiento del PIB y la actividad económica en el primer trimestre de 2012 que creció en un 1,1% en Japón.

La inversión pública y el consumo de los hogares se incrementó en un 0.7%, apoyado por las medidas gubernamentales, que facilitaron la compra de bienes durables y de consumo de energía bajos. Por lo anterior, los analistas de COFACE prevén que el crecimiento será del orden de un 2%. Con ello el rating actualizado en julio de 2010 modificó la clasificación de riesgo de A2 en vigilancia positiva a A1 (grado medio superior).

Inflación

La inflación japonesa del periodo 2012 fue de -0,897%, durante las últimas décadas ha presentado valores muy bajos lo que indica que los precios de los bienes no han sufrido grandes aumentos sino al contrario, han estado en continuo descenso y así la inflación se mantiene controlada aportando al crecimiento del país.

Nivel de desempleo

La tasa media de desempleo en Japón cayó hasta el 4,3% en 2012, una disminución de 3 décimas respecto a 2011, el número de personas desempleadas se situó en 2,85 millones, 170.000 menos que en 2011, según los datos presentados por el Ministerio de Interior y Comunicaciones japonés.

Por sectores, se incrementó el número de personas empleadas en el área médica y de asistencia social en un 4,1% interanual hasta alcanzar los 7,06 millones, mientras la mayor caída la registró el sector de transportes y servicio postal, que bajó un 3,1% hasta los 3,40 millones. Con respecto al

mes de diciembre, la tasa de desempleo se situó en el 4,2%, una décima por encima del 4,1% de noviembre.

Análisis Factores Políticos

El Subdirector para América Latina del Ministerio de Asuntos Exteriores del Japón, Katsuhiko Imada, mantuvo una reunión con autoridades de la Cancillería ecuatoriana en el marco de una visita oficial que cumple en el país. Las delegaciones de ambos países dialogaron en torno a los temas de la agenda bilateral y reiteraron el interés común de seguir fortaleciendo la cooperación y el intercambio comercial entre Ecuador y Japón. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013)

Según el informe emitido por Japón la Organización Mundial del Comercio (2013) actualmente para el Ecuador Japón representa, el mercado más importante de Asia, con una población de alrededor de 127 millones de habitantes caracterizados por un elevado poder de compra (\$28,700 al año) pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados.

Taro Aso ex primer ministro, expresó el interés en productos agrícolas orgánicos (libre de químicos) de Ecuador, como el brócoli que tiene un valor agregado, aunque es un poco más caro podría conquistar el mercado de Japón. (El Universi, 2012)

Tabla Nº 4 Balanza Comercial Japón – Ecuador

AÑO	BALANZA EN MILLONES USD
2010	596.227
2011	414.211
2012	790.070

Fuente: Banco Central del Japón (2012)
Elaborado por: Daniela Portilla.

La balanza comercial entre Japón y el Ecuador por décadas se ha mantenido positiva, Japón es el principal proveedor en cuanto a tecnología se refiere así como también vehículos e implementos de uso médico entre

otros, cabe destacar que el mercado japonés se abastece por sí mismo un 40% de su consumo interno y el 60% proviene de las importaciones.

Según la CORPEI en términos de comercio global (importaciones + exportaciones), Japón representó en 2012 el octavo socio comercial en importancia para el Ecuador (luego de Estados Unidos, Colombia, Panamá, Venezuela, Perú, Chile y Corea). La importancia de Japón, como socio comercial, radica fundamentalmente en la magnitud de las importaciones, las mismas que representaron alrededor de un 4.23% del total importado por Ecuador durante ese año.

Análisis factores legales

La OMC sostiene que los arreglos comerciales preferenciales (ACPR) son, preferencias comerciales unilaterales. Incluyen los esquemas adoptados en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (en virtud del cual los países desarrollados aplican aranceles preferenciales a las importaciones procedentes de los países en desarrollo) y otros regímenes preferenciales no recíprocos para los cuales el Consejo General ha concedido una exención. (OMC, 2012, p. 20)

“Según PRO ECUADOR, el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) otorgado por el Japón al Ecuador, entró en vigor a partir del 01 de agosto de 1971, manteniéndose vigente hasta la actualidad, mediante el cual se otorga preferencial arancelarias a los productos agrícolas de los países participantes con la presentación del Certificado de Origen”, en la lista de los productos que tiene esta preferencia arancelaria está incluido el brócoli motivo por el cual permite que Ecuador pueda exportar su producto al mercado japonés.

Tabla N° 5 POAM Externo de Japón

ANÁLISIS EXTERNO									
PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO									
POAM									
FACTORES	CALIFICACIÓN								
	OPORTUNIDAD			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
ECONÓMICOS							X		
Producto interno Bruto	X						X		
Inflación	X						X		
Riesgo país	X								
POLÍTICOS									
Estabilidad Política	X						X		
Desempleo	X						X		
Acuerdos comerciales	X						X		
TECNOLÓGICOS									
Procesos para Optimizar el Tiempo				X			X		
Uso de la Tecnología en equipos				X			X		
Telecomunicaciones				X			X		
SOCIALES									
Barreras arancelarias	X						X		
GEOGRÁFICOS									
Vías de Acceso					X			X	
Ubicación				X			X		

Fuente: Dspace(2012)
Elaborado por: Daniela Portilla.

SIMBOLOGÍA		PUNTUACIÓN
A=	ALTO	3
M=	MEDIO	2
B=	BAJO	1

Tabla N° 6 Resumen del POAM

FACTORES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Económicos	9	
Políticos	9	
Tecnológicos	0	9
Sociales	3	
Geográficos	0	5
TOTALES	21	14

Elaborado por: Daniela Portilla.

Las empresas se desenvuelven en un medio el cuál determina su permanencia en el tiempo o su fracaso, de esto depende la habilidad que utilicen para enfrentar oportunamente en forma eficiente y acelerada, los retos del cambio como son los cambios en gustos y preferencias del consumidor o el cambio de políticas de un mercado meta las barreras de entrada o los cambios tecnológicos estos factores tan importantes pueden ocasionar efectos negativos para las empresas.

La importancia de elaborar un análisis de factores externos que afectarían a la empresa en algún momento es muy relevante ya que de ellos se puede identificar las oportunidades y amenazas en las que se va a desenvolver la empresa.

En la tabla N° 5, se destacan las oportunidades que tiene la empresa, al igual que las amenazas. Japón según el análisis realizado se muestra como una economía en continuo crecimiento, clara evidencia es el crecimiento del PIB per cápita que para el año 2012 fue de 34.193,60 USD, por lo que se argumenta que económicamente este país representa una oportunidad de alto impacto con alto poder adquisitivo por parte de sus habitantes, de esta forma este mercado se convierte en atractivo.

En lo político, se presenta una oportunidad de alto impacto, ambos gobiernos han mostrado interés por mantener buenas relaciones comerciales, cabe destacar el Sistema Generalizado de Preferencias contribuye a que se pueda ingresar con el producto especialmente en lo que respecta a productos agrícolas con poco valor agregado.

Los factores tecnológicos representan una amenaza, debido a que Japón es más competitivo clara evidencia de ello son las estadísticas de un alto crecimiento industrial.

Geográficamente se ha considerado en la presente investigación como una amenaza de alto impacto, debido a que la distancia entre Ecuador y Japón es de 5868 Km y para llegar con el producto se lo hará vía marítima por lo que se tomará un tiempo aproximado de 30 días, tiempo que para la empresa genera costos.

Análisis de las capacidades internas

Tabla N° 7 POAM Interno de Ecuador

ANÁLISIS INTERNO									
PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA									
PCI									
FACTORES	CALIFICACIÓN								
	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
GERENCIAL									
Planificación				X			X		
Organización				X			X		
Dirección				X			X		
Control				X			X		
MERCADO									
Calidad de la Marca	X						X		
Fondos para Publicidad				X				X	
TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN									
Utilización de Tecnología de punta					X		X		
Fondos para Investigación de Mercados				X			X		
FINANZAS									
Rentabilidad Sobre Activos				X			X		
Disponibilidad de Activo para Capacitación al Personal				X			X		
SERVICIOS									
Atención al Cliente pro-vta. Y pos-vta.				X			X		
Personal Capacitado para comercializar el producto				X			X		

Elaborado por: Daniela Portilla.

SIMBOLOGÍA		PUNTUACIÓN
A=	ALTO	3
M=	MEDIO	2
B=	BAJO	1

Tabla N° 8 Resumen PCI

FACTORES	FORTALEZA	DEBILIDAD
Gerencial		12
Mercado	3	3
Tecnología e Investigación		5
Finanzas		6
Servicios		6
TOTALES	3	32

Elaborado por: Daniela Portilla.

El perfil de capacidad interna, es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la empresa en relación con las oportunidades y amenazas que se presentan en el medio externo.

Para este análisis se ha considerado cinco factores estos son: gerencial, mercado, tecnología e investigación, finanzas y servicios.

Gerencialmente se argumenta que es una debilidad de alto impacto por motivos que no existe una empresa exportadora de brócoli establecida en la ciudad de Tulcán.

En cuanto al producto es muy conocido y se destaca como factor importante que el Ecuador le vende cantidades significativas de brócoli a Japón, convirtiéndose éste en el segundo socio comercial para el producto, el mayor porcentaje en lo que respecta a importaciones niponas son agrícolas y se destaca el consumo de brócoli en sus habitantes.

Si se habla de tecnología e investigación representa una debilidad de alto impacto, en la provincia no se cuenta con tecnología sofisticada que contribuya a que los agricultores puedan obtener un producto con menos costos de producción ya que muchos lo hacen de forma empírica y esto en algunas circunstancias afecta a la calidad del brócoli.

Se concluye manifestando que internamente existe una gran debilidad en cuanto a organización, por lo que se considera la necesidad de organizar legalmente a los agricultores para de esta manera buscar posesionarse en un mercado internacional.

Tabla Nº 9 Matriz FODA

FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Calidad de marca se trata de un producto conocido que busca posición en el mercado	Gerencialmente no está organizada como empresa
FACTORES EXTERNOS			No existe promoción para el producto
			Desconocimiento total de cómo hacer investigación de mercados
			la actividad de siembra se la ejecuta de forma empírica
			No existen los recursos financieros necesarios para invertir en una empresa
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
El Crecimiento del PIB se convierte en una gran oportunidad para tratar de llegar a mercado japonés	Implementar procesos que contribuyan al desarrollo internacional de la empresa	Creación de una empresa que se dedique a la recolección y comercialización del brócoli a mercados extranjeros	
La inflación es negativo por lo que se considera que el poder adquisitivo de las personas es muy bueno	Capacitar a los agricultores para que ofrezcan un producto de alta calidad acorde a las necesidades del mercado externo	Realizar investigación de mercados para buscar otras alternativas	
La estabilidad política que presenta Japón se convierte en un buen referente para vender el producto	Implementar un fondo económico para publicidad que será utilizado en concientizar a las personas en la necesidad de reciclar	Adquirir maquinarias que contribuyan a él buen manejo de los sembríos para de esta forma ofrecer producto de calidad acorde a lo que el mercado extranjero exige	
El mercado es económicamente rentable	Seguridad de compra para con los posibles clientes para así lograr captar su confianza y de esta manera suministren el producto a la empresa.	Mantener una estabilidad en el precio tanto para clientes como proveedores	
No existen barreras de entrada			
Adquisición de nuevos clientes			
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Japón es un país industrializado	Dotarse de maquinarias sofisticadas para dar mayor calidad al producto	Dotarse de un equipo humano capacitado en negociación internacional	
La distancia entre estos dos países representa costos al momento de realizar la comercialización	Promocionar un producto con los más altos estándares de calidad, con lo cual se procurará satisfacer las exigencias de la posible demanda.	Las ventas se realizaran de manera directa, logrando con esto controlar el precio final que pagarían los posibles clientes.	
	Optimizar recursos, aumentar la producción e implementar procesos para ser más eficientes		

Elaborado por: Daniela Portilla.

3.6.2. FACTORES INTERNOS

Tabla N° 10 Indicadores Coyunturales de Ecuador

INDICADORES	ÍNDICES 2012
PAÍS	Ecuador
CAPITAL	Quito
PIB	88.186 (5%)
RIESGO PAÍS (2012)	806 ptos.
INFLACIÓN	4,16%
POBLACIÓN	14.483.499
NIVEL DE DESEMPLEO	4,9%

Elaborado por: Daniela Portilla.

Ecuador

Es un país diverso y pluricultural, que posee una de las más grandes biodiversidades del planeta debido a esto en el país existe extensa variedad animal y vegetal, teniendo climas que favorecen a la producción de una gran cantidad de vegetales como es el caso del brócoli, cuenta con una arraigada cultura agrícola produciendo cientos de bienes de consumo.

El Ecuador posee 5 puertos marítimos internacionales desde donde se llevan a cabo transacciones comerciales con diferentes países, siendo el Puerto de Guayaquil el más importante.

PIB

Ecuador en el 2012 creció en un 5% más que el periodo anterior ubicándose según los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador en quinto lugar entre los países de Suramérica y el Caribe, con un PIB de 88.186 millones de dólares.

Durante los últimos 7 años ha venido experimentando un crecimiento que se podría llamar constante, lo que quiere decir que la producción del país se ha incrementado y por ende su economía también.

Esta dinámica que ha surgido, se debe entre otras causas a la estabilidad monetaria lograda con la dolarización, pero sobre todo como fruto de concesiones unilaterales otorgadas por la Unión Europea y Estados Unidos.

Riesgo país

La seguridad que brinda el país a los inversionistas extranjeros, medida por el riesgo país, ha registrado importantes variaciones. En enero 2011, el riesgo país fue de 841 puntos, mientras que para enero del 2012 se registró en 806, 35 puntos menos que el periodo anterior; por lo tanto se considera que es bueno ya que Ecuador no tiene un riesgo país alto lo cual permite que se pueda invertir en nuestro país . (Banco Central del Ecuador, 2013)

Inflación

Ecuador mostró 1,25 puntos menos de inflación que la registrada en el año 2011, cerrando en diciembre del 2012 con 4,16%, demostrando así que el país mantiene su economía estable y sus habitantes poseen un buen poder adquisitivo. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Nivel de desempleo

Según datos del BCE 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 año pasado cuando fue de 5,1 %.

Respecto al primer trimestre del 2011 bajó más de dos puntos porcentuales, pues en ese entonces el desempleo fue de un 7 %. Así mismo, ascendió la Población Económicamente Activa (PEA), pues mientras a inicios de año fue de más de 4,6 millones de personas, a finales de 2011 se situó en 4,5 millones.

La ciudad que registra más desempleo es la portuaria de Guayaquil donde es de 6,3 %, seguida de la costera de Machala 5,9 %, de las serranas de Cuenca 4,7 %, Ambato 4,4 % y Quito 3,7 %. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Que haya una reducción en la tasa de desempleo hace que la economía del país mejore al generarse mayores ingresos.

Balanza comercial Ecuador - Japón

Tabla N° 11 Balanza Comercial Ecuador- Japón

AÑO	BALANZA EN MILLONES USD
2010	-596.227
2011	-414.211
2012	-790.070

Fuente: BCE (2013)
Elaborado por: Daniela Portilla.

La tendencia que ha seguido la balanza comercial bilateral durante la última década, ha sido bastante irregular las exportaciones han crecido a un ritmo constante de aproximadamente un 15% anual, como lo expresa las estadísticas del Banco Central del Ecuador en el año 2012, mientras que las importaciones han tenido importantes variaciones, dando como resultado un saldo igualmente variable, pero sin llegar a ser positivo para el Ecuador, por lo tanto la Balanza Comercial para este año es positivo debido a que las exportaciones superaron a las importaciones.

El Ecuador en su mayoría importa partes y piezas de vehículos, material para uso quirúrgico así como también tecnología, lo que explica el comportamiento de la balanza comercial, mientras que Japón es un gran

importador de frutos comestibles, combustibles minerales, madera, pescados y crustáceos, cacao y sus preparaciones, legumbres y hortalizas.

Exportaciones

Ecuador se caracteriza por ser un país eminentemente agrícola, las grandes extensiones de tierra que posee así como también el clima son factores muy importantes que contribuyen a la agricultura de este país.

