

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION,  
ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL**

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

**“Comercialización de abono orgánico a base de desechos provenientes de los hogares y del ganado vacuno de la provincia del Carchi y la demanda existente en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa”**

**Autor: NIDIA JANETH CORAL MORA**

**Asesor: Tomás Sánchez Jaime PhD.**

**TULCÁN – ECUADOR**

**2013**

## ÍNDICE PRELIMINARES

Certificado	I
Autoría de trabajo	II
Acta de cesión de derechos de tesis de grado	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Resumen Ejecutivo	VI
Resumen	VIII
Abstract English	IX
Resumen Quichua	X
Introducción	XI

## **CERTIFICADO**

Certifico que el/la estudiante NIDIA JANNETH CORAL MORA con el N.- de cedula 0401631460 ha elaborado bajo mi dirección la investigación para el trabajo de tesis: “COMERCIALIZACIÓN DE ABONO ORGÁNICO A BASE DE DESECHOS PROVENIENTES DE LOS HOGARES Y DEL GANADO VACUNO DE LA PROVINCIA DEL CARCHI Y LA DEMANDA EXISTENTE EN LOS SECTORES AGRÍCOLAS DE UCRANIA-EUROPA”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el REGLAMENTO PARA TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN DE TESIS, GRADUACIÓN, TITULACIÓN E INCORPORACIÓN de la UPEC.

Tomás Sánchez Jaime PhD.

Asesor

Tulcán, 28 de Junio de 2013

## **DECLARATORIA**

Yo, NIDIA JANNETH CORAL MORA con cedula de identidad N.- 0401631460 estudiante de la escuela de: Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Nidia Janneth Coral Mora  
Tulcán, 28 de Junio del 2013.

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

### APROBADO

- Presidente del Tribunal -----
- Primer Vocal -----
- Segundo Vocal -----

Tulcán, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

# *Agradecimiento*

En primer lugar agradezco a dios por haberme dado vida y salud para alcanzar esta meta, por otra parte agradezco a mis padres por haber impulsado mis estudios, brindarme su apoyo absoluto y su confianza en esta etapa de mi vida; no podría dejar de mencionar al compañero de mis alegrías, tristezas, sacrificios, buenos y malos momentos, mi esposo, por brindarme la oportunidad de superarme y cumplir mis metas profesionales.

Y de manera especial agradezco a mi asesor Tomás Sánchez Jaime PhD, por brindarme sus valiosos conocimientos y apoyo incondicional en las diferentes circunstancias presentadas en el transcurso de mi vida estudiantil.

# *Dedicatoria*

El presente trabajo está dedicado a toda mi familia, a mis padres y hermanos, quienes estuvieron presentes en cada etapa de vida estudiantil, a mi esposo por su apoyo, amor y comprensión y a dos seres maravillosos que llenan mi vida de luz, esperanza y alegría, mis hijos, Jennifer y Christopher, por todos y cada uno de ustedes seguiré luchando y alcanzando nuevas metas, esperando contar con sus consejos y anhelos de superación.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La investigación relacionada con la comercialización de abono orgánico desde la provincia del Carchi hacia los sectores agrícolas de Ucrania-Europa, nació con la necesidad de obtener nuevos productos de exportación hacia mercados internacionales aún no conocidos, logrando diversificar productos y mercados, tal como lo plantea la normativa ecuatoriana.

La iniciativa de convertir los desperdicios orgánicos provenientes de los hogares conjuntamente con los desechos del ganado vacuno de las haciendas y ganaderías de la provincia del Carchi para convertirlos en abono orgánico con calidad de exportación, capaz de satisfacer las necesidades del mercado europeo, nació con las nuevas tendencias relacionadas con el cuidado del medio ambiente y la producción de alimentos saludables y sin químicos, siendo los países desarrollados los más interesados en alcanzar estos fines, para ello se realizó una investigación previa para obtener datos de los países interesados en adquirir abono orgánico, arrojando como resultado a Ucrania por las diferentes características favorables descritas en la investigación, corroborando que en nuestra provincia existe los suficientes requerimientos para hacer posible la producción y comercialización del producto, logrando satisfacer parte de la demanda del insumo en Kiev-Ucrania, demostrando que esta investigación proyecta resultados positivos, con índices de factibilidad.

La presente tesis de investigación tiene como finalidad dar a conocer antecedentes, objetivos, fundamentación legal y científica, demostrando la necesidad y la problemática que se puede resolver con la implementación de esta investigación, por otra parte se presenta una propuesta desarrollada con datos reales y confiables, demostrando con ello la credibilidad de la investigación, misma que se presenta en un estudio técnico, logístico y financiero, cada uno de ellos elaborado con las máximas especificaciones de eficiencia y eficacia; por otra parte se genera un cierto grado de desarrollo para quienes están involucrados en el proceso, entre ellos los proveedores y productores de abono orgánico, quienes recibirán ingresos extras por la realización de esta actividad, otro grupo son los



exportadores, buscando nuevas técnicas de negociación con países altamente comerciales, y por otra parte está el desarrollo productivo de la región que permite cumplir las expectativas de producción y exportación que actualmente fomenta el estado ecuatoriano.

Otro punto importante es que actualmente en nuestro medio ya se está implementando la idea de cuidado del medio ambiente a través de la clasificación de la basura (orgánica, desechos comunes y productos reciclables), esto permite que se pueda establecer convenios con el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Tulcán para obtener materia prima en grandes cantidades, garantizando a los productores la existencia de los insumos necesarios para la elaboración de abonos orgánicos.

El resultado de la investigación presenta resultados positivos y factibles y por lo tanto es recomendable, ya que se tiene bajos costos de inversión y programando buenas utilidades durante el tiempo estimado.

## **Resumen**

La presente investigación nos da a conocer la importancia de utilizar desechos muchas veces considerados inútiles, mismos que sirven para hacer productos lucrativos con los cuales podemos realizar negociaciones como lo es la comercialización de abono orgánico, esta iniciativas son de gran beneficio tanto para quienes elaboran el producto, los comercializadores del mismo y para quienes lo utilizan en sus cultivos.

El gobierno nacional incentiva las exportaciones y más cuando se trata de productos no tradicionales, por ello esta investigación resalta la importancia de abrirse hacia nuevos mercados como por ejemplo el ucraniano, considerando que este es un mercado amplio y con posibilidades de brindar grandes expectativas comerciales para nuestro país.

La comercialización de abono orgánico es un negocio con altas posibilidades de crecimiento a nivel mundial y por lo tanto genera rentabilidad económica para quienes estén dispuestos en invertir en este negocio; debemos aceptar el reto ya que Ecuador cuenta con la materia prima suficiente para la producción al igual que las condiciones climáticas y geográficas adecuadas para brindar un producto de excelente calidad al mercado exterior.

## **Abstract**

The present investigation gives us to know the importance of using waste many useless, some considered times that are good to make lucrative products with which we can carry out negotiations like it is it the commercialization of organic payment, this initiatives are so much of great benefit for those who elaborate the product, the negotiators of the same one and it stops who use it in their cultivations.

The national government motivates the exports and more when it is not traditional products, for it this investigation stands out the importance of opening up toward new markets as for example the Ukrainian one, considering that it is a wide market and with possibilities of offering big commercial expectations for our country.