En la actualidad Japón constituye el octavo mercado de exportación más importante para el Ecuador captando el 2.62% de las exportaciones totales en 2012 exportando en éste año una variedad de 2063 partidas arancelarias, de las cuales 89 partidas arancelarias se exportaron hacia Japón, esta última cifra equivale a 4.31% del total de partidas arancelarias. (FAO, 2013)

Los principales productos exportados a Japón pertenecen al rubro alimentos, entre los que dominan las exportaciones de banano, productos del mar, camarón, atún, langostinos, tiburón, entre otros. Otros productos de importancia son: café y elaborados de café; harina de pescado; cacao y elaborados de cacao; jugos y 31 concentrados de frutas, etc. Dentro de las materias primas y productos industrializados, destacan las exportaciones de madera en bruto e industrializada; y fibras de albaca, representando también el segundo país que más importó brócoli en los últimos años. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013)

3.6.3. ANÁLISIS PORTER

Porter se refiere a estas fuerzas como el micro entorno, para contrastarlo con el término más general de exploración del entorno macroeconómico. Se refieren a las fuerzas cercanas a la empresa que afectan a su capacidad para ofertar a sus clientes y obtener un beneficio.

1. Clientes

Tabla Nº 12 Clientes

EMPRESA	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Dah Chong Hong (Japan) Ltd	Tokyo, JAPAN	5-18-2 Roppongi Minato-ku	81-3-3582-0708
Greenpal Company Inc	Tokyo, JAPAN	#9-7, 4 Chome Tokai Ota-ku	81-3-3790-1687
Matsusho Co, Ltd	Tokyo, JAPAN	3-2-6 Tokai Ihta-ku	81-3-5492-3103
Tohato Seika Co Ltd	Tokyo, JAPAN	1-17-17 Miyamae Suginami-ku	81-3-3334-2170
Zespri Group Japan LTD	Tokyo, JAPAN	3 F Sanbancho Yayoikan 6-2 Sanbancho Chiyoda-KU	81-3-3288-9341

Fuente: Red Book Credit Services
Elaborado por: Daniela Portilla.

Se ha identificado a los posibles clientes ubicados en Tokio, los mismos que son potenciales compradores en lo que respecta a las hortalizas, frutas y vegetales. Con la selección del mercado meta se procederá a desarrollar estrategias para la comercialización, distribución y promoción del brócoli en el mercado japonés.

El volumen del consumo de frutas y vegetales en el Japón ha tenido un incremento del 2% en el año 2012, así lo manifiesta la FAO (2013), alcanzando un total de 89 millones de toneladas, se espera que para finales del 2013 se incremente el volumen a 90 millones de toneladas.

Se menciona también que la tendencia de diversificar la dieta por parte de los consumidores nipones hoy en día juega un papel muy importante, con el fin de mejorar la salud y el buen estilo de vida, el gasto en frutas y vegetales representa el segundo rubro en la canasta familiar japonesa, ya que ellos buscan la combinación de calidad y buen precio, sin embargo, siempre

priorizan la calidad al precio y jamás adquieren un producto que les cause mala impresión (FAO, 2013, p. 10)

2. Proveedores

Los Cantones Bolívar, Montufar y Tulcán son los principales productores de brócoli, los datos otorgados por el MAGAP exponen la lista de los principales productores.

Tabla N° 13 Proveedores

N°	Nombres	N°	Nombres
1	José Hermógenes Quespaz	24	Guillermo Arcos Tulcanaza
2	Jesús Salvador Cuamacas Medina	25	Héctor Patricio Armas Aldas
3	Luis Mario Rodríguez Chiscue	26	Gustavo Marcelo Rodríguez Robles
4	Rigoberto Rodríguez Fuentes	27	Jenny Vanessa Chamorro Pozo
5	Pablo Andrés Villareal Montenegro	28	José Alonso Rodríguez Guachá
6	Manuel Alcívar Martínez	29	Cecilia Esperanza Obando Reascos
7	Luis Octaviano Valencia Trujillo	30	Dora Paulina Pozo Bastidas
8	Pedro Antonio Carvajal	31	José Miguel Guerrón Cevallos
9	Olavo Emilio García Chamorro	32	Edmundo Cuasapaz
10	Carlos Delgado	33	Julio César Chulde Méndez
11	José Urcuango	34	Segundo César Quintanchala
12	Galo Bolívar Morillo Lara	35	Luis Arturo García Ortega
13	Elogia Enriqueta Pantoja Puetate	36	Luis Antonio Villarreal
14	Manuel Valenzuela	37	Alfonso Vicente Erazo
15	Armando Amílcar Carapáz Cevallos	38	José Andrés Gesama Lomas
16	Aníbal Arnulfo Martínez	39	Guido Hermel Montenegro Rosero
17	Pedro Máximo Rodríguez	40	Pedro Almeida
18	Luis Oswaldo Puetate Castillo	41	Jorge Aníbal Puetate
19	José Arsenio Paspuel Usiña	42	José Marcelo Mueses
20	Zoila Alicia Cuasapaz Erazo	43	Ermes Ramiro Cuaical Escobar
21	Yolanda Esperanza Criollo Coral	44	Claudio Ernesto Enríquez
22	María Calpa Tucanéz	45	José Vicente Mueses Pozo
23	Rodrigo Heriberto Galindo Potosí		

Fuente: MAGAP
Elaborado por: Daniela Portilla.

Son un total de 45 agricultores que en la provincia del Carchi se dedican al cultivo del brócoli, mismos que producen aproximadamente 9165 tn de brócoli anual.

3. Competencia Internacional

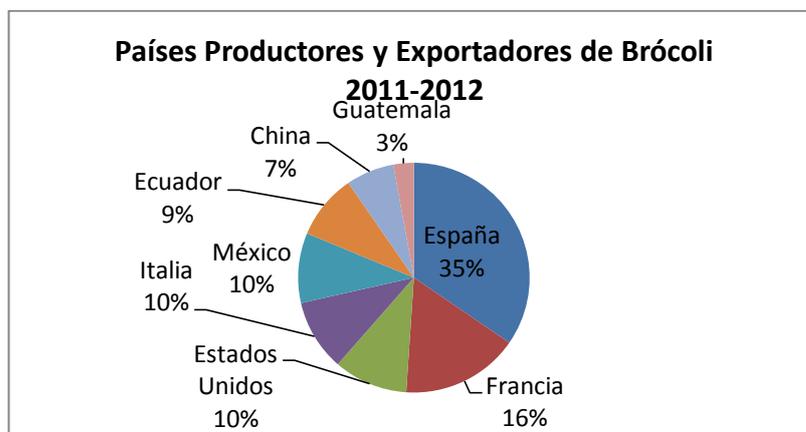
Según se muestra en la tabla existen bastantes países que producen el brócoli entre ellos los principales proveedores de brócoli a Japón esta China, Ecuador y México, países que para el Ecuador son competencia muy fuerte ya que son países más desarrollados.

Tabla N° 14 Países Productores y Exportadores de Brócoli hacia Japón

PAÍS	2010 En Miles de USD
España	340.185
Francia	162.213
Estados Unidos	102.003
Italia	98.695
México	96.816
Ecuador	89.919
China	66.106
Guatemala	28.093
Holanda	26.547
Alemania	23.129
Jordania	14.197

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Daniela Portilla.

Gráfico Nº 1 Países Productores y Exportadores de Brócoli



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Daniela Portilla.

Actualmente México es el quinto exportador mundial de brócoli, Ecuador en el período 2011-2012 fue el sexto exportador mundial de brócoli; representando el 9% de las exportaciones mundiales. (BCE, 2012)

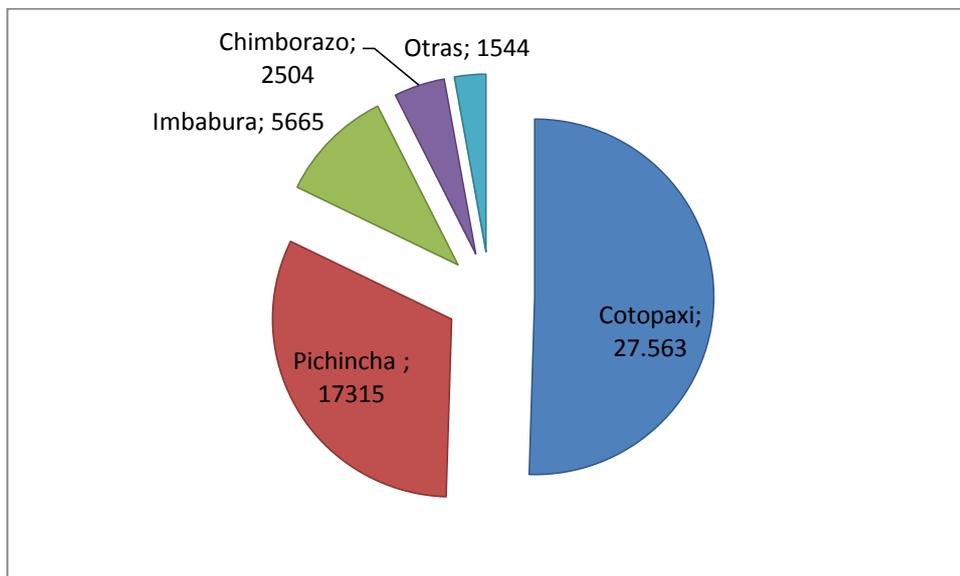
En el periodo 2012, España registró el 35% de las exportaciones totales a Japón, convirtiéndose en este periodo como país que más vendió brócoli, cabe mencionar que éste país es quien abastece al resto de países de la Unión Europea.

Estados Unidos también es productor pero la mayor parte de su producción la utiliza para consumo interno y por ser un país industrializado lo vende como producto enlatado agregándole valor y lo más importante satisfaciendo gustos y preferencias del consumidor no solo de EE.UU. sino también del resto del mundo

Competencia Nacional

Por la gran acogida que tiene el brócoli en el mercado internacional, se puede manifestar diciendo que la competencia nacional para nuestra provincia son Cotopaxi, Pichincha, Imbabura y Chimborazo.

Gráfico N° 2 Provincias del Ecuador productoras de Brócoli



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Daniela Portilla.

Las zonas adecuadas para el cultivo de brócoli está caracterizadas por ser zonas húmedas - montañosas, con clima templado y frío, con alturas entre los 2,700 y 3,200 metros sobre el nivel del mar (msnm), por lo que la región andina se convierte en la ideal para este cultivo.

En el gráfico N° 2 se observa las principales provincias del Ecuador que producen brócoli, Cotopaxi que representa el 50% de la producción total del Ecuador convirtiéndose en el primer competidor nacional, le sigue Pichincha con el 32% e Imbabura con el 10%, este análisis muestra una clara competencia nacional que tiene ya un mercado asegurado en el extranjero. (MAGAP, 2013)

Del total de la producción de brócoli en el país, que se calcula bordea las 50 mil toneladas métricas anuales, apenas el 40% se queda para el consumo interno, así lo sostuvo Ernesto Rivadeneira, presidente de la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (APROFEL, 2012).

En consecuencia, el mercado externo es ideal para este tipo de alimento, que se caracteriza por su importante valor nutritivo.

4. Productos Sustitutos

La col blanca puede sustituir en precio y en sabor al brócoli. Pero cabe destacar que el brócoli es fuente de ácido fólico.

Otro de los grandes sustitutos según la FAO (2013), es la coliflor, entre las diferentes propiedades nutricionales y beneficios que se encuentra en la coliflor es su alto contenido en agua, y sin embargo bajo contenido energético, por lo que la coliflor es ideal en dietas de control de peso. Se considera que es una gran fuente de vitamina C, fibra, ácido fólico, magnesio, potasio y calcio, y cuenta también con propiedades antioxidantes que ayudan a reducir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.

Lo anteriormente mencionado muestra una gran competencia con el producto sustituto, el mercado meta podría pretender adquirir la coliflor por ser menor el costo, pero cabe destacar que en cuanto a propiedades nutritivas el brócoli muestra mayor calidad.

3.7. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTERNO

1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Según la información otorgada por la FAO (2012), se estima que los japoneses gastan entre un 27% y un 30% de su ingreso en alimentos. Gran parte de estos gastos se realiza en comidas fuera del hogar, y la participación de frutas y hortalizas.

Los japoneses se encuentran entre los mayores consumidores de vegetales frescos del mundo, el consumidor japonés es muy cuidadoso en su alimentación y salud por tal motivo ellos no adquieren productos químicos

debido a que afecta a su salud; por la que se ha incrementado la demanda de productos vegetales, de tal manera que se puede concluir que el consumidor japonés adquiere con frecuencia el brócoli debido a los altos valores nutritivos que tienen este producto.

2. PRODUCTO

FICHA TÉCNICA DEL BRÓCOLI	
	
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	
NOMBRE DEL PRODUCTO	BRÓCOLI
NOMBRE CIENTÍFICO	Brassica oleracea Híbrido Legacy
VARIEDAD	Híbrido Legacy
UNIDAD DE MEDIDA	Kilogramo
PARTIDA ARANCELARIA	0704010000
DESCRIPCIÓN GENERAL	El brócoli (<i>Brassica oleracea</i> itálica) es una planta de la familia de las <i>Brasicáceas</i> , antes llamadas <i>Crucíferas</i> , que es un conjunto de yemas florales que están en desarrollo y que tienden a florecer en muy poco tiempo
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO	
FORMA	El brócoli posee abundantes cabezas florales carnosas dispuestas en forma de árbol, sobre ramas que nacen de un grueso tallo comestible
TAMAÑO	Este será de acuerdo a la categoría que pertenezca el brócoli
COLOR	Verde intenso
TEXTURA	Firme
REQUISITOS DE CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • EL brócoli debe conservarse adecuadamente hasta el momento del consumo. • Las condiciones y duración del almacenamiento influyen mucho en el aspecto y valor nutritivo. • La mayoría de las hortalizas deben conservarse a temperaturas bajas con una alta humedad ambiental. • En el frigorífico se pueden conservar algunos días, según la clase de hortaliza. • Estar libres de decaimiento, productos marchitos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Estar libres de maduración excesiva. • Estar exentos de decoloración del racimo o de las hojas. • Estar exentos de suciedad, olores, sabores u otros materiales ajenos al producto. • Estar exentos de enfermedades, insectos o daños causados por estos
OTRAS ESPECIFICACIONES	
<p>PRESENTACIÓN</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Los brócolis deberán estar limpios, frescos, enteros y sanos. Pertenece al mismo cultivar y deberán tener un grado de madurez comercial, que les permita soportar el manipuleo, transporte y conservación en buenas condiciones. Los brócolis deberán ser acondicionados, de tal manera que estén protegidos, ventilados y bien presentados. • Los brócolis se deberán envasar para el expendio al por mayor en bolsas de polietileno libres de hojas por unidad.
<p>ROTULADO</p>	<p>Para el etiquetado se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos con tinta o pegamento no tóxico. Asimismo el etiquetado contendrá como mínimo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre o marca del producto cuando corresponda. • Designación del producto según la calidad y tamaño. • Procedencia. <p>Peso neto en kilogramos</p>
<p>TRANSPORTE</p>	<p>El medio de transporte empleado no deberá transmitir a los brócolis, características indeseables que impidan su consumo</p>

Elaborado por: Daniela Portilla.

La FAO (2012) define al brócoli como “la hortaliza de mayor valor nutritivo por unidad de peso de producto comestible”. Mayormente compuesta de agua –casi un 80%, este vegetal es también muy generoso en vitaminas y minerales constituyéndose en una excelente fuente de vitamina C.

Se considera que 200 gramos de esta hortaliza cubren con creces las necesidades mínimas diarias de vitamina ya que aporta 116 mg por cada 100 gramos de brócoli, contiene vitaminas B 1 , B 2 , B 6 y E.

Consumo recomendado de brócoli.

La Organización Mundial de la Salud recomienda ingerir un mínimo de ciento ochenta gramos semanales de brócoli que aporta 2 de los 15 mg de

hierro al día recomendados para las mujeres. En cuanto a los hombres, proporciona el 25% de la cantidad diaria aconsejada. Si se consumen semanalmente dos o tres porciones de brócoli, se incrementan los niveles de hierro.

Tabla Nº 15 Importaciones Japonesas de Brócoli

AÑO	IMPORTACIONES DE JAPÓN EN TN	IMPORTACIONES DE TOKIO EN TN
2008	20648.253	10324.1265
2009	23115.593	11557.7965
2010	26577.318	13288.659
2011	36579.883	18289.9415
2012	42066.865	21033.4325

Elaborado por: Daniela Portilla.