The commercialization of organic payment is a business with high possibilities of growth at world level and therefore it generates economic profitability for those who are prepared in investing in this business; we should accept the challenge since Ecuador it has the matter it prevails enough for the production the same as the appropriate climatic and geographical conditions to offer a product of excellent quality to the external market.

**RIKUCHIK**

Kay taripayayka riksichikmi ashtawanpachaka imasha kay kupa shitashkakuna, jatun ministirishkata, wakinpika yanka churahska tian, shinapash wanuta jatushpa sumak mindalaikunta usharinmy, kay yuyaikuta ashtaka allimikanakan maikan rurakkunapa, jatukkunapa, shinallata maikan chakrapi llamkakkunapak.

Ñucanchik llaktata Ñaupaman pushakkunaka ashtakata yanapanakun shuk llaktakunaman kachashpa jatunakuntata, chaimantamy kay taripayayka riksichin jatun ministirishkata shuk jatun ukukunaman paskarinata, ninchimy ucraniano mama llaktaman, kayppika rikunchimmy jatun rantina ukukunan tian, shinallata shamuy punllakunaka sumak mindalaikunata shinanakuna rikurin ñucanchik mama llaktawan.

Kay wanuta llamkashpa jatukkunapaka kati punllakunatapika jatun mindalaita ruranakunami tianka, viñashpa katikunmi, tukuy mama llaktakunapi, shinallata kay llamaikunapika kullki tiana kan, Ecuador mama llaktaka charynmi ashtaka chukchikunata llamkankapak, shinallata sumak pachata, allpapi tiashkakunapash yanapan alli murukunata llukchinkapak, shuk markarkunaman jatunakapak.

## **Introducción**

La agricultura orgánica es una práctica que está tomando gran fuerza en varios países desarrollados, mismos que se preocupan de obtener productos de manera sana y sin dañar la salud de los consumidores, por esta razón se argumenta la presente investigación dando a conocer lo beneficioso de comercializar abono orgánico desde la provincia del Carchi hacia los sectores agrícolas de Ucrania-Europa, en cada uno de los capítulos desarrollados se podrá identificar puntos relevantes que demuestran la factibilidad del proyecto investigativo realizado.

En el primer capítulo se presenta el tema planteado, justificando la problemática y la necesidad existente de realizar esta investigación, de igual manera se presenta los respectivos objetivos planteados y cumplidos en el transcurso de la investigación, con lo antes mencionado se demuestra la existencia de un problema y la manera de solucionarlo a través del estudio detallado en los siguientes capítulos.

El segundo capítulo fundamenta teóricamente la investigación a través de antecedentes, los mismos que consisten en publicaciones anteriores sobre el tema que se está tratando demostrando que existe y han existido otros investigadores interesados en este asunto y encaminados a lucrarse de las ganancias que implica la producción de abono orgánico, por otra parte se presenta la fundamentación legal y filosófica a través de las distintas teorías, dándonos a conocer los motivos por los cuales se debe analizar el tema planteado, complementando esta parte con un vocabulario técnico, la idea a defender y las variables presentadas, mismas que contribuyen a despejar incógnitas referentes a la oferta que existe en nuestro país y la demanda insatisfecha en Ucrania-Europa.

En el tercer capítulo se detalla toda la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación haciendo que esta sea confiable, contando con fuentes de información verídicas; en esta fase se desarrollan los datos encontrados referentes a oferta y demanda, al igual que datos importantes de los sectores geográficos involucrados en la negociación, Ecuador y Ucrania, es así que se identifican los diferentes indicadores económicos, sociales, geográficos, que permiten elaborar distintos planes de acción con respecto a la investigación; estos

datos se encuentran presentados en gráficos y tablas estadísticas, permitiendo identificar las diferentes relaciones que se generan al realizar este propósito.

El capítulo cuatro presenta las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones relacionadas con el tema, se concluye mencionando aspectos relevantes que se presentaron en el transcurso de la investigación y se realiza las recomendaciones narrando los aspectos que se podría tomar en cuenta para facilitar la investigación al igual que la ejecución del proyecto, invitando a la participación del mismo por parte de organismos, asociaciones y familias.

Por otra parte tenemos la propuesta de la investigación, desarrollada en el quinto capítulo, en esta parte se expone a través de un estudio técnico, logístico y financiero la factibilidad en la realización e implementación de esta investigación obteniendo datos muy beneficiosos, por ejemplo se demuestra que no se requiere de gran inversión para obtener considerables utilidades, este hecho garantiza la factibilidad en el presente proyecto investigativo brindando como resultado la conclusión efectiva y un aporte para nuevas investigaciones y planes de negocios relacionados con la comercialización de abono orgánico proveniente de la Provincia del Carchi hacia diferentes lugares del mundo.

## **ÍNDICE GENERAL**

## CONTENIDO

## PÁGINA

### CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1.- Planteamiento del Problema.....	1
1.2.- Formulación del Problema.....	2
1.3.- Delimitación.....	3
1.4.- Justificación.....	4
1.5.- Objetivos.....	6
1.5.1.- Objetivo General.....	6
1.5.2.- Objetivos Específicos.....	6

### CAPITULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.- Antecedentes Investigativos.....	7
2.2.- Fundamentación Legal.....	8
2.3.-Marco Teórico.....	10
2.3.1.- Teorías utilizadas en la Investigación.....	10
2.3.2.- Metodología utilizada en la Investigación.....	11
2.3.3.- Vocabulario Técnico.....	12
2.4.- Idea a defender.....	13
2.5.- Variables de la Investigación.....	13

### CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1.- Modalidad de la Investigación.....	14
3.1.1.- Cualitativa.....	14
3.1.2.- Cuantitativa.....	15
3.2.- Tipos de Investigación.....	15
3.2.1.- Aplicada.....	15
3.3.- Población y Muestra de la Investigación.....	16
3.4.- Operacionalización de Variables.....	17
3.5.- Plan Recolección de la Información.....	20
3.6.- Procesamiento, Análisis e interpretación de resultados.....	20
3.6.1.- Análisis situacional país destino (Ucrania).....	20
3.6.1.1.- Factores Socio-Económicos.....	21
3.6.1.2.- Factores Políticos.....	22
3.6.1.3.- Factores Legales.....	23
3.6.1.3.1.- Régimen legal de comercio exterior.....	23
3.6.1.3.2.- Documentación.....	24
3.6.1.3.3.- Disposiciones aduanera espaciales.....	24
3.6.1.3.4.- Barreras no arancelarias.....	24
3.6.1.3.5.- Normas de etiquetado para productos de origen vegetal y animal....	25
3.6.1.4.- Factores Geográfico.....	27
3.6.1.5.- Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).....	28
3.6.2.- Análisis Mercado-Producto.....	29
3.6.2.1.- Perfil del Consumidor.....	29
3.6.2.2 El Producto.....	30