En el 2010, el brócoli fresco procedente de China lidera en las importaciones japonesas, el cual representa el 59.2% del total, seguida de las de Ecuador con el 30.9%, el tercer lugar lo ocupa México con el 7.0 %. El resto de otros países., (Nichinuku Ltda, 2011, p. 28).

Para el 2011 Estados Unidos lidera en las importaciones japonesas, el cual representa el 92.2% del total, seguida de las de China con el 6.4%, el tercer lugar lo ocupa México con el 0.3 %; el resto de otros países. Las importaciones para este producto resultó un incremento en volumen del 2.5%, y un decremento del 2.5% en valor en yenes, con respecto al año anterior 2010. (Nichinuku Ltda, 2011, p. 30)

Del total de las importaciones japonesas de brocolí el 50% esta destiando para consumo de Tokio como se lo evidencia en la tabla Nº 15.

Tabla N° 16 Exportaciones de Tokio

AÑO	EXPORTACIONES TOKIO EN TM
2008	5420.23
2009	6880.35
2010	7240.25
2011	6486.23
2012	5836.25

Elaborado por: Daniela Portilla.

“Desde que surgió el comercio internacional moderno, los países han intentado mantener una balanza comercial favorable, es decir, exportar más de lo que importan”. (Banco Central del Ecuador, 2013), en este contexto cabe destacar que Japón es uno de los países que el 60% de sus productos de la canasta familiar son importados de otros países según lo informado por la FAO (2013).

En tabla N° 16 se destacan las exportaciones japonesas de brócoli al resto del mundo, se observa que en los años analizados existe una dinámica decreciente para el periodo 2011 se exportó una cantidad del menos 10% que el periodo anterior. “Este fenómeno se dio por motivos que la mayor parte del producto se queda para consumo interno, el consumo de vegetales muestra un crecimiento muy importante durante los últimos años, pasando de 2.17 millones de toneladas en 2008 a 2.90 millones de toneladas en 2011, particularmente debido al fenómeno de “occidentalización” de la dieta de sus habitantes en las zonas urbanas, así como la necesidad de contar con alimentos de fácil y rápida preparación, según lo publicado por la Organización de Agricultura y Alimentos”. (FAO, 2013)

Se provee que para los años siguientes tomando como base el año 2012 las exportaciones de brócoli japonesas aumenten en un 0,66%, mientras que las importaciones presenten un aumento de aproximadamente un 12% anual. (FAO, 2013)

3. PRECIOS HISTÓRICOS Y PROYECTADOS

Tabla Nº 17 Precios Históricos y Proyectoados

AÑO	PRECIO HISTÓRICO C/Kg FOB	AÑO	PRECIO PROYECTADO C/Kg FOB
2008	1.1234	2013	1.38529
2009	1.1443	2014	1.44048
2010	1.2376	2015	1.49567
2011	1.2436	2016	1.55086
2012	1.3497	2017	1.60605

Fuente: FAO (2013)
Elaborado por: Daniela Portilla.

La tabla anterior muestra los precios históricos del brócoli en valor FOB, que adquirió Japón a diferentes mercados extranjeros, cabe analizar el precio ya que se considera que es un factor muy importante que marca la diferencia al momento de adquirir el producto.

Como el brócoli ecuatoriano es de muy buena calidad, se ha diversificado la línea de productos a través de mezclas y diferentes presentaciones; manteniendo primordialmente la calidad superior de nuestro brócoli que se posicionará en nichos de mercado altos donde la calidad supera el precio como factor determinante de la compra. (FAO, 2013)

En cuanto al precio de venta de los productos, deberá tomarse a consideración los costos de producción que implica el ofrecer un producto con la mejor calidad. Se comenzará estableciendo precios relativamente competitivos para dar a conocer la empresa a los posibles compradores y así ganar participación en el mercado, por lo tanto el precio promedio es de 149.567 USD.

Exportaciones ecuatorianas de brócoli a Japón

El Banco Central del Ecuador en el informe anual 2012, informa que a partir del año 2009 se produce un comportamiento netamente creciente del flujo de exportaciones de brócoli, tomando en cuenta que en los años precedentes el comportamiento había sido un tanto inestable.

Entre los años 2010 y 2011 el flujo exportable crecía en un 39% equivalente a un incremento de 24 mil a 33 mil Tm, mientras que entre 2011 y 2012, el crecimiento fue de 24% llegando a 41 mil Tm. Para el año 2013 se estima que las exportaciones llegaron a 42 mil Tm.

Cabe también recalcar que por su alto valor nutritivo, en los últimos años se ha dado mayor importancia a su consumo, debido a resultados de investigaciones que afirman su efectividad en la prevención y control del cáncer por el alto contenido de ácido fólico.

OFERTA:

Tabla N° 18 Oferta de la Provincia del Carchi de Brócoli

AÑO	OFERTA ACTUAL EN TONELADAS
2008	2779.20
2009	3335.04
2010	4002.05
2011	4802.46
2012	5762.95

Fuente: MAGAP (2013)

Elaborado por: Daniela Portilla.

Datos otorgados por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca del Carchi, muestran que en la Provincia la producción de brócoli aumentado de forma acelerada, muchos productores ven a este producto como una oportunidad para llegar a mercados internacionales brindando calidad acorde a las exigencias de los clientes extranjeros.

En la tabla N° 18 se observa una dinámica de crecimiento de aproximadamente el 20% anual de producción en el Carchi, convirtiéndose en el la tercera provincia con mayor producción en el Ecuador, se prevé que para los años siguientes la producción mantenga el mismo crecimiento.

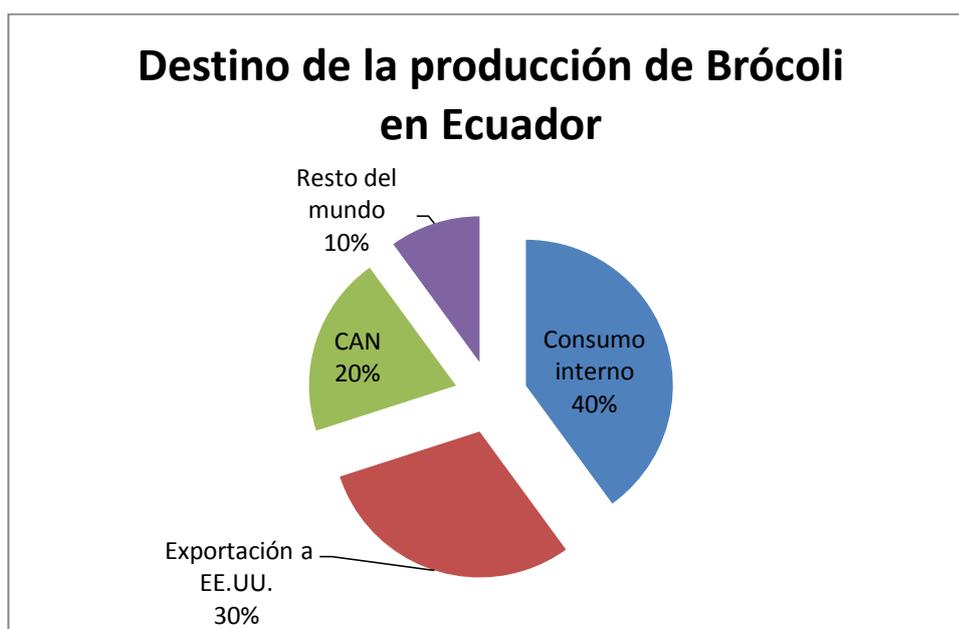
Oferta exportable

Ernesto Rivadeneira, presidente de la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (APROFEL). Sostiene que la distribución de la producción del brócoli se la realiza de la siguiente manera:

Tabla N° 19 Destino de la producción de Brócoli en Ecuador

%	DESTINO
40	Consumo interno
30	Exportación a EE.UU.
20	CAN
10	Resto del mundo

Fuente: Ernesto Rivadeneira
Elaborado por: Daniela Portilla.



Fuente: Ernesto Rivadeneira.
Elaborado por: Daniela Portilla.

Tabla N° 20 Cálculo de la demanda insatisfecha

AÑO	OFERTA PROYECTADA	OFERTA EXPORTABLE
2013	6915.54	691.554
2014	8298.65	829.865
2015	9958.38	998.838
2016	11950.05	1195.505
2017	14340.06	1434.006

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 20 se presenta la oferta proyectada en un 20% de los cuales según los datos se calculó el 10% que representa la oferta exportable para el resto del mundo, datos que para la presente investigación servirán para determinar la demanda efectiva del proyecto.

Tabla N° 21 Demanda Insatisfecha

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUC CIÓN (+)	CNA	POBLACIÓN NACIONAL	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL		DÉFICIT (KG)	POBLACIÓN ESTRATIFICADA	DÉFICIT TOTAL TOKIO (TM)	COBERTURA	
	TM	TM	TM	TM		REAL (KG)	RECOMEN- DADO (KG)				(KG)	(KG)
2012	5836	5960	20180	20304	10987500	3,08	9,00	5,92	6592500	39029	576,30	1,48%
2013	5875	6105	23207	23437	11097375	3,52	9,00	5,48	6658425	36489	692	1,90%
2014	5914	6254	26688	27029	11208358	4,02	9,00	4,98	6725009	33497	830	2,48%
2015	5953	6407	30691	31146	11320432	4,59	9,00	4,41	6792259	29985	999	3,33%
2016	5992	6563	35295	35866	11433635	5,23	9,00	3,77	6860181	25876	1196	4,62%
2017	6031	6723	40589	41281	11547973	5,96	9,00	3,04	6928784	21078	1434	6,80%
TOTAL	35601	38012	176651	179062						185952	5726	3,43%

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para determinar la demanda insatisfecha se ha recurrido a el cálculo de aquella demanda que no ha podido ser cubierta en el mercado de Tokio, los datos que se ha obtenido durante la investigación han contribuido para poder hacer las proyecciones de los cinco años siguientes.

El mercado se lo ha segmentado considerando a que parte de la población de Tokio se puede llegar, las familias con alto poder adquisitivo son leales a los productos o marcas que satisfacen sus necesidades, cabe destacar que esta parte de la población consume el 35% de verduras principalmente el brócoli, de la población total de Tokio el 60% representa las de alto poder adquisitivo. (FAO, 2013).

Se ha considerado para esta investigación calcular el consumo nacional aparente, indicador que se lo obtiene mediante la suma de las importaciones más la producción local y restando las exportaciones, este valor se lo ha dividido para la población con alto poder adquisitivo de Tokio obteniendo como resultado el consumo real es decir la cantidad que en la actualidad se consume de brócoli.

El consumo recomendado de brócoli es de 9 Kg anuales, en la tabla N° 21 se observa un déficit de 5,48 Kg para el año 2013, valor que multiplicado para la población se obtiene la cantidad en toneladas de demanda insatisfecha para cubrir en al año 2013, se ha considerado también hacer el cálculo de la demanda efectiva para lo que se ha tomado en cuenta la oferta exportable del proyecto, el resultado para el primer año analizado es de 1,90% que representa el porcentaje de participación de la empresa en el mercado de Tokio, obteniendo un promedio de aproximadamente el 3,43% de demanda efectiva a cubrir en los años analizados.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN:

Gráfico N° 3 Canales de Distribución



Elaborado por: Daniela Portilla.

El canal de distribución que se utilizará para llegar con el producto al consumidor final será un canal de tipo largo, en el que se adquiere el brócoli a los productores de la Provincia del Carchi, luego se procede a congelar el producto y prepararlo para su exportación a país de destino por parte de la exportadora llevando el producto a las empresas importadoras ubicadas en Tokio, para finalmente ser distribuido al consumidor final.

Estrategia de Ingreso

Tomado en cuenta las formas de ingreso a países extranjeros, se ha considerado hacer uso de la exportación directa por ser la forma que tiene menos compromiso, bajo riesgo, utiliza pocos recursos, menos arriesgada más sencilla y es una de las primeras formas de internacionalizarse.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Debido a que existe demanda de brócoli en el mercado japonés, los productores carchenses ven como una oportunidad de posesionar su producto con los más altos estándares de calidad, para que sea reconocido internacionalmente el brócoli.
- Los productores de brócoli de la provincia del Carchi no han logrado exportar su producto porque no han tenido acceso a la información oportuna a mercados internacionales, tampoco tienen contactos de negociación con clientes potenciales, además desconocen el proceso de exportación.
- La investigación ha permitido llegar a establecer que existe un mercado potencial por satisfacer en Tokio – Japón, tomando en cuenta que el consumo real que en la actualidad es menor al recomendado en un 5,48%, mismo que necesita ser cubierto, por un producto de calidad que ofrece la Provincia del Carchi.
- Las preferencias arancelarias que el Ecuador tiene con Japón, disminuyen las barreras de acceso del producto ecuatoriano a ese país, siendo más competitivos, en cuanto a precio se refiere, en relación con otros países exportadores.
- En la provincia del Carchi no se cuenta con un centro de acopio que se dedique a la recolección del brócoli mucho menos con una empresa que comercialice el producto en el exterior, por lo que se hace necesario crear una empresa que se dedique tanto a la recolección del producto como a la comercialización del mismo, para de esta forma hacer conocer que existe oferta para satisfacer parte de la demanda y cubrir el mercado

con un promedio de la demanda efectiva del 3,43% para los años que se ha elaborado el estudio y por ende la reactivación de la economía en el sector.

- El estudio ha permitido identificar que pequeños y medianos productores no pueden colocar sus productos en el exterior por si solos, debido a que enfrenta limitaciones de tipo administrativo, de comercialización, financiero e inclusive hasta de producción.
- Se concluye que el proyecto es económicamente factible, se ha analizado la tasa interna de retorno que dio como resultado ser mayor que la tasa de rentabilidad exigida por el inversionista, mientras que el valor actual neto de los flujos descotados es mayor a cero y el periodo de recuperación de la inversión es aproximadamente en cuatro años tiempo que se lo ha considerado acorde a las necesidades y por cada dólar invertido la recuperación del dinero es de 0.79 centavos de dólar.

4.2. RECOMENDACIONES

- Crear una empresa que se dedique a recolectar y comercializar el brócoli en el exterior, para de esta forma ofrecer a mercado extranjero un producto acorde a las necesidades de los demandantes satisfaciendo gustos y preferencias.
- Implementar un plan estratégico enfocado al incremento de la producción y al cumplimiento de los objetivos de la misma, que contribuya a la concienciación de los agricultores a producir en mayor cantidad sin disminuir la excelente calidad del brócoli. Convirtiendo a esta actividad en un atractivo para nuevos productores.
- Tecnificar la producción de brócoli congelado manteniendo los excelentes niveles de calidad para lograr ser competitivo en el mercado internacional, así como también realizar alianzas estratégicas con ramas afines a la producción que ofrezcan curso de actualización y métodos

para la fabricación de abonos orgánicos, para mantener el atractivo del cultivo del brócoli al no utilizar en su producción insumos químicos.

- El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP) deberá impulsar el fomento de este cultivo promisorio y rentable, mediante el desarrollo de variedades de alto rendimiento y la generación de tecnología productiva de bajo costo que eleve sus rendimientos y le haga cada vez más competitivo al producto del brócoli.
- Realizar el estudio de factibilidad para determinar si es factible o no poner en marcha el proyecto de tal manera que podamos identificar que tan rentable es exportar un producto de calidad hacia los diferentes mercados internacionales.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Estudio de factibilidad para determinar parte de la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su comercialización desde la Provincia del Carchi.

5.2. JUSTIFICACIÓN

Uno de los productos que ha estado teniendo un constante crecimiento y que ha logrado posesionarse en el mercado del consumo interno y en el mercado Japonés es el brócoli, este producto no era muy conocido entre los consumidores y por ende su consumo era mínimo, pero desde hace unos 25 años su consumo a nivel mundial obtuvo una tasa de crecimiento sorprendente y ante la presencia del proceso de globalización, la competitividad es un requisito indispensable para nuestra provincia del Carchi y del Ecuador entero.