3.6.2.3.- Importaciones y exportaciones.....	30
3.6.2.4.- Producción nacional, precio referencial y competencia.....	31
3.6.3.- Análisis situacional del Ecuador.....	32
3.6.3.1.- Factores Político y legal.....	32
3.6.3.2.- Factores Socio-Económicos (país y sector, balanza comercial).....	33
3.6.4.- Análisis Mercado – Producto.....	34
3.6.4.1.- El mercado.....	34
3.6.4.1.2.- La industria del abono orgánico en el ecuador.....	34
3.6.4.2.- El Producto.....	35
3.6.4.3.- Los Proveedores.....	36
3.6.5.- FODA.....	37
3.6.5.1.- Análisis FODA.....	37
3.6.5.1.1.- Fortalezas.....	37
3.6.5.2.2.- Oportunidades.....	37
3.6.5.2.3.- Debilidades.....	38
3.6.5.2.4.- Amenazas.....	38
3.6.5.2.- Fuerzas de Porter.....	39
3.6.5.2.1.- Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	40
3.6.5.2.2.- La rivalidad entre los competidores.....	40
3.6.5.2.3.- Poder de negociación de los proveedores.....	40
3.6.5.2.4.- Poder de negociación de los compradores.....	40
3.6.5.2.5.- Amenaza de ingreso de productos sustitutos .....	40
3.6.6.- Proyecciones de estudio.....	41
3.6.6.1.- Ciclo de vida del producto.....	41
3.6.6.1.- Proyección de la oferta.....	42
3.6.6.2.- Proyección de la demanda .....	43
3.6.6.3.- Demanda insatisfecha.....	44
3.6.6.4.- Demanda efectiva.....	44
3.6.7.- Idea a defender.....	44

## **CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1.- Conclusiones.....	45
4.2.- Recomendaciones.....	46

## **CAPITULO V PROPUESTA**

5.1.- Título.....	47
5.2.- Justificación.....	47
5.3.- Objetivos.....	48
5.3.1.- Objetivo general.....	48
5.3.2.- Objetivos Específicos.....	48
5.4.- Modelo operativo de la propuesta.....	48
5.4.1.- Estudio Técnico.....	48
5.4.1.1.- Determinación del tamaño óptimo de la planta.....	48
5.4.1.2.- Localización óptima de la planta.....	49
5.4.1.3.- Ubicación del centro de acopio.....	51
5.4.1.4.- Ingeniería del Proyecto (Procesos).....	51
5.4.1.5.- Factibilidad organizativa, administrativa y legal.....	52
5.4.2.- Estudio Logístico.....	58
5.4.3.- Estudio Financiero.....	61



5.4.3.1.- Inversión inicial.....	62
5.4.3.2.- Capital de operación.....	62
5.4.3.3.- Financiamiento.....	62
5.4.3.4.- Balance general.....	63
5.4.3.2.- Estado de resultados.....	64
5.4.3.3.- Flujo neto de efectivo.....	65
5.4.3.4.- Cuadro de indicadores financieros.....	65
<b>Bibliografía.....</b>	<b>67</b>
<b>Linckografía.....</b>	<b>67</b>
<b>Normativa.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>70</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Distribuidores de Abono Orgánico en Ucrania.....	16
Tabla N° 2.- Indicadores Socio-Económicos.....	21
Tabla N° 3.- Principales Puertos y Aeropuertos de Ucrania.....	27
Tabla N° 4.- Sectores productivos de Ucrania.....	30
Tabla N° 5.- Índices de negociaciones internacionales de Ucrania.....	31
Tabla N° 6.- Información comercial del Producto.....	31
Tabla N° 7.- Proyección de la oferta.....	43
Tabla N° 8.- Proyección de la Demanda.....	43
Tabla N° 9.- Demanda Insatisfecha.....	44
Tabla N° 10.- Calificación del sector por puntos.....	50
Tabla N° 11.- Fichas de control y actividades (Gerente).....	53
Tabla N° 12.- Fichas de control y actividades (Contador).....	54
Tabla N° 13.- Fichas de control y actividades (Secretaria).....	55
Tabla N° 14.- Fichas de control y actividades (Jefe de recepción).....	56
Tabla N° 15.- Fichas de control y actividades (Empacadores).....	57
Tabla N° 16.- Información del Producto.....	59
Tabla N° 17.- Información del embarque del producto.....	59
Tabla N° 18.- Información adicional.....	60
Tabla N° 19.- Incoterms.....	61

Tabla N° 20.- Inversión Inicial.....	62
Tabla N° 21.- Capital de operación.....	62
Tabla N° 22.- Financiamiento.....	63
Tabla N° 23.- Balance General.....	63
Tabla N° 24.- Estado de resultados.....	64
Tabla N° 25.- Flujo Neto de Efectivo.....	65
Tabla N° 26.- Indicadores Financieros.....	65

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico N° 1.- Balanza comercial de Ucrania.....	22
Gráfico N° 2.- Principales Indicadores Económicos.....	33
Gráfico N° 3.- Proveedores de abono orgánico.....	36
Gráfico N° 4.- Fuerzas de Porter.....	39
Gráfico N° 5.- Ciclo de vida del producto.....	42
Gráfico N° 6.- Plano de planta de almacenaje.....	49
Gráfico N° 7.- Mapa de Ubicación de la bodega.....	51
Gráfico N° 8.- Proceso de comercialización.....	52
Gráfico N° 9.- Empaques de Abono orgánico.....	58

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo N° 1.- Encuesta.....	70
Anexo N° 2.- Entrevista.....	72
Anexo N° 3.- Cálculo Proyección de la Oferta.....	73
Anexo N° 4.- Cálculo Proyección de la Demanda.....	73
Anexo N° 5.- Cálculo Proyección Demanda Insatisfecha.....	74

## **CAPITULO I EL PROBLEMA**

## **1.1.- Planteamiento del problema**

Ante el avanzado desarrollo del mercado a nivel mundial, notamos las necesidades de producir en mayores cantidades y sobretodo productos sanos que beneficien la salud y reduzcan enfermedades. Nuestro país es un lugar privilegiado, goza de condiciones climáticas adecuadas que permiten la elaboración de variedad de productos provenientes de la naturaleza, además existe suficiente material para la elaboración de otro tipo de insumos, como por ejemplo, el abono orgánico que provee de un sin número de beneficios, tanto para los agricultores como para el medio ambiente; esto ejerce gran importancia en el mundo globalizado y exigente de productos saludables y adecuados para el consumo, lo propio se los puede alcanzar gracias a la utilización de abono orgánico, mismo que se planea comercializar en los países del primer mundo.

“Desde el punto de vista ambiental y económico la agricultura convencional y mundial se ha construido bajo modelos insostenibles, esto debido al uso indiscriminado de agroquímicos, reducción de la biodiversidad y fenómenos climáticos” (Rosales, 2009, parr.4), como consecuencia de estos hechos, los suelos dedicados al cultivo, en especial a los alimentos, se han deteriorado, principalmente en las zonas más industrializadas del planeta. “En Ecuador aún existen suelos aptos para el cultivo y producción, lo que no sucede a nivel mundial, en donde no se puede cultivar por la exagerada degradación de los suelos” (Solís, 2010, parr.3), es por ello que el abono orgánico representa una alternativa atractiva para los países en los cuales no se tiene nutrientes suficientes para la recuperación de los suelos.

Los fertilizantes orgánicos se obtienen por transformación de estiércol animal, de restos de cosecha o, en general de residuos orgánicos. Su tratamiento conduce a la formación de abono. Estos materiales permiten obtener fertilizantes eficaces y serán seguros si se preparan adecuadamente, incluso, cuando se aprovechan desechos orgánicos, se contribuye a la salud pública al evitar que se constituyan en fuente de contaminación. La incorporación del abono enriquece la capacidad

del suelo para albergar una gran actividad biológica, la cual tiene varias implicaciones favorables.

- Ayuda a mejorar la estructura del suelo.
- Permite la labor de las bacterias ayudando a sintetizar los nutrientes.
- Otros elementos despiden antibióticos y los que producen el típico olor a tierra mojada.
- “En el intercambio suelo - planta, uno a dos centenares de millones de bacterias en cada gramo de suelo, pueden vivir de las sustancias del suelo y de excreciones radiculares entregando a su vez nutrientes”. (Rosales, 2009, parr.2).

Por todo lo anterior, cabe hacerse las siguientes preguntas: ¿Por qué no se comercializa abono orgánico desde Carchi?, ¿qué variedades de abonos existen?, ¿existen exportadores de abono orgánico actualmente?, ¿qué cantidad de abono orgánico se puede obtener de la provincia del Carchi?, ¿cómo identificar a los proveedores?, ¿cómo identificar a los clientes?, ¿cómo determinar el mercado objetivo?, ¿qué tipo de empaque se debe utilizar?, ¿qué normas de calidad requiere el producto a exportar?, ¿cuáles son las estrategias de comercialización más adecuadas?, ¿qué valor agregado presenta el producto?, ¿cuál es la estimación de ganancias?, ¿qué documentos previos a la exportación se debe obtener?

## **1.2.- Formulación del problema**

“El desconocimiento de la demanda de abono orgánico en Ucrania-Europa, ha limitado la comercialización, a los fabricantes del insumo ubicados en la provincia del Carchi”.

## **1.3.- Delimitación**

OBJETO	Demanda de abono orgánico en Ucrania-Europa.
SUJETO	Comercialización de abono orgánico desde la provincia del Carchi.
TIEMPO	Desde abril 2012 hasta agosto 2013.
AREA GEOGRAFICA	<b>Oferente:</b> Carchi- Ecuador  <b>Demandante:</b> Kiev-Ucrania
GRUPO OBJETIVO	<b>Oferente:</b> Agricultores, ganaderos e ingenieros agrónomos.  <b>Demandante:</b> Empresas distribuidoras de insumos agropecuarios en Kiev.

#### 1.4.- Justificación

La presente investigación es de importancia relevante para los profesionales de comercio exterior y negociación comercial internacional ya que ayuda a determinar variables como oferta, demanda, comercialización, etc. y de esta manera localizar mercados con diferentes requerimientos y otras formas de obtener divisas para contribuir al desarrollo del país.

Considerando que el agricultor del siglo XXI debe ser un empresario de campo y un investigador del ecosistema para desarrollar su actividad productiva, debe ser un hombre inteligente, estudioso de la naturaleza, capaz de integrarse a su comunidad en la noble tarea de producir más y mejor, con menos costos y sin contaminar el medio ambiente, tomando en cuenta que esta idea aún no ha sido valorada en la amplitud requerida a nivel nacional, caso contrario es lo que ocurre en países desarrollados en donde se está optando por la agricultura orgánica que brinda productos de excelente calidad, y sobre todo, sanos para los consumidores, quienes prefieren prevenir enfermedades optando por productos cultivados sin ningún tipo de químicos (Chávez, 2010, parr.2).

Quizás por ello la comercialización de abono orgánico ha tomado un rumbo positivo, tanto para los agricultores como para los productores de este insumo biológico, pues –como ya hemos dicho- en países desarrollados no se han preocupado por cuidar los recursos naturales, esto ha ocasionado que la naturaleza se incapacite para producir; siendo el abono orgánico uno de los mejores elementos que brinda la posibilidad de recuperar los suelos, para que vuelvan a ser útiles para la producción agrícola, ya que como afirma el MAGAP (2003): “el abono orgánico no requiere de materia prima costosa” (parr.3) y, nuestro medio (la provincia del Carchi), se caracteriza por ser agrícola y ganadera.

Esto da a entender que existe el potencial necesario para producir en grandes cantidades y, de esta manera exportar, como lo están haciendo empresas en Manabí, tales como BBOAgro y Lombricorp las mismas que obtienen grandes beneficios de esta actividad. Un ejemplo de ello es que el bulto de 45Kg tiene un valor de 35,00 dólares en el mercado extranjero, mientras que a las empresas productoras ofertan el producto en 17,00 dólares.

Ahora bien, muchos países tanto del primer mundo como de las economías emergentes y, porque no, también en el mismo Ecuador, están solicitando productos que no sean tratados con químicos, ya que han advertido los riesgos que estos causan a la salud humana, incluso, están en condiciones de pagar un valor mayor por alimentos orgánicos que por productos tóxicos cultivados de forma tradicional, es decir, con químicos; esto permite obtener cuantiosa información sobre la comercialización de abono orgánico en los mercados, enfocándonos al ucraniano puesto que al ser un país desarrollado requiere de productos orgánicamente sanos, ya que la cultura orgánica de este sector así lo requiere.

De lo anterior, puede desprenderse que la comercialización, en el ámbito de la exportación de abono orgánico, se convierte en un atractivo negocio, que puede beneficiar a la población del Carchi como productores y comercializadores, quienes se convertirán en los proveedores de este nutriente; al igual que el ingreso de divisas al país por concepto de las negociaciones internacionales, pues -como afirma (Vivas, 2009) al referirse a la venta de los alimentos cultivados de

forma ecológica- éstos han ido creciendo y los estudios demuestran que seguirán aumentando, por este motivo “la elaboración de abono orgánico se convierte en una opción de negocio rentable y una buena alternativa para reducir la contaminación de los recursos naturales” (párr. 1).

Con la utilización de abonos orgánicos los agricultores pueden reducir el uso de insumos externos y aumentar la eficiencia de los recursos de la comunidad, protegiendo al mismo tiempo la salud humana y el ambiente.

La elaboración de abonos orgánicos ocupa un lugar muy importante en la agricultura, ya que contribuye al mejoramiento de las estructuras y fertilización de suelo a través de la incorporación de nutrimento y microorganismos, y también a la regulación del pH del suelo (Ochoa, 2003, párr.2).

Por todo lo anterior, los beneficiarios directos son los agricultores, tanto a quienes se va a dirigir el producto como para quienes lo producen; los agricultores ucranianos se convierten en beneficiarios porque pueden mantener los nutrientes de sus terrenos, incrementar la producción (de cualquier cultivo orgánico) y contar con alimentos de grandes potencialidades a un precio adecuado.

El otro grupo de potenciales beneficiarios son los ganaderos de la provincia, que ascienden –según el MAGAP- aproximadamente a 1500, quienes van a obtener recursos económicos por la venta de la materia prima o estiércol que actualmente no tiene ningún valor y se convierte en una molestia; consideramos que esto hará que haya un gran giro con respecto a la reutilización de desechos utilizados para la preparación del abono orgánico para su posterior comercialización en el exterior, los ganaderos podrán ser los proveedores de la materia prima, obteniendo ingresos por el estiércol recolectado.

Por otra parte, en un primer acercamiento a las fuentes bibliográficas y on-line existentes, se ha visto que –hasta el momento- sólo existen estudios sobre la exportación y/o comercialización de abono orgánico desde las provincias de Manabí, Pichincha y El Oro, respecto a la provincia del Carchi solamente hemos encontrado trabajos y estudios relacionados a la producción y utilización del abono orgánico, convirtiéndose, por lo tanto, una necesidad urgente el hacer una

investigación sobre la comercialización (enfocada a una posible exportación) desde la Provincia del Carchi.