En la actualidad se encuentra, algunas empresas dedicadas a la producción y comercialización de brócoli, ubicadas en la sierra norte del país, las cuales generan aproximadamente 1500 empleos. La provincia del Carchi es considerada eminentemente agrícola, y una de las principales actividades económicas que predomina en esta provincia está directamente relacionada con esta actividad. Por su ubicación geográfica de la provincia dentro de Ecuador que superan los 3000 metros sobre el nivel del mar, los cultivos de brócoli tienen un alto rendimiento. Adicionalmente a la calidad de los cultivos se suma la capacidad de mantener una producción continua a lo largo de todo el año. El terreno se siembra en forma escalonada y, según la planificación de producción industrial La demanda de brócoli congelado por países de la Unión Europea y en especial de Japón constituye en un mercado tentativamente amplio, por lo que se presenta la necesidad de

crear una empresa exportadora, misma que contribuya a que los agricultores de la Provincia del Carchi puedan obtener por su producto mayor rentabilidad, generando empleo y estabilidad para sus participantes y ventas, se obtiene cosechas semanales.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para determinar parte de la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su comercialización desde la Provincia del Carchi.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Fundamentar científicamente el estudio de factibilidad.
- ✓ Establecer un estudio técnico, logístico y financiero del Proyecto.

5.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Según Varela, “se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Significa “que se puede hacer”.

Factibilidad. Estructura.

Para Coss (2012), un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a) Presentar un resumen de proyecto.
- b) Elaborar cada parte por separado.
- c) Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d) Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e) Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Evaluación de un Proyecto Factible.

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

- Evaluación Técnica.
- Evaluación Ambiental.
- Evaluación Financiera.
- Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.5.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en la región norte del país, en la provincia del Carchi, cantón Tulcán, parroquia González Suarez.

5.5.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Gráfico N° 4 Micro Localización

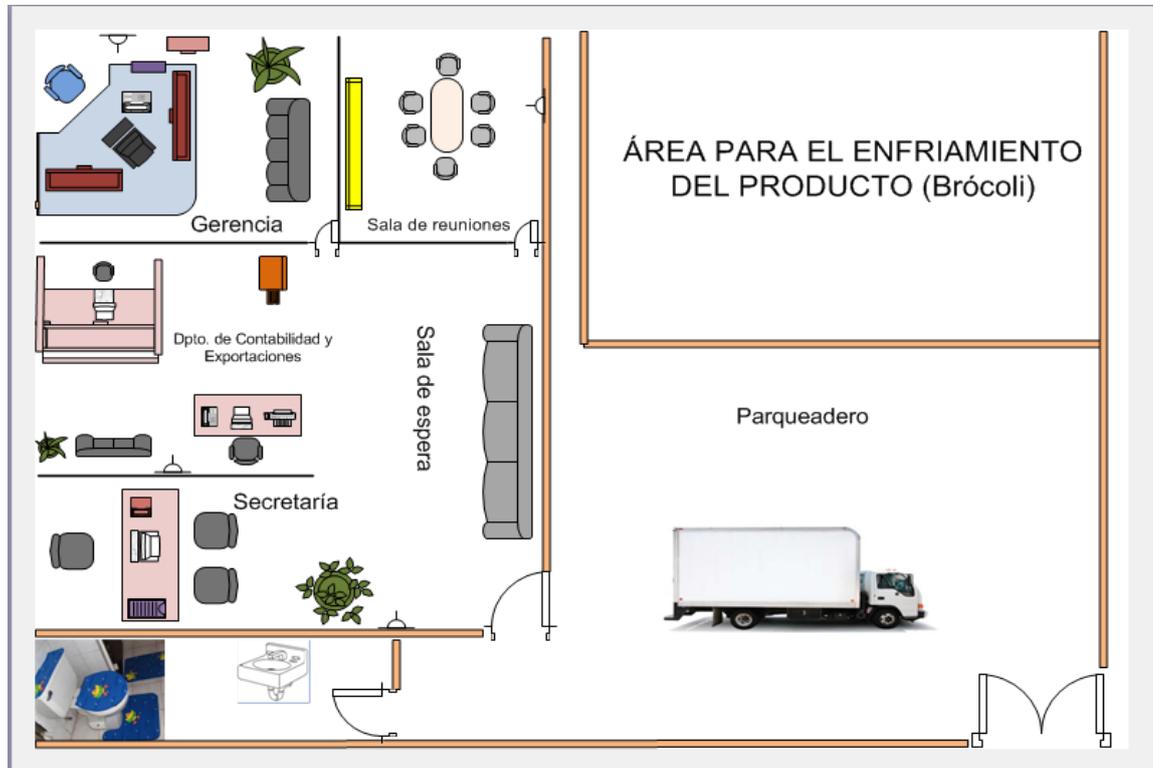


Elaborado por: Daniela Portilla.

La empresa "Comexport Broccoli Cía. Ltda.", estará ubicada en la ciudad de Tulcán, en el sector sur, en la Av. Veintimilla entre las calles Gral. Antonio Nariño y Carlos Oña Benavides, se ha visto la necesidad de ubicarle en este sector debido que el espacio físico es adecuado para el ingreso y salida del medio de transporte que se va a utilizar y queda a las afueras de la ciudad de Tulcán.

5.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Gráfico N° 5 Ingeniería del Proyecto



Elaborado por: Daniela Portilla.

El espacio físico de “Comexport Broccoli Cía. Ltda.”, tendrá un área de 500 m² la misma que estará distribuida en 4 departamentos como son: gerencia, secretaria, departamento de contabilidad y exportaciones y un espacio físico donde se colocará el cuarto frío para el producto. El número de personas a trabajar en la misma será de cinco. Estos departamentos estarán conectados entre ellos, de esta manera se lograra una integración y unificación exitosa para el adelanto y progreso de la empresa.

1. Gerencia.- lugar donde el gerente general podrá atender los diferentes asuntos de negocios, la oficina está equipada con todas las herramientas para el desempeño de su cargo.

2. Departamento de contabilidad y exportación.- Es muy importante que estos dos departamentos estén integrados entre sí para el mejor desempeño

de los tramites de exportación, el cual esta con los materiales necesarios para el desarrollo de cada una de sus funciones.

3. Secretaría.- lugar donde toda persona que visite la empresa por cualquier motivo será atendida por la secretaria y depende del motivo de la vista será atendido por los diferentes departamentos, consta con un adecuado sillón para que las personas esperen hasta que sean atendidos.

4. Sala de Reuniones.- En este espacio existirán las diferentes reuniones que tenga el gerente con el personal de la empresa y a la vez con personas que visiten la misma; consta de una pantalla de proyecciones para las exposiciones que se realicen.

5. Área para el enfriamiento del producto (Brócoli).- En este espacio se colocará el cuarto frío para el mantenimiento del brócoli, el cual se almacenara la mercadería hasta que llegue el medio de transporte que lo va a llevar al lugar de embarque del puerto de Guayaquil.

5.7. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la Empresa

Comexport Broccoli Cía. Ltda., es una empresa dedicada a la comercialización de brócoli a nivel nacional e internacional ofreciendo un producto de calidad acorde a las exigencias del cliente, desde el Carchi para el mundo.

Misión

Ofrecer un producto de calidad a precio razonable que permitan satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

Visión

Ser una empresa líder en la comercialización del brócoli en la Provincia del Carchi y el norte del país. Con el compromiso de crear una cultura alimenticia saludable.

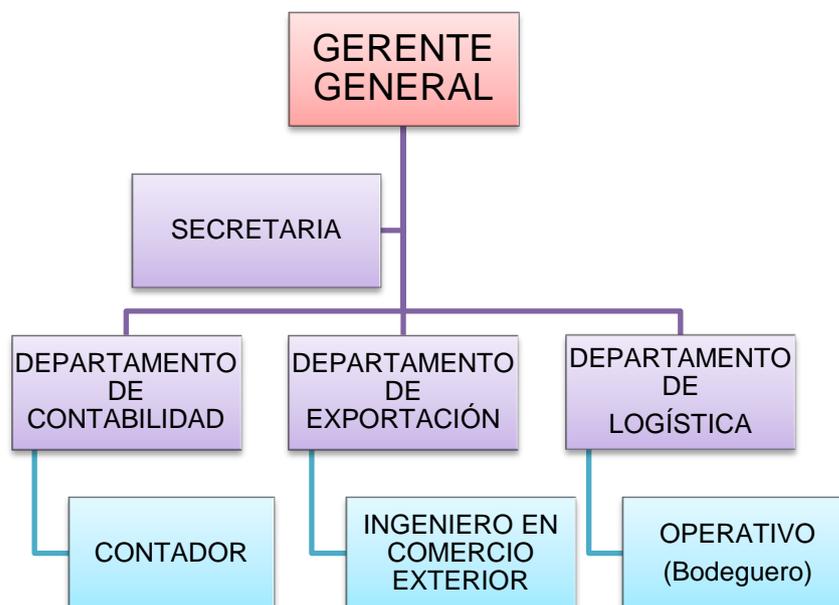
Políticas

- Promover el desarrollo económico y social mediante la generación de empleo.
- Satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores y el personal involucrado de una manera ágil, eficiente, y con la calidad requerida
- Lograr las ventas mensuales propuestas y así obtener la rentabilidad proyectada.
- Ofrecer un producto de buena calidad, teniendo en cuenta las especificaciones del cliente dándole valor agregado.
- Capacitar al personal en cuanto a atención al cliente.

5.8. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La estructura organizacional es muy importante ya que las actividades de una empresa tienen que dividirse, organizarse y coordinarse. Para lo cual se utilizara un organigrama que es la representación gráfica de la línea gerencial y operativa de la empresa el cual reflejará cómo van a intercomunicarse las distintas funciones empresariales y dentro de ellas las diferentes sub funciones.

Gráfico N° 6 Organigrama de la Empresa



Elaborado por: Daniela Portilla.

Tabla N° 22 Requerimiento de Recursos Humanos

PERSONAL OPERATIVO	
NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
Bodeguero	1

Elaborado por: Daniela Portilla.

PERSONAL ADMINISTRATIVO	
NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Ingeniero en comercio exterior	1
TOTAL	5

Elaborado por: Daniela Portilla.

MANUAL DE FUNCIONES

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Gerente General
Área:	Administrativa
Unidad	Gerente General
Supervisa:	N/A
Reemplaza a:	Atención al Cliente
Atención al Cliente	Contador
Coordina con:	
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Dirigir, organizar, controlar, y tomara decisiones referente a la empresa; es decir estará al frente de todo el personal, para velar por el cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa.	
Ejecuta operaciones de venta del producto y se involucra en las negociaciones pertinentes al precio, cantidad, calidad y presentación.	
También es responsable de las compras y efectúa informes estadísticos de venta.	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">➤ Dirige y coordina la ejecución de todas las actividades relacionadas con el área financiera de la empresa.➤ Determinar las políticas, objetivos y metas de la empresa.➤ Estar informando de la oferta y demanda del mercado nacional e internacional.➤ Elaborar planes estratégicos en función de los requerimientos de la empresa.➤ Presentar informes económicos y financieros para toma de decisiones.➤ Velar por que se cumpla el plan anual de trabajo, así como también el logro de objetivos trazado.➤ Cumplir con las demás funciones que determine el Directorio.	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	
Educación formal:	Título de Ingeniero en comercio exterior o carreras afines.
Formación adicional:	Administración de Empresas.
Conocimiento en:	Manejo del Recurso Humano, Atención al cliente.
Experiencia:	Mínimo 3 años en trabajos relacionados en Administración de Empresas.
Habilidades:	Toma de decisiones en área de comercialización de productos alimenticios, supervisión de personal, dirección de programas, negociador y emprendedor para el crecimiento de la empresa.
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Secretaria
Área	Administrativa
Unidad	Administración
Reporta	Gerente General
Supervisa:	N/A
Reemplaza a:	Servicio al Cliente
Coordina con:	Su trabajo lo coordina con el Gerente
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Se encargará de ejercer actividades con estricta ejecución a las necesidades de la empresa, mantener actualizada la base de datos, clasificados por clientes, tipo de mercadería, y número de exportación y actuará además como ayudante de contabilidad.	

III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Ser poli funcional al ser ayudante de contabilidad.
- Llevar archivos.
- Despachar información.
- Atender a proveedores y clientes.
- Elaboración de documentos para la comercialización.
- Receptar novedades e inquietudes de trabajadores, clientes y proveedores .

IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Educación formal:	Licenciatura en secretariado ejecutivo
Formación adicional:	Archivo
Conocimiento en:	Programas informáticos e idiomas
Experiencia:	Mínimo 3 años en funciones afines
Habilidades:	Facilidad para relacionarse con los productores y comerciantes, desempeñarse eficientemente en cualquier área administrativa.

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del puesto	Contador
Área	Contable
Unidad	Financiera
Reporta	Administración
Supervisa:	N/A
Reemplaza a:	Auxiliar de Contabilidad
Coordina con:	Gerente y Secretaria

II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO

Profesional que se encargara de llevar la contabilidad mediante la utilización de un modelo Financiero en los que debe controlar los Estados Financieros; Balance general y todo lo referente a la parte contable.

III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Llevar la contabilidad de la empresa, cuentas bancarias, archivos en forma clara y transparente.
- Se encargará de realizar declaraciones, anexos y demás trámites de la empresa en el SRI.
- Realizar el pago de los proveedores.
- Se encargará de la afiliación del personal al seguro y realiza sus pagos.
- Llevar archivo de facturas, notas de venta, órdenes de compra, comprobantes de egreso e ingreso de caja.
- Elaborar roles para el pago de salario de los empleados.
- Emitir estados financieros.

IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Educación Formal:	Contador Público Autorizado
Formación Adicional:	Tributación
Conocimiento en:	Programas contables
Experiencia:	Mínimo 4 años
Habilidades:	Agilidad en procesamiento de datos

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Ingeniero en comercio exterior
Área	Logística
Unidad	Logística
Reporta	Gerente
Reemplaza a:	N/A
Coordina con:	Gerente, Secretaria
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Realizar los trámites de exportación de una manera eficiente y efectiva.	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el proceso logístico. ➤ Despachar el producto. ➤ Realizar la correcta clasificación arancelaria. ➤ Presentar en la aduana la documentación necesaria para la exportación del producto. ➤ Veracidad y exactitud de los datos e información suministrados. 	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	
Educación Formal:	Ingeniero en comercio exterior
Formación Adicional:	Tecnólogo en administración aduanera o afines
Conocimiento en:	Tramitación aduanera
Experiencia:	Mínimo de 3 a 4 años en funciones afines
Habilidades:	Iniciativa, creatividad agilidad en el proceso de documentos para la exportación.

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Bodeguero
Área	Operativa
Unidad	Operativa
Reporta	Gerente
Supervisa:	N/A
Reemplaza a:	N/A
Coordina con:	Gerente y secretaria
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Responsable de la clasificación del producto, lavado, empaquetado, almacenamiento y despacho del producto a la naviera. Verificar que el producto cuente con las normas de calidad.	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informar al gerente todo lo relacionado a la entrega del producto. ➤ Recepción y verificación de calidad. ➤ Realizar el correcto empaque del producto. ➤ Control en la cadena productiva. ➤ Asegurar que el cuarto frío este en buen estado. ➤ Receptar inquietudes de trabajadores y proveedores en cuanto a la calidad del producto. ➤ Verificar el mantenimiento del producto durante el almacenamiento. 	

IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Educación Formal:	Bachiller en carreras afines
Experiencia:	1 año
Habilidades:	Manejo de bodega y mercaderías

5.9. LA MARCA

La marca del producto para exportar al mercado de Japón es la siguiente:



Elaborado por: Daniela Portilla

Isotipo de la marca: Colores verdes y rojo.

Verde: Representa la fertilidad de la tierra carchense.

Círculo: Significa el mercado mundial en el cual se pretende comercializar el producto.

Rojo: Es la visualización del llamado de atención para los clientes y espectadores.

Slogan: Product of Export with Quality. (Producto de Exportación con Calidad)

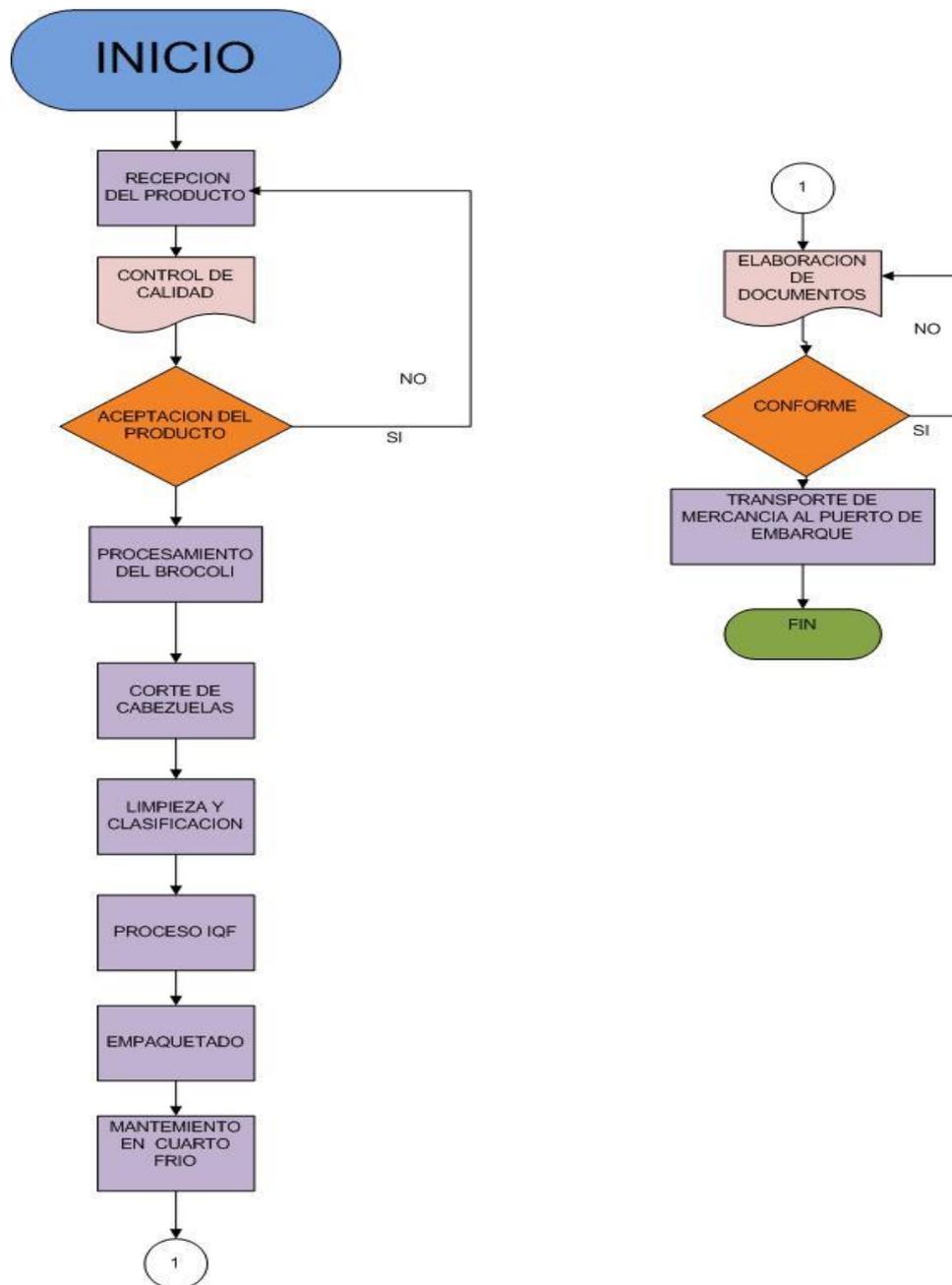
La marca contiene términos en otro idioma debido a que será dirigido a un mercado japonés, y una de las exigencias del japonés es que el slogan este escrito en el idioma inglés.

Para la aceptación del producto en el mercado japonés es necesario invertir en la publicidad a través del internet mediante la creación de páginas web con el fin que el producto sea reconocido no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional.

5.10. LOGÍSTICA

Se ha considerado en el presente trabajo, analizar el proceso logístico con la finalidad de administrar estratégicamente el flujo, almacenamiento eficiente del producto desde el punto de origen hasta llegar al cliente, permitiendo de esta manera controlar el almacenamiento para no tener demasiado inventario que perjudique las finanzas de la empresa, así como también el adecuado transporte del producto de manera que llegue a destino final de la manera más adecuada.

Proceso productivo



Elaborado por: Daniela Portilla

Distribución física internacional

El análisis de la distribución física internacional contribuirá a determinar el proceso y los costos necesarios para llevar el brócoli a destino final, de esta forma procurar reducir al máximo los costos, tiempos y los riesgos que se pueden generar durante el trayecto.

Tabla N° 23 Distribución Física Internacional

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Coliflor y Brécoles
Posición arancelaria en el país exportador	0704100000
Posición arancelaria en el país importador	0704100000
Unidad comercial de venta	Kilogramos
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	44070.40
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Japón
Ciudad de punto de destino	Tokio
N° de unidades comerciales por embarque	47250
Valor inicial del embarque (EXW)	2082326400
Tipo de embalaje	Cajas
Tipo de unidad de carga	Contenedor reefer hi cube de 40 pies
N° total de embalajes	0
N° total de unidades de carga	53
INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	DDP Tokio
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	4.53%
Tasa promedio de inflación anual	2.44%
Inflación anual país de destino	-0.90%

Elaborado por: Daniela Portilla.

Tabla N° 24 Envase y Empaquetado

ENVASE								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Plástico en polietileno	0,3	47250	14175	1	1	10	10	14185
TOTALES								14185
EMPAQUE/ EMBALAJE / MARCADO								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Cajas de Cartón	1	50	50	2	1	10	20	70
Etiqueta	0,13	50	6,5		1	10	20	26,5
TOTALES								96,5
UNITARIZACIÓN								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
PALLETS	10	60	600	2	1	10	20	620
SUNCHOS / AMARRAS	2,25	3	7		1	10	20	27
ALQUILER CONTENEDOR	600	3	1800		1	10	20	1820
TOTALES								2467

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para mantener la frescura del brócoli por mayor tiempo y reducir la pérdida de vitamina C se ha considerado hacer uso de las fundas plásticas, estas son utilizadas para brócoli congelado y de esta forma se cumple con las exigencias de los clientes.

El brócoli será empacado en fundas de polietileno, con etiqueta luego embaladas en cajas de cartón de material reciclable.

Las medidas de las cajas serán:

28.5 cm. de alto

39.5 cm. de largo

29.5 cm. de ancho

$$28.5 * 39.5 * 29.5 = 33209.635 \text{ cm}^3$$

$$33209.635 \text{ cm}^3 / 1000000 = 0.03320964 \text{ m}^3 \text{ Capacidad De Caja}$$

Las medidas de las fundas son:

20 cm. de alto

25 cm. de largo

11 cm. de ancho

$$20 * 25 * 11 = 5500 \text{ cm}^3$$

$$5500 \text{ cm}^3 / 1000000 = 0.0055 \text{ m}^3 \text{ Capacidad de la Funda}$$

Los cálculos realizados entre la capacidad cubica de la caja y la capacidad de la funda, se determina que en cada caja de cartón entraran 6 fundas de 2.5 kl. cada una, condiciones que son óptimas para que el brócoli tenga una mejor presentación y por ende no sufra ningún tipo de maltrato.

$$0.03320964 \text{ m}^3 / 0.0055 \text{ m}^3 = 6.038109 \text{ fundas}$$

La caja llevará las siguientes especificaciones:

- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Registro sanitario.
- ✓ Peso de la funda
- ✓ Código de barras
- ✓ Datos del fabricante: hecho en Ecuador
- ✓ Condiciones de uso: manténgase refrigerado, consumir antes de la fecha Indicada de expiración.

Tabla N° 25 Cálculo de Cubicaje

CÁLCULO DE CUBICAJE									
CÁLCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	Estimación del espacio	Nº de contenedor a utilizar año 0	Nº de contenedor a utilizar año 1	Nº de contenedor a utilizar año 2	Nº de contenedor a utilizar año 3	Nº de contenedor a utilizar año 4	Nº de contenedor a utilizar año 5
Peso por unidad kg	945	18		2.778	3.333	4.056	4.889	5.833	7.025
Largo mts	1.2	11	9						
Alto mts	1.94	2.25	1						
Ancho mts	1.1	2.28	2						
volumen total del embarque m3	2.5608	56.43	22.036						
Nº de unidades	945	17010	18						
Peso total del embarque ton	0.945	17.010	18						
SALDOS PARA OTRO TIPO DE CONTENEDOR				4	-6	-1	2	3	0

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para el transporte de la mercancía se utilizará contenedor refrigerado con medidas internas de 11 mts de largo, 2.25 mts de alto y 2.28 de ancho.

El embalaje será en pallets que se van a utilizar para la exportación del producto al exterior de medidas 1.2 de largo, 1.94 de alto y 1.10 de ancho, en los pallets se colocaran 63 cajas (9 cajas de base * 7 filas) dando un total de 945 kl. por pallet en cada envío.

En el año base se enviaran 3 contenedores y se dejara 4 pallets para consumo interno en vista que se está aprovechando el 100% del espacio del contenedor, para el 2013 igualmente se enviara 3 contenedores de 40 pies y uno de 20 pies.

Tabla N° 26 Estimación de Ventas

DATOS	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
OFERTA EXPORTABLE	576.30	691.55	829.87	998.84	1195.51	1434.01
DEMANDA INSATISFECHA	39028,8	35895	33496	29985	25875	21078
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	1,48%	1,93%	2,48%	3,33%	4,62%	6,80%
FRECUENCIA DE ENVÍO	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	12	12	12	12	12	12
TAMAÑO DEL EMBARQUE	48.02	57.63	69.16	83.24	99.63	119.50
Nº de empaques / embalajes	50.00	60.00	73.00	88.00	105.00	126.46
Contenedores refrigerado de 40 tn	3	3	4	5	6	7
Nº de sencillos 15 TN	0	1	0	0	0	0
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	50	60	71	88	105	126
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	47250	56700	67095	83160	99225	119070
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO	600	720	852	1056	1260	1512
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL	567	680	805	998	1191	1429
	-9.29	-11.15	-24.73	-0.92	-4.81	-5.17

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 26 se muestra la proyección para los cinco años siguientes, en el año base que es el 2012 se ofrece la cantidad exportable de 576.30 toneladas con una demanda insatisfecha de 39028,8 toneladas, participando en el mercado con un 1,48% de demanda efectiva, en lo que respecta al año 2013 se pretende participar en mercado japonés específicamente en Tokio con una cobertura del 1,93%, se movilizará para el 2013, 60 pallets de 57,63

toneladas cada uno en 3 contenedores refrigerados de 40 pies y los seis pallets restantes en un contenedor refrigerado de 20 pies, de esta forma en el año se habrán movilizado 680 toneladas de brócoli, obteniendo un sobrante de mercancía de 11 toneladas los que pueden ser comercializados en mercado nacional, el mismo proceso se lo realiza para los siguientes años.

Tabla N° 27 Costos Directos e Indirectos de Exportación

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN			COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS	DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	14185,0	1,0			
Embalaje	96,5	2,0			
Unitarización	2466,8	2,0	Bancarios	801,6	0,3
Manipuleo en el local del exportador	150,0	0,3	capital e inventario país de origen	44,4	7,6
Documentación	56,2	0,0	TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	23150,4	7,6
Transporte interno	2400,0	1,0	VALOR ExWORK	37462,5	3,0
Manipuleo Embarque	2800,0	0,0	VALOR FCA	40079,2	5,5
Agentes	150,0	1,1	VALOR FOB	46331,4	7,6

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 27, se hace un análisis de los costos y el tiempo en los que se incurre en el país exportador para el transporte del brócoli, por lo que el total de la distribución física internacional en país de origen es de 23150,4 USD y se tomará un tiempo de aproximadamente de 10 días.

Cabe destacar que es necesario tomar en cuenta las especificaciones en cuanto a la documentación necesaria para el transporte de la mercancía así como también para la nacionalización del brócoli en el país de destino.

La factura comercial debe ajustarse a las normas internacionales y exigencias del comprador, es emitida por el exportador, acompañada de 5 copias y contiene los elementos básicos necesarios como son:

- ✓ Nombre, dirección y teléfono del Exportador
- ✓ Datos del Importador

- ✓ Fecha y lugar de emisión
- ✓ Detalles técnicos de la mercadería
- ✓ Cantidad y descripción de la mercadería
- ✓ Precio unitario
- ✓ Precio total
- ✓ Moneda de venta
- ✓ Número de cajas que contiene la mercadería y medio de transporte
- ✓ Condiciones de entrega
- ✓ Plazo y forma de pago, incluyendo el INCOTERM.
- ✓ Plazo de validez.
- ✓ Firma del exportador.
- ✓ Peso neto y bruto de la mercadería

El Conocimiento de Embarque (BL), se utiliza para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

Los datos que debe contener son:

- ✓ Datos del cargador.
- ✓ Datos del exportador.
- ✓ Datos del consignatario.
- ✓ Datos del importador.
- ✓ Nombre del buque.
- ✓ Puerto de carga y de descarga.
- ✓ Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.
- ✓ Importe del flete.
- ✓ Marcas y números del contenedor o de las cajas.
- ✓ Número del precinto.
- ✓ Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- ✓ Fecha de embarque.

Cabe recalcar que es necesario que los datos de la DAE y los datos de la factura coincidan para que al momento del aforo no se tenga problemas, y se pueda cancelar correctamente el valor de los impuestos en la aduana.

También se ha impreso la lista de empaque con la finalidad de informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embaladas y detalladas en la factura.

Se la ha impreso en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- ✓ Datos del exportador.
- ✓ Datos del importador.
- ✓ Marcas y números de las cajas.
- ✓ Lugar y fecha de emisión.
- ✓ Cantidad de cajas y descripción de la mercadería.
- ✓ Total del peso bruto y neto
- ✓ Tipo de embalaje.
- ✓ Firma y sello del exportador.

El certificado de origen representa un documento de acompañamiento muy importante para la liberación de impuesto Ad-Valoren, este certificado es emitido en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción. Adicionalmente el embarque no necesita la presentación de documentos previos.

Tabla N° 28 Costos Directos e Indirectos en el Tránsito Internacional

COSTOS DIRECTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL			COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO EN DÍAS	DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	24000,0	0,0			
VALOR CFR	70331,4	7,6			
SEGURO INTERNACIONAL	1406,6	0,3	CAPITAL E INVENTARIO	2,3	0,3
VALOR CIF	71738,1	7,9	COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	25648,9	0,3
MANIPULEO DESEMBARQUE	240,0	30,0	VALOR DAT	71980,3	37,9

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para el transporte de la mercancía a país destino se hace necesario contratar una naviera, la que se va a encargar del transporte vía marítima y de hacer todos los trámites necesarios para que el producto llegue a su destino tal como lo solicita el cliente, el tiempo en el que se demora en llegar a destino es de aproximadamente 38 días.

Se ha tomado en cuenta los costos que se incurre en el tránsito para de esta forma hacer el cálculo del costo al final de toda la distribución física internacional.

COSTOS DIRECTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR			COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
DETALLE	COSTO	DÍAS	DETALLE	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	100,0	1,0			
Manipuleo desembarque	240,0	1,0	CAPITAL E INVENTARIO	18,60	2,0
Documentación	400,0	0,0	COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	4000,7	2,0
Agentes	190,0	0,0	VALOR DDP	76011,90	39,9
Transporte interno	900,0	0,0	Precio (c/u) en país de destino	1,6	
VALOR DAP	73841,1	39,9	MARGEN DE VENTAS	0,2	
Aduaneros	2152,1	incluido en agentes	PRECIO DE VENTA	1,85	

Elaborado por: Daniela Portilla.

Al término de la distribución física internacional se ha calculado un valor en DDP 76.011.90, tomando en cuenta este resultado se ha precedido a calcular el costo final del producto con el incremento de utilidad del 15%, por lo que el valor final en país destino por kilo de brócoli es de 1,85 USD.

Exigencias Sanitarias y Fito-Sanitarias

Las importaciones que realiza Japón están reguladas por la Ley de Sanidad Alimentaria (Food Sanitation Law) cuyos requisitos se pueden esquematizar en las siguientes etapas:

De acuerdo al artículo 27 de la esta ley, los importadores deben presentar un cuestionario de notificación para importación de alimentos sometido a la Estación de Cuarentena del Ministerio de Salud del puerto de destino.

Otros documentos requeridos son: certificado sanitario, información de ingredientes, materiales y método de manufacturación.

Toda la documentación y la carga son sometidos a inspección de acuerdo a los estándares de calidad para un análisis de sus componentes en materia de: preservantes, saborizantes, colorantes, químicos, pesticidas.

Posteriormente el producto es rechazado o aprobado en cuyo caso se le otorga el certificado de inspección lo cual indica que se encuentra listo para su distribución y consumo.

Marketing Mix

Estrategias de Plaza

Para cumplir con los objetivos que la empresa se ha planteado, es necesario plantear estrategias para la distribución del producto.