## **1.5.- Objetivos**

### **1.5.1.- Objetivo General**

Determinar la demanda de abono orgánico requerida en Ucrania-Europa para su comercialización por parte de los fabricantes del insumo ubicados en la provincia del Carchi.

### **1.5.2.- Objetivos Específicos**

- Sustentar teóricamente la comercialización de abono orgánico desde Ecuador hacia los sectores agrícolas de Europa.
- Identificar la demanda de abono orgánico requerida en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa y establecer el porcentaje ofertable.
- Elaborar un estudio de factibilidad para la comercialización, que cubra parte de la demanda de abono orgánico en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa.



## CAPITULO II

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1.- Antecedentes Investigativos

Con relación a estudios e investigaciones realizadas anteriormente se ha logrado recopilar los siguientes, una tesis denominada: *Elaboración de abono Orgánico para los agricultores de hortalizas en la Provincia de Bolívar* de Ricaute Richard (2006), para obtener la licenciatura agraria, en la universidad Santa María, dice que: se denomina abono orgánico a todo material vegetal o animal que sufre una bio-transformación a través del tiempo por acción de los microorganismos.

La calidad nutricional de un abono orgánico no se mide solamente por su capacidad de aportar nutrientes directamente sino en la medida en que pueda promover los nutrientes del suelo, se puede utilizar como estrategia el entrenamiento a agricultores adscritos a las Buenas Prácticas Agrícolas en tareas generadoras de valor agregado hasta la oferta directa de su producción, ya que existe un insuficiente nivel educativo de los agricultores y de la población estable o temporal, especialmente del cuidado ambiental, la existencia de limitaciones en la recolección de basura y el desconocimiento de su posible aprovechamiento productivo.

También se ha encontrado una monografía de Jhon Chonillo (2008), para obtener la aprobación de bachillerato en Ciencias Químicas Biológicas del Colegio Luciano Andrade Marín, con el título *Elaboración y uso de abonos orgánicos*, en ella se menciona que: abono orgánico es un fertilizante que proviene de animales, humanos, restos vegetales de alimentos u otra fuente orgánica y natural. El uso de abonos orgánicos es una herramienta para el mejoramiento de suelos degradados, empobrecidos por el uso agrícola a través del tiempo.

La licenciada Carmen Cantero Espitia (2009), docente de ciencias naturales de la institución INEM MONTERÍA, presenta el siguiente proyecto: *Abono orgánico una*

*alternativa para desarrollar competencias laborales generales*, el cual presenta como objetivo general, implementar en la comunidad educativa de la institución INEM “Lorenzo María Lleras”, la estrategia de producción de abono orgánico, que permita el desarrollo de competencias laborales generales para el mejoramiento de la calidad de vida (párr.2).

En este proyecto se detalla las diferentes formas de producción y utilización de abono orgánico y, la mejor manera de comercializarlo en mercados nacionales.

Por otra parte el estudio de *Evaluación de la influencia de diferentes abonos orgánicos y de la cobertura plástica en el comportamiento de dos especies de Amaranthus hortícola bajo un manejo orgánico*, de Haaker Peter (2010), docente de la universidad del Pacifico Escuela de Negocios, para integración de estudiantes en el cuidado de la naturaleza, manifiesta que los abonos orgánicos son la fuente principal de fertilidad de los suelos, afectando sus propiedades físicas, químicas y biológicas; existe una tendencia mundial de aumento en el consumo de productos orgánicos; la diversidad de abonos y su fluctuante disponibilidad en el territorio nacional a lo largo del año, hacen que sea fundamental conocer los efectos de cada uno de estos en el desarrollo y producción de este cultivo. Paralelamente, esta tesis se ocupa de los aspectos de calidad del suelo desde el punto de vista nutricional (Haaker, 2010, p.9).

## 2.2.- Fundamentación Legal

<p><b>Constitución 2008</b></p>	<p><b>Art. 14 y Art.15.-</b> Buen vivir correlacionado con un ambiente sano y ecológico.</p> <p><b>Art.17 – 74.-</b> Derechos de la naturaleza, respeto a los recursos del país.</p> <p><b>Art. 304 (Numeral 2).-</b> Inserción estratégica del país en la economía mundial.</p> <p><b>Art. 306.-</b> Promoción de las exportaciones ambientalmente responsables.</p>
<p><b>Plan Nacional de</b></p>	<p><b>Objetivo 4.</b> Promover un ambiente sano y sustentable</p>

<b>Desarrollo</b>	<p><b>Meta: 4.2:</b> Promover la reducción de gases de efecto invernadero (GEI);</p> <p><b>Meta: 4.3:</b> Promover el manejo sostenible de recursos naturales, estratégicos;</p> <p><b>Meta: 4.4:</b> Fomentar las actividades no petroleras y no extractivas a gran escala;</p> <p><b>Meta 11.14.1:</b> Alcanzar montos altos por exportaciones industriales de los productos primarios no petroleros.</p> <p><b>Estrategias de PND</b>  <b>6.3</b> Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones, exportadores y destinos mundiales</p>
<b>Código orgánico de producción comercialización inversiones (COPCI)</b>	<p><b>Art. 4.- Fines del COPCI</b></p> <p>o) Fomentar y diversificar las exportaciones;  p) Facilitar las operaciones de comercio exterior;</p> <p><b>Art.5.-</b></p> <p>i) Producción sostenible y prácticas de producción limpia.</p>
<b>Política industrial del Ecuador</b>	<p><b>Capítulo I, Antecedentes 1.2</b></p> <p><b>VI.-</b> innovación y emprendimiento</p> <p><b>VII.-</b> acceso a mercados de micro, pequeñas y medianas empresas</p> <p><b>VIII.-</b> Incursionar en mercados externos</p> <p><b>IX.-</b> Desarrollo de políticas de comercio interior y exterior</p> <p><b>X.-</b> incentivar la inversión nacional y extranjera</p>
<b>Servicio Nacional de aduanas del Ecuador (SENAE)</b>	<p><b>Boletín 222-2012</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso para exportar</li> <li>• Documentación digital de acompañamiento.</li> <li>• Tipo de aforo</li> </ul>
<b>Acuerdo de Cotonú</b>	<p>Permisiones para la realización de negociaciones con la Unión Europea.</p>

## 2.3 Marco Teórico

### 2.3.1.- Teorías utilizadas en la investigación

Después de un análisis de las diferentes teorías referentes al comercio exterior e internacional, expresadas por valiosos pensadores de la economía como: Adam Smith, David Ricardo, Irving Fisher, Carlos Marx; mismos que argumentan sus teorías económicas, basándose en hechos trascendentales y reales de gran importancia en los aspectos de la negociación tanto nacional como internacional, cada uno interpretando las necesidades y los beneficios de diferente manera y perspectiva. (Véase: Parkin, 2007, p.127; Hill, 2010, p.210; Jiménez, 2010, parr.3; Nordhaus, 2008, p. 287)