Como estrategia de plaza y para llegar al cliente en el momento que requiera el producto, se destaca que no se hará uso de intermediarios, de esta forma se realizará contacto directo con los clientes para satisfacer de esta forma los gustos y preferencias identificando las necesidades y los requerimientos que estos exigen.

Mantener contacto permanente con el cliente, de esta manera tener claro el manejo de los inventarios en bodegas, comprometiéndonos a realizar envíos parciales y no generar costos en el inventario.

Estrategias de Producto

Satisfacer a los clientes con un producto de calidad, acorde a las necesidades que cada uno de ellos, constituyéndose en una tarea primordial para la empresa.

Ecuador tiene una estratégica localización geográfica que proporciona condiciones climatológicas adecuadas, por lo que produce un brócoli de excelente calidad durante todo el año, y muy apetecible en el mercado internacional. (FAO, 2013)

Estrategias de precio

Se considera fijar un precio que acceda a cubrir todos los gastos de operación para luego penetrar al mercado con precios flexibles y atractivos, considerando un rendimiento sobre el capital invertido, lo que permita mantener posesionada en el mercado a la empresa.

Estrategias de promoción

- Realizar ventas personalizadas, otorgando muestras del producto para que sean analizadas por los posibles clientes.
- Promocionar el producto en medios de comunicación, radio, televisión, prensa escrita.
- Crear una página web, diseñada con creatividad, la misma que muestre toda la información necesaria tanto del producto como de la empresa.
- Participar en ferias internacionales de presentación de productos, con la finalidad de buscar nuevos clientes participando con un producto a precio accesible, de buena calidad, y magnífica presentación.

5.11. ANÁLISIS FINANCIERO

Demostrar si el proyecto es económicamente factible se ha considerado como un factor muy importante en esta investigación, de ello depende la duración de la empresa en el tiempo, para lo que se ha hecho necesario analizar el comportamiento proyectado de las variables como: el volumen de ventas del producto, los gastos administrativos, los de publicidad y de ventas, esta información se descontarán los flujos de cada periodo usando la tasa de descuento para obtener la tasa de retorno y el valor actual neto, estos análisis contribuirán a determinar la factibilidad económica del proyecto.

Inversión fija

La inversión es el valor necesario para que el proyecto empiece a operar entre los que se destacan los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo.

Tabla Nº 29 Activos Fijos – Inversión Fija

Activos Fijos - Inversión Fija			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Maquinaria y Equipo			60,900
Sistema de lavado	1	3,800.00	3,800
Empacadora	1	2,800.00	2,800
Cuarto frío	1	24,000.00	24,000
Balanza	1	300.00	300
Maquina IQF	1	30,000.00	30,000
Muebles y Enseres			4,676
Escritorio	4	200.00	800
Sillón ejecutivo	4	169.00	676
Sillas	12	25.00	300
Mesas	1	400.00	400
Archivadores	4	210.00	840
Teléfono	5	230.00	1,150
Fax	1	400.00	400
Calculadoras	2	55.00	110
Equipo de Computo			5,380
Computadora	4	1,100.00	4,400
Impresora, Copiadora, Scanner	1	980.00	980
Total Activos Fijos - Inversión Fija			70,956
Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
Investigación	1	500.00	500
Diseños	1	280.00	280
Abogado	1	200.00	200
Permisos	1	400.00	400
Licencias	1	400.00	400
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1,780

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para llevar a cabo el presente proyecto se realizará una inversión fija de 70.956 USD, los cuales se invertirán en maquinaria, equipos de cómputo, muebles y enseres, el rubro de activos diferidos asciende a un costo de 1.780 USD, inversión que se la detalla en la tabla N° 29.

Se invertirá en un sistema de lavado, el que ayudará lavar el producto para retirar las impurezas y de esta forma ofrecer acorde a las exigencias del consumidor.

La empacadora automática contribuye a que el proceso se lo realice de manera más ágil y eficiente.

Instalar un cuarto frío para mantener el brócoli es muy importante por tratarse de un producto perecible, este deberá de mantenerse a una temperatura de -20 grados centígrados, permitiendo de esta forma mantener las cualidades curativas y nutricionales.

La congelación rápida por inmersión en líquidos refrigerantes IQF, es un proceso que consiste en la congelación de productos sólidos por inmersión en líquidos, este proceso tiene grandes ventajas, puesto que se puede obtener elevados coeficientes de transmisión de calor entre el sólido y el líquido. Los productos pueden congelarse individualmente rápidos (Individual Quick Freezing, IQF). Una de las ventajas que presenta esta forma de refrigeración, es que existe una superficie de contacto mayor con el refrigerante, significando que la congelación es uniforme, además no hay pérdidas de peso por deshidratación. (PRONACA, 2011)

Tabla N° 30 Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	70,956
Capital de Operación	305,413
Gastos de Constitución	1,780
Total Inversión Inicial	378,149

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	405,479
Gastos Administrativos	44,070
Gastos de Exportación	466,689
Total Costo Anual	916,239
Total Costo Diario	2,545
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	305,413

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 30 se detalla la inversión inicial, en la que se ha tomado en cuenta capital de operación, la inversión fija y los gastos de constitución.

Para que una empresa entre en funcionamiento es necesario recurrir a rubros como los gastos de constitución, gastos legales, instalación y puesta en marcha son gastos para que la empresa pueda iniciar el funcionamiento de las instalaciones. Estas son inversiones intangibles susceptibles de amortización.

El capital de operación se ha tomado en cuenta los costos de producción los gastos administrativos y los gastos de exportación, mismos que se van a recuperar en ciclo de caja de 120 días, por ser muy alta la inversión se hace necesario proceder a realizar un préstamo al Banco Nacional de Fomento.

Tabla N° 31 Cálculo del Costo de Oportunidad

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	30%	4,53%	1,36%
Ajenos	70%	11,00%	7,70%
Total	100%		9,06%

Elaborado por: Daniela Portilla.

El cálculo del costo oportunidad del proyecto se lo determinó de acuerdo a la composición del capital de la empresa, para el caso de la inversión propia se aplicará la tasa pasiva referencial del 4,53% tomado del Banco Central del Ecuador, y la inversión financiada es del 11,00 %. El porcentaje del proyecto

con relación a la inversión propia es del 30% y la inversión financiada representa el 70%, para el desarrollo del proyecto.

Para el cálculo del valor ponderado el porcentaje de cada uno de los capitales se multiplican por la tasa activa y pasiva, según corresponda, su resultado es el valor ponderado de la inversión que el proyecto requiere. En la tabla anterior se determina el costo de oportunidad, pues es el valor porcentual del valor ponderado, es decir tiene un costo de 9,06% de oportunidad.

Tabla Nº 32 Balance General

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	305,413	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	305,413	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	264,704
Maquinaria y Equipo	60,900	Total Pasivos Largo Plazo	264,704
Muebles y Enseres	4,676		
Equipo de Computo	5,380	Total Pasivos	264,704
Total Activos Fijos	70,956		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1,780	Capital Social	113,445
Total Activos Diferidos	1,780	Total Patrimonio	113,445
Total Activos	378,149	Total Pasivo + Patrimonio	378,149

Elaborado por: Daniela Portilla.

En el balance general se presenta un resumen de todo lo que posee la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

En el pasivo se destaca el préstamo, mismo que representa un total de 264.704 USD a una tasa de 11,00% anual, para la empresa representa el 70% de la inversión total.

Tabla N° 33 Estado de Resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	1.057.355	1.249.590	1.537.788	1.937.363	2.366.065	2.871.130
Cantidad	567.000	680.400	805.140	997.920	1.190.700	1.428.840
Precio	1,86	1,84	1,91	1,94	1,99	2,01
- Costo de Ventas	405.479	513.401	616.357	774.987	939.894	1.147.293
Utilidad Bruta en Ventas	651.876	736.189	921.431	1.162.376	1.426.171	1.723.837
- Gastos Operacionales	510.760	551.229	705.620	901.764	1.113.763	1.345.387
Gastos Administrativos	44.070	54.263	59.548	65.378	71.885	78.979
Gastos de Exportación	466.689	496.966	646.072	836.386	1.041.877	1.266.408
Utilidad Operacional	141.116	184.961	215.812	260.613	312.408	378.450
- Gastos Financieros	0	18.632	11.748	4.279	0	0
Interés Bancario	0	18.632	11.748	4.279		
U.A.T.I	141.116	166.329	204.064	256.333	312.408	378.450
- 15% Participación Trabajadores	21.167	24.949	30.610	38.450	46.861	56.768
Utilidad Antes de Impuestos	119.948	141.379	173.454	217.883	265.547	321.683
- 23% Impuesto a la Renta	27.588	32.517	39.895	50.113	61.076	73.987
Utilidad Neta	92.360	108.862	133.560	167.770	204.471	247.696

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 33 se muestra el estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, este estado financiero muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa durante un año.

La utilidad neta del año base comparada con la inversión inicial representa un 23%, para el segundo año la utilidad refleja el 28% y durante los siguientes años se refleja una utilidad positiva, con lo que se puede evidenciar la rentabilidad económica del proyecto.

Tabla N° 34 Flujo de Efectivo Neto

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		109.509	133.988	167.933	204.471	247.696
+ Depreciaciones		8.351	8.351	8.351	8.429	8.429
+ Amortizaciones		356	356	356	356	356
Liquidación del Proyecto						34.659
Recuperación Capital de Operación						305.413
Total Entradas	0	118.216	142.695	176.640	213.256	596.552
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	378.149					
Amortización de la Deuda		78.768	87.883	98.053		
Reposición de Activos				5.613		
Total Salidas	378.149	78.768	87.883	103.666	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-378.149	39.448	54.812	72.974	213.256	596.552

Elaborado por: Daniela Portilla.

En la tabla N° 34 se refleja el flujo del efectivo que representa la entrada y salida del efectivo, en este estado financiero se visualiza en los periodos analizados cual ha sido el comportamiento del dinero, esto contribuye a que la empresa tome decisiones, es importante destacar que no hay necesidad de tener demasiado efectivo en la empresa ya que este será un dinero desaprovechado que ganaría más en una entidad financiera.

Tabla N° 35 Cálculo del VAN, TIR, PR, C/B

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 378.149,07		
1	39.447,96	0,9169	36.171,21
2	54.811,96	0,8408	46.084,23
3	72.974,37	0,7709	56.258,20
4	213.255,77	0,7069	150.749,11
5	596.552,36	0,6482	386.670,48
	SFE		675.933,21
	- I.I.		378.149,07
	VAN		297.784,14
	TIR		25,72%
	PR		3,91
	C/B		1,79

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para el cálculo del TIR y el VAN se ha tomado en cuenta la tasa del costo capital promedio ponderado, la cual se la obtiene en base al costo de los recursos propios y recursos ajenos, esta se la considera como la tasa de descuento que para fines de esta investigación el valor de la tasa que se utilizó para el cálculo fue de 9,06%.

En la tabla anterior se muestra el valor del VAN que se obtuvo un resultado positivo lo que implica que la inversión será productiva, y el TIR representa una tasa mayor a la tasa pagada por las instituciones financieras, lo que se puede concluir que el proyecto es económicamente factible la tasa interna de retorno es mayor por lo que la productividad del dinero será más rentable si se la invierte en el proyecto lo que no sucedería si se la coloca en una institución financiera.

El periodo de recuperación del capital invertido se lo realiza en aproximadamente cuatro años y el costo beneficio obtenido es de por cada dólar invertido se obtiene 0.79 centavos de dólar.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrés Chulde . (2009). Producción del Brócoli. Tulcán .
- Banco Central del Ecuador. (2 de 05 de 2013). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www.portal.bce.fin.ec>
- Castillo de Diago, D. A. (2003). <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/1163>. Recuperado el 18 de Agosto de 2011
- Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo. (05 de Enero de 2012). cloc.com. Recuperado el 09 de Junio de 2013, de <http://www.cloc-viacampesina.net>
- CORPEI. (18 de Diciembre de 2011). corpei.com. Recuperado el 09 de Junio de 2013, de <http://www.corpei.com>
- Corporativo. (Noviembre de 2009). Ecuador Exporta CORPEI. Recuperado el 5 de Septiembre de 2011, de <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/brocoli.pdf>
- Cortazar, M. (2012). Ecuador y el mundo en el 2012. Ekos, 1.
- El Universi. (05 de 01 de 2012). eluniverso.com. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www . eluniverso.com>
- FAO. (18 de 01 de 2013). fao.com. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de http://www.fao.org/index_es.htm
- Finanzas, M. d. (6 de agosto de 2012). Previsiones 2012.
- Garcia, P. (2011). Situación Política del Ecuador.
- Hill, C. (2007). Negocios Internacionales. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- III Censo Nacional Agropecuario. (2011). Recuperado el 31 de AGOSTO de 2011, de http://www. agroecuador.com/HTML/Censo/censo_4146.htm
- Info Idiomas . (28 de 04 de 2013). infoidiomas.com. Recuperado el 01 de 05 de 2013, de <http://www. infoidiomas.com/guias-de-viaje/japon/datos-basicos/>
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). Economía Internacional. Madrid: Pearson.
- LEON, L. (2010). Estudio de factibilidad para la creacion de la empresa productora y comercializadora de brocoli en el canton mejia provincia de Pichincha. Quito.
- MAGAP. (18 de Diciembre de 2012). (D. Portilla, Entrevistador)

Ministerio de Relaciones Exteriores. (22 de 02 de 2013). Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www.mmrree.gob.ec/2013/bol0128.asp>

Montesinos, J. L. (2008). La economía ecuatoriana del siglo XXI y sus perspectivas de comercio.

Nichinuku Ltda. (25 de 02 de 2011). nichiboku.com. Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://www.nichiboku.com/importacion-2011-brocoli.html>

OMC. (13 de Abril de 2012). OMC. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de www.omc.com

Peñañiel, F. (17 de Julio de 2011). Brócoli. (D. Portilla, Entrevistador)

PRO ECUADOR. (28 de Abril de 2011). Recuperado el 17 de Agosto de 2011, de <http://www.proecuador.gob.ec/2011/04/28/japon/>

PROECUADOR. (2010). <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-JAPON.pdf>. Recuperado el 05 de Mayo de 2013

PRONACA. (23 de Diciembre de 2011). pronaca.com. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de www.pronaca.com

Robles, F. (17 de Julio de 2007). <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/7083>. Recuperado el 15 de Agosto de 2011

Romero Aguirre, E. M. (06 de 2004). http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7002/1/23688_1.pdf. Recuperado el 21 de Agosto de 2011

www.dspace.espol.edu.ec. (s.f.).

Aneynos

ANEXO N° 1

ENTREVISTA – PRODUCTOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Objetivo: Obtener información de los productores de brócoli para realizar un estudio de factibilidad para determinar la demanda de brócoli en el mercado de Tokio-Japón y su comercialización desde la Provincia del Carchi. La información que nos proporcione será de gran ayuda para determinar la aceptación del producto en el mercado de Japón.

ENTREVISTA A PRODUCTORES DE BRÓCOLI

1.- ¿Cuántas hectáreas de brócoli tiene sembrado?

.....

2.- ¿Qué tiempo se dedica a producir el brócoli?

De 1 a 3 años

De 4 a 6 años

Otros:.....

3.- ¿Cuántas toneladas de brócoli cosecha?

.....

4.- ¿Cuál es el precio de venta del producto al mercado nacional?

.....

5.- ¿Cree usted que el producto tendrá acogida en el mercado internacional?

SI

NO

¿Porqué?.....
.....

6.- ¿Está de acuerdo que se implemente una empresa exportadora de brócoli en la Provincia del Carchi?

.....

7.- ¿Qué porcentaje de su producción de brócoli destina a los mercados?

Mercado Nacional

Mercado Internacional

Cantidad:.....

8.- ¿Usted estaría dispuesto asociarse con pequeños productores para exportar el brócoli?

.....

9.- ¿La venta de brócoli a los intermediarios disminuye sus ingresos económicos?

.....

.....

10.- ¿Las Instituciones Financieras les otorgan facilidad en los préstamos que usted adquiere?

.....

.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO Nº 2

PRODUCTO EL BRÓCOLI



Plantación del brócoli en el sector de Chapues (ciudad de Tulcán)

ANEXO N° 3

SECTOR DE MONTUFAR



Productores del cantón Montufar seleccionando el brócoli



El productor realizando el corte adecuado del brócoli.