Teoría	Características	Relación con el tema
Ventaja Comparativa o relativa (Adam Smith)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría a favor del Comercio Internacional.</li> <li>• El valor de los bienes depende de la cantidad de trabajo empleada en su producción.</li> <li>• La productividad del trabajo cambia según la técnica de producción utilizada.</li> <li>• La diferencia de productividad del trabajo ocasiona la diferencia de precios de un mismo producto.</li> <li>• El intercambio comercial internacional es beneficioso porque aumenta la producción y el consumo de cada país.</li> </ul>	<p>Detalla la importancia de conllevar una estrecha relación entre países, es decir, la existencia del libre comercio o la apertura para la realización de convenios, que permitan que dos o más naciones obtengan beneficios mutuos, permitiendo su desarrollo.</p> <p>Para la obtención de abono orgánico de calidad se requiere contar con tecnología adecuada, logrando así estar acorde a los requerimientos del mercado europeo.</p> <p>Esta teoría nos permite comparar los procesos de comercialización y logística con las empresas que actualmente realizan esta actividad, mejorándolos y estableciendo diferencias (Nordhaus, 2008; Hill, 2010).</p>

<p>Ventaja Absoluta (David Ricardo).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ampliación de mercados aumenta la producción.</li> <li>• La especialización genera ventaja absoluta sobre otros productos o servicios.</li> <li>• Favorece el Comercio Internacional.</li> <li>• Las importaciones y exportaciones benefician simultáneamente a quienes intervienen en el proceso.</li> <li>• Teoría contraria al proteccionismo comercial.</li> </ul>	<p>La importancia en la comercialización de este insumo radica en la expansión de mercado y por ende el aumento de exportaciones no tradicionales.</p> <p>Además para solventar el mercado extranjero se realizará la capacitación a los proveedores quienes, deberán producir el insumo utilizando tecnología de punta y alcanzando ventaja absoluta.</p> <p>Sin contar que la exportación de abono orgánico se está contribuyendo al desarrollo de la región a través de la producción (Parkin, 2007, p.128).</p>
<p>La Nueva Teoría del Comercio Internacional (Félix Jiménez, Erick Lahura)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluye en su análisis formal las economías a escala.</li> <li>• Los países comercian porque son diferentes entre sí.</li> <li>• Es incompatible con la competencia perfecta.</li> <li>• Ganancias generadas por monopolios y oligopolios.</li> <li>• Cada empresa puede diferenciar su producto del de sus competidores.</li> </ul>	<p>Al implementarse esta investigación se tiene la opción de establecer precios, puesto que cada asociación que se forme estará a cargo de una asociación matriz encarga de establecer las diferentes normas de producción local destinada a la exportación.</p> <p>La ventaja que genera la aplicación de esta teoría es que no se posee competidores directos y por ello se puede acoplar el producto según los requerimientos del mercado exterior más no de empresas competidoras (Jiménez, 1999, Perú, p.3).</p>

### 2.3.2.- Metodología a utilizarse en la investigación

La recolección de información se ha realizado tomando en cuenta las fuentes de información como: libros, revistas, documentales, videos, entre otros y sobretodo la observación de campo, para el análisis de la información se procedió a la utilización del sistema SPSS que permite obtener el ordenamiento de datos y la interpretación en graficas estadísticas, para una acertada toma de decisiones

acerca de la oferta y demanda del producto, en el mercado nacional e internacional.

Los métodos que se emplean en esta investigación son el método economicista, así como el método biotecnológico que permiten conocer las diferentes formas de producción y comercialización del producto, además se utiliza el método hermenéutico para lograr la mejor interpretación de datos, que permita una acertada toma de decisiones en cuanto a requerimientos del mercado extranjero y los ofertantes ecuatorianos. Las técnicas y herramientas a utilizarse en la recolección de información, son las entrevistas mismas que fueron realizadas a personas especializadas en la producción e interesadas en la comercialización de abono orgánico, por ejemplo los ingenieros agrónomos; por otra parte se aplicaron 200 encuestas a personas que podrían convertirse en proveedoras del insumo como son agricultores y ganaderos.

### **2.3.3.- Vocabulario Técnico**

**Comercialización.-** Consiste en dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta sea nivel nacional o internacional, estableciendo condiciones óptimas de calidad y aceptación por quienes deseen demandar el bien o servicio.

**Demanda.-** Es la acción de comprar bienes y servicios libremente, los mismos que se encuentran ofertados en un determinado mercado, estos productos están destinados para todo tipo de adquirientes, mismos que pueden utilizar los bienes demandados en incrementar la producción y al mismo tiempo proteger a nuevos productos.

**Incoterms.-** Términos o condiciones de negociación a nivel internacional, permitiendo establecer condiciones entre el importador y el exportador, en lo referente al manejo de la mercancía desde origen hasta destino, estos términos ayudan a establecer responsabilidades, sin perjudicar a ningún involucrado en el proceso.

**Inflación.-** Es la elevación notable del nivel de precios en bienes y servicios ocasionando efectos desfavorables para la economía de un país y para su estabilidad económica limitando el ingreso de inversión extranjera; al mismo tiempo dificulta y genera desconfianza para realizar negociaciones correspondientes al comercio internacional.

**Oferta.-** Es el conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado, mostrando a los clientes las características más adecuadas para que los productos sean adquiridos.

#### **2.4.- Idea a Defender**

“La existencia de demanda insatisfecha de abono orgánico en Ucrania-Europa, permitirá su comercialización por parte de los fabricantes ubicados en la provincia del Carchi”.

#### **2.5.- Variables de la Investigación**

**Variable Independiente:** La demanda de abono orgánico en Ucrania-Europa.

La comercialización de abono orgánico requiere de una investigación detallada, puesto que el mercado a donde se va a dirigir es muy amplio y desconocido.

**Variable Dependiente:** Estrategias de comercialización desde la provincia del Carchi.

El abono orgánico es un nuevo producto, con un sinnúmero de beneficios que genera grandes expectativas para todo tipo de productores que desean aumentar su porcentaje de producción y recuperar los suelos desgastados por la exagerada utilización de químicos, es por ello que los agricultores europeos, especialmente los ucranianos requieren de Abono Orgánico para poder ofertar productos orgánicos que sean sanos para el consumo de los clientes.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

Para la realización de esta investigación se utilizó el método documental para obtener diferentes fuentes bibliográficas documentadas que permitieron el análisis de las diferentes perspectivas en lo que concierne a las formas de producción y comercialización del producto, con ello se garantiza aceptación y calidad de la investigación puesto que podemos calificarla como verídica, haciendo que prevalezca la confiabilidad que se requiere para realizar la comercialización de abono orgánico hacia el mercado ucraniano.

Por otra parte se utilizó el método de campo, ya que se requiere obtener información del medio en el cual se aplicará la investigación realizada, para ello se utilizó herramientas como: la observación, misma que ayudó a determinar los problemas que se presentan actualmente y pueden ser solucionados con la aplicación de esta investigación; la entrevista es otra técnica aplicada, fue realizada a personas conocedoras y especializadas en la producción y comercialización del tema como son los ingenieros agrónomos, quienes a su vez orientaron a la aplicación de otro instrumento investigativo como son las encuestas que se formularon a ganaderos y agricultores, puesto que ellos son la parte fundamental, al ser quienes van a elaborar el abono orgánico para destinarlo a su posterior comercialización.

#### **3.1.- Modalidad de la Investigación**

Las modalidades que se aplicaron en la investigación fueron:

**3.1.1.- Cualitativa.-** Ya que se tomó en cuenta las diferentes actividades con relación a la producción orgánica de productos alimenticios, y los diferentes procesos utilizados para obtener los mismos, se tomó en cuenta las opiniones de agricultores, ganaderos, y expertos en el tema como ingenieros agrónomos, todos ellos se convierten en los ofertantes, ya que proveerán del producto al mercado



exterior, estando consientes que en la actualidad cuidar al ambiente es una prioridad mundial.

Además es importante desarrollar una investigación cualitativa del mercado exterior, mismo que permite obtener datos sobre las costumbres extranjeras y determinar la posible aceptación o rechazo del insumo utilizado en la producción agrícola.

**3.1.2.- Cuantitativa.-** Ya que se requiere saber la cantidad de requerimientos para la elaboración y comercialización de este insumo, de igual manera la utilización que tiene el mismo en los mercados europeos, en donde será adquirido.

La oferta se determinó a través de agricultores, ganaderos e ingenieros agrónomos, mismos que a través de capacitaciones van a asociarse y convertirse en los proveedores del insumo, para ello se procedió a realizar una extracción de datos del INEN para conocer el número de agricultores, ganaderos e ingenieros agrónomos, que servirán para la obtención de la muestra y oferta disponible que será destinada al mercado ucraniano. Por otra parte, la demanda está dada por los sectores agrícolas de Kiev- Ucrania, para ello se cuenta con datos proporcionados por el Ministerio de Finanzas de Ucrania, el Banco Mundial y Agencia Central de Inteligencia (CIA), mismos que permitirán conocer la demanda del insumo en este país y de igual manera la demanda insatisfecha que se podría llegar a satisfacer en un periodo de tiempo determinado.

### **3.2.- Tipos de Investigación**

**Aplicada.-** Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren, porque como se había mencionado anteriormente se utiliza métodos de campo (observación, entrevistas y encuestas), notando así que se está poniendo en práctica los conocimientos propios y adquiridos a través de documentación y expertos en el tema. Por otra parte lo que pretende esta investigación es la puesta en práctica del proyecto y por ello se ha desarrollado una fundamentación teórica que es la principal característica de este

tipo de investigación que se aplicará en el proceso de elaboración del abono orgánico en la provincia del Carchi, puesto que la investigación requiere la visita a los productores del insumo, para saber en qué condiciones se está realizando la elaboración del mismo y de igual manera verificar que se cumpla con las respectivas normas de calidad que se requiere en el mercado internacional especialmente el Europeo, que es a donde se dirige el producto.

### 3.3.- Población y Muestra de la Investigación

Se determinó que en el lugar de destino, es decir, en Kiev-Ucrania, están establecidos centros de distribución, los cuales se encargarán de distribuir el producto a los potentes agricultores, es por ello que no se requiere obtener una muestra del grupo objetivo, mas sin embargo, se presenta la lista de distribuidores encargados de llevar el producto a los clientes finales.

**Tabla N° 1.- Distribuidores de Abono orgánico en Ucrania**

Distribuidor	e-mail
Agroquímica Industrial RIMAC S.A.	<a href="http://www.rimacsa.com">www.rimacsa.com</a>
Formulaciones Químicas S.A.	<a href="http://www.formulacionesquimicassa.com">www.formulacionesquimicassa.com</a>
Organic Payments Healthy Life	<a href="http://www.organicpaimenthealthylife.com">www.organicpaimenthealthylife.com</a>

Fuente: Agencia central de inteligencia CIA/ 2012.  
Elaborado por: Nidia Coral

Por otra parte la población de Ecuador según datos del último censo realizado por el INEN es de 14.483.499 habitantes, en lo referente a la provincia del Carchi la población es de 164.524 y quienes realizan trabajos relacionados a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en el área urbana y rural son de 24.790 (2012); para poder aplicar los instrumentos de investigación se requiere obtener una muestra, debido a que la población a investigarse es relativamente numerosa y no

se cuenta con los recursos necesarios para poder obtener datos de toda la población, es por ello que se aplica la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$  (si la seguridad es del 95%)
- p = aceptación (5% = 0.05)
- q = rechazo (95% = 0.95)
- d = margen de error (en este caso deseamos un 3%).

Se presenta como porcentaje de seguridad un 95% porque no se puede entrevistar a toda la población puesto que no se dispone de todos los recursos necesarios para este hecho

La respuesta sería:

$$n = \frac{24790 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 * (24790 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 201.11435$$

$$n = 201$$

El número de encuestados fue de 201 personas, cabe reiterar que este proceso resta científicidad ya que no se cuenta con la opinión de toda la población objetivo.

### 3.4.- Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER: La demanda de abono orgánico en Ucrania-Europa, ha limitado la comercialización, a los fabricantes del insumo ubicados en la provincia del Carchi						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO(PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Socioeconómicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación del PIB en Ucrania?</li> <li>¿Cuál es el índice inflacionario de Ucrania?</li> <li>¿Cuál es el índice de riesgo país de Ucrania?</li> <li>¿Cómo está constituida la población de Ucrania (kiev)?</li> <li>¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Ucrania (kiev)?</li> </ul>	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web.  Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)?</li> <li>¿Cuál es la política económica frente a las importaciones/exportaciones?</li> <li>¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Existen barreras arancelarias para la importación de abono orgánico?</li> <li>¿Existen barreras no arancelarias para la importación de abono orgánico?</li> <li>¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?</li> <li>Marcado, Made in (Ecuador)</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Geográficos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino?</li> </ul>			
	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>DEMANDA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son los potenciales consumidores?</li> <li>¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados?</li> <li>¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos? (Matriz de valores discriminantes)</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>OFERTA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones?</li> <li>¿Existe producción nacional / local?</li> <li>¿Cuál es la demanda insatisfecha?</li> <li>¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?</li> <li>¿Cuál es la competencia internacional?</li> <li>¿Cuál es el Canal de distribución?</li> </ul>			

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la política económica / comercial?</li> <li>¿Existen barreras arancelarias para la exportación de abono orgánico?</li> <li>¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de abono orgánico?</li> <li>¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web.  Acervo documental
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Factores socio económico Grupo ofertante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación actual de Ecuador?</li> <li>¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?</li> <li>¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?</li> </ul>			
	PRODUCTO OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Características del producto</li> <li>Oferta exportable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál son las características del producto?</li> <li>¿Cuáles son los proveedores del sector?</li> <li>¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación?</li> <li>¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? (Matriz de valores discriminantes)</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
1	LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canal de distribución</li> <li>Red de transporte</li> <li>Proceso logístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son las características del embarque?</li> <li>¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Kiev - Ucrania?</li> <li>¿Cuáles son los costos en origen?</li> <li>¿Cuáles son los costos en transporte?</li> <li>¿Cuáles son los costos en destino?</li> </ul>	PROPUESTA		
2	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio técnico</li> <li>Estudio financiero</li> <li>Proceso logístico</li> </ul>	PROPUESTA		

### **3.5.- Plan de recolección de la información.**

El plan de recolección de información se lo realizará tomando en cuenta las fuentes de información como son libros, revistas, documentales, videos, entre otros y sobretodo la observación de campo.