ANEXO Nº 4
CUARTO FRIO



Diseño para la implementación del cuarto frío para el mantenimiento del brócoli

ANEXO Nº 5 EVALUACIÓN DE LOGOTIPOS

LOGOTIPO	DESCRIPTIVA	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	TOTAL
	3	2	3	4	2	3	17
	2	3	1	2	4	3	15
	4	5	4	4	4	5	24
	2	3	2	3	3	3	16

ANEXO Nº 6

FACTURA COMERCIAL



Comercialización y Exportación de Brócoli Cía. Ltda.

Portilla España Daniela Cecilia

RUC: 0401303102001

FACTURA 001-001 No. 000001

Aut. SRI 1112440911

FECHA:

AÑO MES DÍA

Direc: Av. Veintimilla entre Gral. Antonio Nariño y Carlos Oña Benavides

Cliente:.....

Telf:.....

Dirección:.....

RUC/Ci:.....

CANT.	DETALLE	PESO BRUTO	PESO NETO
FIRMA CLIENTE		SUBTOTAL	
		DESCUENTO	
FIRMA AUTORIZADA		IVA 12%	
		IVA 0%	
		TOTAL	

Imprenta CULTURA Orbe Guzmán Eduardo Ramiro Ruc: 0400593398001 Aut. SRI. 1807
Del 000001 al 001000 Aut. Imp. 20/Junio/2013 **CADUCA 20/Junio/2014**

ORIGINAL: ADQUIRIENTE
COPIA: EMISOR

ANEXO N° 8

INFLACIÓN ANUAL

Año	Inflación Anual
2005	4,85%
2006	4,48%
2007	5,69%
2008	7,67%
2010	2,00%
2011	3,17%
2012	2,44%
Promedio	4,33%
Inflación País destino	0,90%
% Utilidad Ventas	15,00%

ANEXO N° 9

GASTOS DE PRODUCCIÓN

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima			226.800	283.941	335.996	416.446	496.896	596.275
Brocoli	567.000	0,40	226.800	283941	335996	416446	496896	596275
Mano de Obra			4.779	5.601	6.181	6.822	7.528	8.308
	1	4.779	4.779	5.601	6.181	6.822	7.528	8.308
Costos Indirectos de Fabricación:			173.900	223.859	274.179	351.719	435.470	542.710
Envases	567.000	0,30	170.100	213081	263036	340095	423333	529960
Embalajes	600	1,00	600	1.350	1.570	1.900	2.255	2.705
Agua	12	60,00	720	751	784	818	853	890
Energía	12	200,00	2.400	2504	2612	2725	2843	2966
Suministros	12	0,00	0	0	0	0	0	0
Asistencia Técnica	1	80,00	80	83	87	91	95	99
Depreciaciones				6.090	6.090	6.090	6.090	6.090
Total Costo de Producción			405.479	513.401	616.357	774.987	939.894	1.147.293

ANEXO Nº 10

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	1	43.050	43.050	50.582	55.821	61.602	67.982	75.023
Servicios Básicos	12	50,00	600	626	653	681	711	742
Suministros de Oficina	12	15,00	180	188	196	204	213	222
Suministros de Limpieza	12	20,00	240	250	261	273	284	297
Arriendo	12	0,00	0	0	0	0	0	0
		400,00	0	0	0	0	0	0
		400,00	0	0	0	0	0	0
		400,00	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones			0	2261	2261	2261	2339	2339
Amortizaciones			0	356	356	356	356	356
Total Gastos Administrativos			44.070	54.263	59548	65378	71885	78979
			0,79	0,83	0,84	0,84	0,85	0,86

ANEXO Nº 11

GASTOS DE EXPORTACIÓN

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
UNITARIZACIÓN	12	2.466,75	29.601	31.411	32.771	42.532	53.077	64.456
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	12	150,00	1.800	3.505	3.657	4.769	5.971	7.268
DOCUMENTACIÓN	12	56,20	674	704	766	870	1.030	1.273
TRANSPORTE INTERNO	12	2.400,00	28.800	33.802	41.796	54.507	68.239	83.059
MANIPULEO DE EMBARQUE	12	2.800,00	33.600	35.054	36.572	47.693	59.710	72.676
AGENTES	12	150,00	1.800	1.878	2.044	2.321	2.750	3.399
COSTOS BANCARIOS	12	801,58	9.619	12.052	14.247	17.753	21.417	25.960
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	12	44,41	533	658	775	970	1.174	1.424
FLETE INTERNACIONAL	12	24.000,00	288.000	301.217	417.963	545.068	682.395	830.588
SEGURO INTERNACIONAL	12	1.406,63	16.880	19.759	24.530	31.137	38.151	46.327
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	12	273,07	3.277	3.836	4.762	6.045	7.406	8.994
ALMACENAMIENTO	12	100,00	1.200	1.189	1.179	1.168	1.158	1.147
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	12	240,00	2.880	3.005	4.180	5.451	6.824	8.306
DOCUMENTACIÓN	12	400,00	4.800	4.757	4.714	4.672	4.630	4.589
AGENTES	12	190,00	2.280	2.379	2.589	2.940	3.483	4.305
TRANSPORTE INTERNO	12	900,00	10.800	11.267	15.674	20.440	25.590	31.147
ADUANEROS	12	2.152,14	25.826	30.231	37.531	47.640	58.371	70.881
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	12	360,00	4.320	260	323	410	502	609
Total Gastos de Exportación (Ventas)			466.689	496.966	646.072	836.386	1.041.877	1.266.408

Gastos que se van a incurrir en la exportación de brócoli.

ANEXO Nº 12

PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio - Sin Financiamiento												
Costo de Producción	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES
MPD		226.800		283.941		335.996		416.446		496.896		596.275
MOD		4.779		5.601		6.181		6.822		7.528		8.308
Costos Indirectos Fabricación												
Envases		170.100		213.081		263.036		340.095		423.333		529.960
Embalajes		600		1.350		1.570		1.900		2.255		2.705
Agua		720		751		784		818		853		890
Energía		2.400		2.504		2.612		2.725		2.843		2.966
Asistencia Técnica		80		83		87		91		95		99
nn	720		751		784		818		853		890	
Energía	2.400		2.504		2.612		2.725		2.843		2.966	
Asistencia Técnica	80		83		87		91		95		99	
Depreciaciones	0		6.090		6.090		6.090		6.090		6.090	
Total Costo de Producción	3.200	405.479	9.429	507.311	9.573	610.267	9.724	768.897	9.881	933.804	10.045	1.141.203
Gastos Operacionales	44.070	466.689	54.263	496.966	59.548	646.072	65.378	836.386	71.885	1.041.877	78.979	1.266.408
Gastos Administrativos	44.070		54.263		59.548		65.378		71.885		78.979	
Gastos de Exportación		466.689		496.966		646.072		836.386		1.041.877		1.266.408
Gastos Financieros	0	25.225	16.110	5.940	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario		25.225		16.110		5.940		0		0		0
Costos y Gastos Totales	47.270	872.169	88.916	1.004.276	85.231	1.256.339	81.041	1.605.283	81.767	1.975.681	89.024	2.407.611
Unidades	567.000	680.400	805.140	997.920	1.190.700	1.428.840						
Costos y Gastos Unitarios	0,08	1,54	0,13	1,48	0,11	1,56	0,08	1,61	0,07	1,66	0,06	1,69
Total Costos y Gastos Unitarios	1,62	1,61	1,61	1,67	1,67	1,69	1,69	1,73	1,73	1,75	1,75	1,75
% Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Precio de venta Unitario	1,86	1,85	1,92	1,94	1,99	2,01						
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	144.732	239.225	239.549	242.141	249.394	274.424						

ANEXO Nº 13

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Amortización de la Deuda				
Monto	264.704			
Tasa Anual	11,00%			
Tasa Mensual	0,0092			
Plazo	36			
Cuota	8666,08			
No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				264.704
1	6239,62	2.426,46	8666,08	258.465
2	6296,82	2.369,26	8666,08	252.168
3	6354,54	2.311,54	8666,08	245.813
4	6412,79	2.253,29	8666,08	239.401
5	6471,58	2.194,51	8666,08	232.929
6	6530,90	2.135,18	8666,08	226.398
7	6590,76	2.075,32	8666,08	219.807
8	6651,18	2.014,90	8666,08	213.156
9	6712,15	1.953,93	8666,08	206.444
10	6773,68	1.892,40	8666,08	199.670
11	6835,77	1.830,31	8666,08	192.835
12	6898,43	1.767,65	8666,08	185.936
13	6961,67	1.704,41	8666,08	178.974
14	7025,48	1.640,60	8666,08	171.949
15	7089,88	1.576,20	8666,08	164.859
16	7154,87	1.511,21	8666,08	157.704
17	7220,46	1.445,62	8666,08	150.484
18	7286,65	1.379,43	8666,08	143.197
19	7353,44	1.312,64	8666,08	135.844
20	7420,85	1.245,23	8666,08	128.423
21	7488,87	1.177,21	8666,08	120.934
22	7557,52	1.108,56	8666,08	113.376
23	7626,80	1.039,28	8666,08	105.750
24	7696,71	969,37	8666,08	98.053
25	7767,26	898,82	8666,08	90.286
26	7838,46	827,62	8666,08	82.447
27	7910,31	755,77	8666,08	74.537
28	7982,83	683,25	8666,08	66.554
29	8056,00	610,08	8666,08	58.498
30	8129,85	536,23	8666,08	50.368
31	8204,37	461,71	8666,08	42.164
32	8279,58	386,50	8666,08	33.884
33	8355,48	310,61	8666,08	25.529
34	8432,07	234,01	8666,08	17.097
35	8509,36	156,72	8666,08	8.587
36	8587,36	78,72	8666,08	0

ANEXO Nº 14

ROL DE PAGOS

Año 2012	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											
Gerente	1	1.000	1.000	12.000	292	1.000	500	0	1.122	1.458	15.250
Contador	1	600	600	7.200	292	600	300	0	673	875	9.267
Ing Comercial	1	800	800	9.600	292	800	400	0	898	1.166	12.258
Secretaria	1	400	400	4.800	292	400	200	0	449	583	6.275
PRODUCCIÓN	4	3.430	2.800	33.600	1.168	2.800	1.400	0	3.142	4.082	43.050
Obrero	1	300	300	3.600	292	300	150	0	337	437	4.779
Total	1	1.850	300	3.600	292	300	150	0	337	437	4.779
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											
Gerente	1	1.104	1.104	13.243	318	1.104	552	1.104	1.238	1.609	17.929
Contador	1	662	662	7.946	318	662	331	662	743	965	10.884
Ing Comercial	1	883	883	10.594	318	883	441	883	991	1.287	14.407
Secretaria	1	441	441	5.297	318	441	221	441	495	644	7.362
PRODUCCIÓN	4	3.785	3.090	37.080	1.272	3.090	1.545	3.090	3.467	4.505	50.582
Obrero	1	331	331	3.973	318	331	166	331	371	483	5.601
Total	1	2.042	331	3.973	318	331	166	331	371	483	5.601
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											
Gerente	1	1.218	1.218	14.614	351	1.218	609	1.218	1.366	1.776	19.786
Contador	1	731	731	8.769	351	731	365	731	820	1.065	12.012
Ing Comercial	1	974	974	11.692	351	974	487	974	1.093	1.421	15.899
Secretaria	1	487	487	5.846	351	487	244	487	547	710	8.125
PRODUCCIÓN	4	4.177	3.410	40.920	1.404	3.410	1.705	3.410	3.826	4.972	55.821
Obrero	1	365	365	4.384	351	365	183	365	410	533	6.181
Total	1	2.253	365	4.384	351	365	183	365	410	533	6.181
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											
Gerente	1	1.344	1.344	16.128	387	1.344	672	1.344	1.508	1.960	21.835
Contador	1	806	806	9.677	387	806	403	806	905	1.176	13.256
Ing Comercial	1	1.075	1.075	12.902	387	1.075	538	1.075	1.206	1.568	17.545
Secretaria	1	538	538	6.451	387	538	269	538	603	784	8.966
PRODUCCIÓN	4	4.610	3.763	45.158	1.549	3.763	1.882	3.763	4.222	5.487	61.602
Obrero	1	403	403	4.838	387	403	202	403	452	588	6.822
Total	1	2.486	403	4.838	387	403	202	403	452	588	6.822
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											
Gerente	1	1.483	1.483	17.798	427	1.483	742	1.483	1.664	2.163	24.096
Contador	1	890	890	10.679	427	890	445	890	998	1.298	14.629
Ing Comercial	1	1.187	1.187	14.239	427	1.187	593	1.187	1.331	1.730	19.363
Secretaria	1	593	593	7.119	427	593	297	593	666	865	9.895
PRODUCCIÓN	4	5.087	4.153	49.835	1.710	4.153	2.076	4.153	4.660	6.055	67.982
Obrero	1	445	445	5.340	427	445	222	445	499	649	7.528
Total	1	2.744	445	5.340	427	445	222	445	499	649	7.528
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											
Gerente	1	1.637	1.637	19.642	472	1.637	818	1.637	1.837	2.386	26.592
Contador	1	982	982	11.785	472	982	491	982	1.102	1.432	16.144
Ing Comercial	1	1.309	1.309	15.713	472	1.309	655	1.309	1.469	1.909	21.368
Secretaria	1	655	655	7.857	472	655	327	655	735	955	10.920
PRODUCCIÓN	4	5.614	4.583	54.997	1.887	4.583	2.292	4.583	5.142	6.682	75.023
Obrero	1	491	491	5.893	472	491	246	491	551	716	8.308
Total	1	3.028	491	5.893	472	491	246	491	551	716	8.308

ANEXO Nº 15

ARTÍCULO CIENTÍFICO

DANIELA CECILIA PORTILLA ESPAÑA



Egresada de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. Suficiencia en el idioma inglés, Taller Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi, Manejo Básico del Paquete Informático E-COMEX, Normativa y Procedimientos Aduaneros, Medidas Arancelarias del Comercio Exterior, Normativa, Procedimientos Aduaneros y Tributarios del Comercio Exterior, Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana.

daniss_1986@hotmail.com

“La Demanda de brócoli en el mercado de Tokio - Japón y su Comercialización desde la Provincia del Carchi”

Resumen

En la presente investigación se destaca la importancia de la agricultura en el desarrollo social y económico del país, por ser gran fuente de plazas de trabajo, e ingresos para muchas de las familias ecuatorianas. El brócoli está dentro de los productos agrícolas no tradicionales del país, ya que se inició a cultivar en la década de los 80 y se lo vio como producto exportable recientemente en la década de los 90, con un crecimiento constante y significativo de sus volúmenes en los últimos años.

Por lo expuesto anteriormente, se realizó un análisis sobre los volúmenes y procedimientos de exportación a mercado japonés; se tomó como referencia la producción de la provincia del Carchi, con el fin de maximizar y manejar adecuadamente todo el proceso del brócoli hasta el consumidor final. Un manejo adecuado involucra la entrega de volúmenes requeridos oportuna y garantizada según las exigencias internacionales, del producto a los diferentes consumidores.

Se destacan elementos importantes mismos que han servido para cumplir con el objetivo planteado, en el estudio de mercado se hace un análisis de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del macro y micro entorno, con lo que se pudo comprobar la seguridad que existe para llegar al mercado japonés, se determinó la existencia de demanda insatisfecha y la oferta que la Provincia del Carchi ofrece, de esta forma llegar con un producto acorde a las exigencias del consumidor.

Palabras claves:

- Oferta
- Estudio de mercado
- Demanda

ABSTRACT

In the present study highlights the importance of agriculture in social and economic development of the country, being major source of jobs and income for many families in Ecuador. Broccoli is in non-traditional agricultural products of the country, as it began to grow in the early 80s and was seen as recently exportable product in the early 90s with a steady and significant growth in volumes in recent years.

By the above, analysis was performed on volumes and export procedures to Japanese market was taken as reference production Carchi province, in order to maximize and properly handle the whole process of broccoli to the end consumer. Proper management involves the timely delivery of volumes required and guaranteed by international requirements, the product to different consumers.

It highlights important elements that have helped them to meet the objective set in the market study is an analysis of political, economic, social and technological aspects of macro and micro environment, which it was found that there is security for Japanese market reach, we investigated the existence of unmet demand and supply that provides Carchi Province, thereby reach a product according to the demands of the consumer.

Keywords:

Offer

Market research

Demand

Introducción

La agricultura impulsa la economía de la mayoría de los países en desarrollo, las estadísticas de la FAO (2011) revelan que en los albores del nuevo milenio 2.570 millones de personas dependen de la agricultura.

El desarrollo de la investigación se la presenta en 5 capítulos, los cuales se detallan factores importantes, mismos que han contribuido a cumplir con el objetivo general.

En el primer capítulo se expone el planteamiento del problema, poniendo énfasis la necesidad de crear fuentes de trabajo en la provincia del Carchi, tomado en cuenta que la mayoría de sus pobladores se dedican a la agricultura como la principal actividad.

En el segundo capítulo, se detalla la fundamentación legal, siendo la Constitución del Ecuador, la principal ley, se analiza igualmente los tratados, acuerdos internacionales, decisiones y reglamentos que normalizan el desarrollo del comercio internacional.

El tercer capítulo se elabora un estudio de mercado, en el que se destacan los factores políticos, legales, tecnológicos sociales de Ecuador y Japón convirtiéndose este último en el mercado meta.

Las conclusiones y recomendaciones se las elabora en el cuarto capítulo en este se enfatiza la viabilidad del proyecto, así como también se recomienda las posibles soluciones a las problemas que se han encontrado en el estudio de mercado.

En el capítulo cinco se desarrolla el estudio de factibilidad, en el que se destaca, el estudio técnico y se concluye con el estudio financiero, se lo ha desarrollado con el afán de determinar técnicamente la viabilidad del proyecto y el tiempo en el que es posible recuperar la inversión realizada.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente proyecto se fundamenta en la investigación exploratoria, el mismo que se enmarca dentro del concepto de proyecto factible. Con esta investigación se pretende llegar al lugar de los hechos conociendo de una forma particular que cantidad de producción del brócoli existe en la Provincia del Carchi, así como también ayudar a dar posibles soluciones las cuales estén enfocadas a mejorar la calidad de vida de los involucrados.

Se ha considerado el uso del método inductivo, por que ha permitido obtener conclusiones generales a partir de lo particular, mediante la observación por lo cual esta investigación estará dirigida a productores de brócoli locales, empresas nacionales y regionales dedicadas a la producción y comercialización del producto con la finalidad de conocer su comportamiento en el mercado, y a la vez plantear una solución al problema expuesto.

RESULTADOS O DISCUSIÓN

La economía de Japón es la tercera a nivel mundial, siguiendo Estados Unidos y China. La cooperación entre el gobierno y las industrias, la costumbre japonesa del trabajo duro y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico del que disfruta hoy en menos de medio siglo.

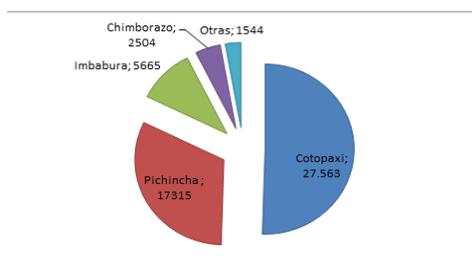
Según los datos otorgados por el Banco Central del Japón el PIB (2012) fue de 5,867 billones USD. El producto interno bruto de Japón creció entre enero y marzo en un 3,5% con respecto al año 2013, esto impulsado por el consumo interno. La economía japonesa también se vio beneficiada por un incremento de las exportaciones y creció un 0,9 por ciento con respecto al periodo octubre-diciembre del año pasado, según informe del Gobierno.

En la presente investigación se ha considerado de mucha importancia elaborar un análisis de factores externos que afectarían a la empresa en algún momento de ellos se puede identificar las oportunidades y amenazas en las que se va a desenvolver la empresa.

Japón según el análisis realizado se muestra como una economía en continuo crecimiento, clara evidencia es el crecimiento del PIB per cápita que para el año 2012 fue de 34.193,60 USD, por lo que se argumenta que económicamente este país representa una oportunidad de alto impacto con alto poder adquisitivo por parte de sus habitantes, de esta forma este mercado se convierte en atractivo.

Políticamente, ambos gobiernos han mostrado interés por mantener buenas relaciones comerciales, cabe destacar el Sistema Generalizado de Preferencias contribuye a que se pueda ingresar con el producto especialmente en lo que respecta a productos agrícolas con poco valor agregado.

Gráfico N° 1 Provincias del Ecuador productoras de Brócoli



Elaborado por: Daniela Portilla.

Las zonas adecuadas para el cultivo de brócoli está caracterizadas por ser zonas húmedas - montañosas, con clima templado y frío, con alturas entre los 2,700 y 3,200 metros sobre el nivel del mar, por lo que la región andina se convierte en la ideal para este cultivo.

En el gráfico N° 1 se observa las principales provincias del Ecuador que producen brócoli, Cotopaxi que representa el 50% de la producción total del Ecuador convirtiéndose en el primer competidor nacional, le sigue Pichincha con el 32% e Imbabura con el 10%, este análisis muestra una clara competencia nacional que tiene ya un mercado asegurado en el extranjero. MAGAP (2013)

Del total de la producción de brócoli en el país, que se calcula bordea las 50 mil toneladas métricas anuales, apenas el 40% se queda para el consumo interno, así lo sostuvo Ernesto Rivadeneira, presidente de la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (APROFEL, 2012).

En consecuencia, el mercado externo es ideal para este tipo de alimento, que se caracteriza por su importante valor nutritivo.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Según la información otorgada por la FAO (2012), se estima que los japoneses gastan entre un 27% y un 30% de su ingreso en alimentos. Gran parte de estos gastos se realiza en comidas fuera del hogar, y la participación de frutas y hortalizas.

Los japoneses se encuentran entre los mayores consumidores de vegetales frescos del mundo, el consumidor japonés es muy cuidadoso en su alimentación y salud por tal motivo ellos no adquieren productos químicos debido a que afecta a su salud; por la que se ha incrementado la demanda de productos vegetales, de tal manera que se puede concluir que el consumidor japonés adquiere con frecuencia el brócoli debido a los altos valores nutritivos que tienen este producto.

El producto

La FAO (2012) define al brócoli como “la hortaliza de mayor valor nutritivo por unidad de peso de producto comestible”. Mayormente compuesta de agua –casi un 80%, este vegetal es también muy generoso en vitaminas y minerales constituyéndose en una excelente fuente de vitamina C.

Se considera que 200 gramos de esta hortaliza cubren con creces las necesidades mínimas diarias de vitamina ya que aporta 116 mg por cada 100 gramos de brócoli, contiene vitaminas B 1 , B 2 , B 6 y E.

Tabla Nº 1 Importaciones Japonesas de Brócoli

AÑO	IMPORTACIONES DE JAPÓN EN TN	IMPORTACIONES DE TOKIO EN TN
2008	20648.253	10324.1265
2009	23115.593	11557.7965
2010	26577.318	13288.659
2011	36579.883	18289.9415
2012	42066.865	21033.4325

Elaborado por: Daniela Portilla.

En el 2011 Estados Unidos lidera en las importaciones japonesas, el cual representa el 92.2% del total, seguida de las de China con el 6.4%, el tercer lugar lo ocupa México con el 0.3 %; el resto de otros países. Las importaciones para este producto resultó un incremento en volumen del 2.5%, y un decremento del 2.5% en valor en yenes, con respecto al año anterior 2010. (Nichinuku Ltda, 2011, p. 30)

Del total de las importaciones japonesas de brocolí el 50% esta destiando para consumo de Tokio como se lo evidencia en la tabla Nº1

Tabla N° 2 Exportaciones de Tokio

AÑO	EXPORTACIONES TOKIO EN TM
2008	5420.23
2009	6880.35
2010	7240.25
2011	6486.23
2012	5836.25

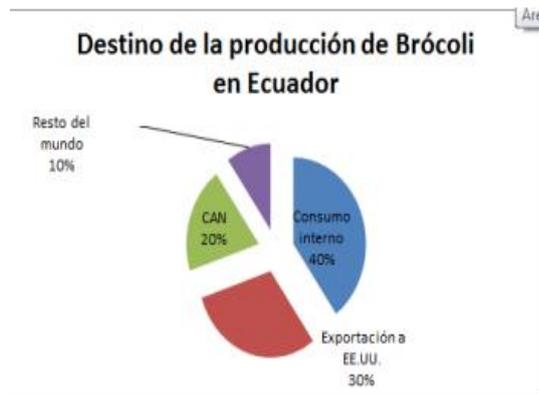
Elaborado por: Daniela Portilla.

“Desde que surgió el comercio internacional moderno, los países han intentado mantener una balanza comercial favorable, es decir, exportar más de lo que importan”. (Banco Central del Ecuador, 2013), en este contexto cabe destacar que Japón es uno de los países que el 60% de sus productos de la canasta familiar son importados de otros países según lo informado por la FAO (2013).

En tabla N° 2 se destacan las exportaciones japonesas de brócoli al resto del mundo, se observa que en los años analizados existe una dinámica decreciente para el periodo 2011 se exportó una cantidad del menos 10% que el periodo anterior. Este fenómeno se dio por motivos que la mayor parte del producto se queda para consumo interno, el consumo de vegetales muestra un crecimiento muy importante durante los últimos años, pasando de 2.17 millones de toneladas en 2008 a 2.90 millones de toneladas en 2011, particularmente debido al fenómeno de “occidentalización” de la dieta de sus habitantes en las zonas urbanas, así como la necesidad de contar con alimentos de fácil y rápida preparación, según lo publicado por la Organización de Agricultura y Alimentos. (FAO, 2013)

Se provee que para los años siguientes tomando como base el año 2012 las exportaciones de brócoli japonesas aumenten en un 0,66%, mientras que las importaciones presenten un aumento de aproximadamente un 12% anual. (FAO, 2013)

Gráfico N° 2 Oferta exportable



Elaborado por: Daniela Portilla.

Ernesto Rivadeneira, presidente de la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (APROFEL). Sostiene que del total de la producción ecuatoriana solo el 10% se destina para exportar al resto del mundo.

Tabla N° 3 Demanda insatisfecha

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCION (+)	CNA	POBLACION NACIONAL	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT (KG)	POBLACION ESTRATIFICADA	DEFICIT TOTAL TOKIO (TM)	COBERTURA	
	TM	TM	TM	TM		REAL (KG)	RECOMENDADO (KG)				(KG)	% DE COBERTURA
2012	5836	5960	20180	20304	10987500	3,08	9,00	5,92	6592500	39029	576,30	1,48%
2013	5875	6105	23207	23437	11097375	3,52	9,00	5,48	6658425	36489	692	1,90%
2014	5914	6254	26688	27029	11208358	4,02	9,00	4,98	6725009	33497	830	2,48%
2015	5953	6407	30691	31146	11320432	4,59	9,00	4,41	6792259	29985	999	3,33%
2016	5992	6563	35295	35866	11433635	5,23	9,00	3,77	6860181	25876	1196	4,62%
2017	6031	6723	40589	41281	11547973	5,96	9,00	3,04	6928784	21078	1434	6,80%
TOTAL	35601	38012	176651	179062						185952	5726	3,43%

Elaborado por: Daniela Portilla.

Para determinar la demanda insatisfecha se ha recurrido a el cálculo de aquella demanda que no ha podido ser cubierta en el mercado de Tokio, los datos que se ha obtenido durante la investigación han contribuido para poder hacer las proyecciones de los cinco años siguientes.

El mercado se lo ha segmentado considerando a que parte de la población de Tokio se puede llegar, las familias con alto poder adquisitivo son leales a los productos o marcas que satisfacen sus necesidades, cabe destacar que esta parte de la población consume el 35% de verduras principalmente el

brócoli, de la población total de Tokio el 60% representa las de alto poder adquisitivo. (FAO, 2013).

Se ha considerado para esta investigación calcular el consumo nacional aparente, indicador que se lo obtiene mediante la suma de las importaciones más la producción local y restando las exportaciones, este valor se lo ha dividido para la población con alto poder adquisitivo de Tokio obteniendo como resultado el consumo real es decir la cantidad que en la actualidad se consume de brócoli.

El consumo recomendado de brócoli es de 9 Kg anuales, en la tabla N° 3 se observa un déficit de 5,48 Kg para el año 2013, valor que multiplicado para la población se obtiene la cantidad en toneladas de demanda insatisfecha para cubrir en al año 2013, para determinar la demanda efectiva se ha tomado en cuenta la oferta exportable del proyecto, el resultado para el primer año analizado es de 1,90% que representa el porcentaje de participación de la empresa en el mercado de Tokio, obteniendo un promedio de aproximadamente el 3,43% de demanda efectiva a cubrir en los años analizados.

Tabla N° 4 cálculo del TIR y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 378.149,07		
1	39.447,96	0,9169	36.171,21
2	54.811,96	0,8408	46.084,23
3	72.974,37	0,7709	56.258,20
4	213.255,77	0,7069	150.749,11
5	596.552,36	0,6482	386.670,48
		ΣFE	675.933,21
		- I.I.	378.149,07
		VAN	297.784,14
		TIR	25,72%
		PR	3,91
		C/B	1,79

Elaborado por: Daniela Portilla

Se concluye que el proyecto es económicamente factible, se ha analizado la tasa interna de retorno que dio como resultado ser mayor que la tasa de rentabilidad exigida por el inversionista, mientras que el valor actual neto de los flujos descotados es mayor a cero y el periodo de recuperación de la inversión es aproximadamente cuatro años tiempo que se lo ha considerado acorde a las necesidades y por cada dólar invertido y por cada dólar invertido la recuperación del dinero es de 0.79 centavos de dólar.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrés Chulde . (2009). Producción del Brócoli. Tulcán .
- Banco Central del Ecuador. (2 de 05 de 2013). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www.portal.bce.fin.ec>
- Castillo de Diago, D. A. (2003). <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/1163>. Recuperado el 18 de Agosto de 2011
- Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo. (05 de Enero de 2012). cloc.com. Recuperado el 09 de Junio de 2013, de <http://www.cloc-viacampesina.net>
- CORPEI. (18 de Diciembre de 2011). corpei.com. Recuperado el 09 de Junio de 2013, de <http://www.corpei.com>
- Corporativo. (Noviembre de 2009). Ecuador Exporta CORPEI. Recuperado el 5 de Septiembre de 2011, de <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/brocoli.pdf>
- Cortazar, M. (2012). Ecuador y el mundo en el 2012. Ekos, 1.
- El Universi. (05 de 01 de 2012). eluniverso.com. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www . eluniverso.com>
- FAO. (18 de 01 de 2013). fao.com. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de http://www.fao.org/index_es.htm
- Finanzas, M. d. (6 de agosto de 2012). Previsiones 2012.
- Garcia, P. (2011). Situación Política del Ecuador.
- Hill, C. (2007). Negocios Internacionales. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- III Censo Nacional Agropecuario. (2011). Recuperado el 31 de AGOSTO de 2011, de http://www. agroecuador.com/HTML/Censo/censo_4146.htm
- Info Idiomas . (28 de 04 de 2013). infoidiomas.com. Recuperado el 01 de 05 de 2013, de <http://www. infoidiomas.com/guias-de-viaje/japon/datos-basicos/>
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). Economía Internacional. Madrid: Pearson.
- LEON, L. (2010). Estudio de factibilidad para la creacion de la empresa productora y comercializadora de brocoli en el canton mejia provincia de Pichincha. Quito.
- MAGAP. (18 de Diciembre de 2012). (D. Portilla, Entrevistador)
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (22 de 02 de 2013). Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www.mmrree. gob.ec/2013/bol0128.asp>

Montesinos, J. L. (2008). La economía ecuatoriana del siglo XXI y sus perspectivas de comercio.

Nichinuku Ltda. (25 de 02 de 2011). nichiboku.com. Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://www.nichiboku.com/importacion-2011-brocoli.html>

OMC. (13 de Abril de 2012). OMC. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de www.omc.com

Peñañiel, F. (17 de Julio de 2011). Brócoli. (D. Portilla, Entrevistador)

PRO ECUADOR. (28 de Abril de 2011). Recuperado el 17 de Agosto de 2011, de <http://www.proecuador.gob.ec/2011/04/28/japon/>

PROECUADOR. (2010). <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-JAPON.pdf>. Recuperado el 05 de Mayo de 2013

PRONACA. (23 de Diciembre de 2011). pronaca.com. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de www.pronaca.com

Robles, F. (17 de Julio de 2007). <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/7083>. Recuperado el 15 de Agosto de 2011

Romero Aguirre, E. M. (06 de 2004). http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7002/1/23688_1.pdf. Recuperado el 21 de Agosto de 2011

www.dspace.espol.edu.ec. (s.f.).