Para el análisis de la información se procederá a la utilización del sistema SPSS el mismo que permitirá obtener el ordenamiento de datos y la interpretación en graficas estadísticas, para una acertada toma de decisiones acerca de la oferta y demanda del producto en el mercado nacional e internacional.

### **3.6.- Procesamiento, análisis e interpretación de resultados**

La tabulación, el análisis e interpretación de resultados, incluyendo los estadísticos que se va a necesitar para el análisis de información, serán analizados con relación a las variables planteadas, se establecerá la técnica más adecuada para obtener los datos que fortalezcan la oferta y demanda, los datos se obtendrán con información primaria y secundaria recolectadas del proceso investigativo.

#### **3.6.1.- Análisis situacional país destino (Ucrania)**

Para analizar los diferentes aspectos de Ucrania se han establecido tablas informativas, con datos concretos e importantes para realizar la negociación, dichos datos fueron obtenidos a través de información secundaria de fuentes confiables.

### 3.6.1.1.- Factores Socio-Económicos

Tabla N° 2.- Indicadores Socio-Económicos

Indicador	Índice
País	Ucrania
Capital	Kiev
Producto Interno Bruto (PIB)	USD 162.9 mil millones (2011 est.)
PIB Percapita	USD 3,579 (2011 est.)
Crecimiento del PIB	4.7% (2011 est.)
Composición del PIB por sector	Agricultura 9.3% Industria 34.7% Servicios 56.1% (2011 est.)
Riesgo país	Medio
Tasa de inflación anual	9% (2011 est.)
Población	44, 854,065 (Julio 2012 est.)
Tasa de Crecimiento poblacional	-0.625% (2012 est.)
Moneda Oficial	Grivna
Tasa de cambio	7.96 grivna por dólares (2011 est.)

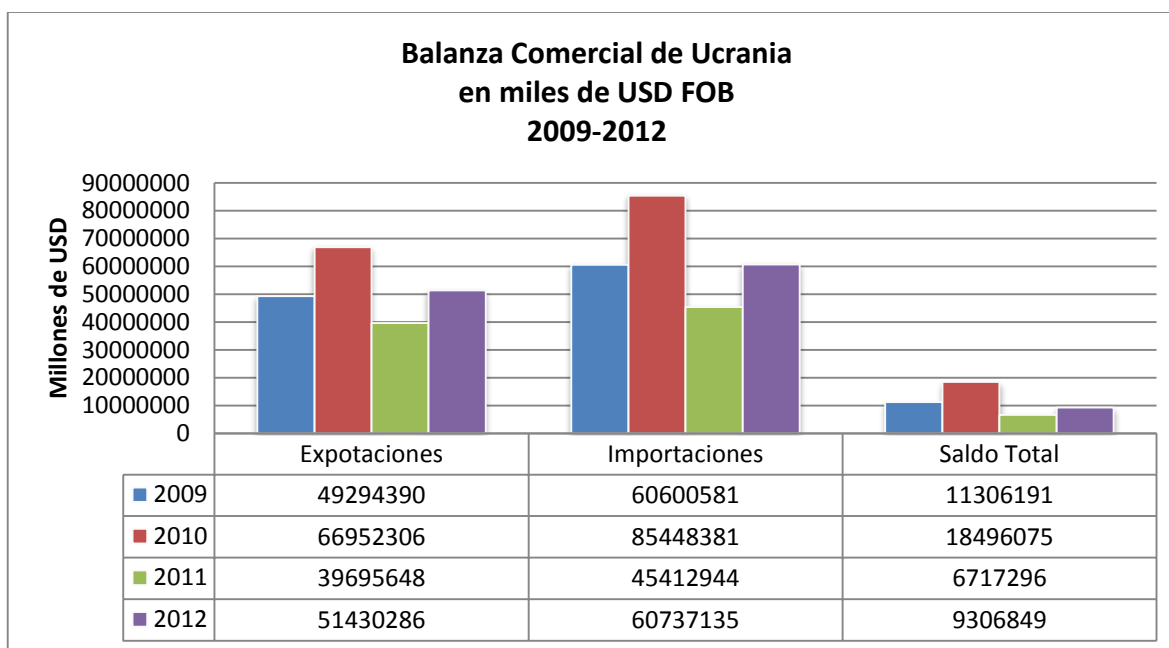
Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

Ucrania es el segundo estado más extenso de Europa, después de Rusia, se extiende por una superficie de 603.550 km<sup>2</sup>, abarca 900 kilómetros de norte a sur y 1300 de este a oeste. Se encuentra al suroeste de la antigua URSS; Tiene una posición estratégica en Europa oriental, limitando con Rusia (este), Bielorrusia (norte), Polonia, Moldavia, Hungría, Eslovaquia y Rumanía (oeste) y con el mar Negro (sur); Su capital es Kiev y su población es de 44.854.065 habitantes, contando como moneda oficial los Grivna ([www.cia.gov/library](http://www.cia.gov/library), 2012, párr.3).

Por otra parte el Servicio Estatal de Estadística de Ucrania dice que el beneficio bruto nacional en enero-marzo fue de 296 mil millones de grivnas, incluso el beneficio bruto - 91,37 mil millones de grivnas, lo cual muestra una recuperación importante misma que genera confiabilidad para la inversión extranjera (<http://esp.ukrinform.com/content>, 2012, párr. 5).

### 3.6.1.2 Factores políticos

**Gráfico N° 1.- Balanza comercial de Ucrania**



Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ FMI, actualización a Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

En los últimos años la balanza comercial de Ucrania ha sido negativa. En el período 2007-2010 las importaciones aumentaron a una Tasa de Crecimiento promedio Anual de 7.77% y las exportaciones a una Tasa de Crecimiento Promedio Anual de 7.60%. Si se efectúa un análisis de la balanza comercial petrolera y no petrolera podemos verificar que durante los últimos 5 años la balanza comercial petrolera ha sido negativa, alcanzando un déficit para el 2010 de USD 15,941 millones y por el contrario la balanza comercial no petrolera se ha mantenido positiva, alcanzando un valor de USD 6,634 millones, lo que ha dado como resultado una balanza comercial total deficitaria de USD 9,306 millones.

Por otra parte Ecuador y Ucrania no mantienen acuerdos comerciales vigentes, lo cual ocasiona cierta dificultad para comerciar, a pesar de esto Ucrania pertenece al grupo de países desarrollados del mundo y por ello tiene firmado convenios internacionales que van en beneficio de países en desarrollo como lo es Ecuador; por ello como menciona el Diario Oficial de la Unión Europea (2012), desde 1971



la Comunidad Europea, primero a través del GATT y después a través de la OMC (Organización Mundial del Comercio), concede notables reducciones sobre el Arancel Aduanero Común (AAC) a los países en vías de desarrollo (PVD).

Los productos considerados no sensibles, exportados por la Comunidad de los PVD, están exentos de cualquier tipo de arancel aduanero.

En 2003 las Naciones Unidas reconocieron a 116 PVD, pero en realidad los beneficios concedidos por la UE se extienden a 174 países entre los cuales está incluido el Ecuador.

El porcentaje del arancel aduanero depende del tipo de producto importado, para combatir la falsificación y el fraude y proporcionar más información a los consumidores podría utilizarse un sistema de etiquetado de origen (geográfico, social, medioambiental), por la misma razón, se sugiere explorar la posibilidad de activar eventualmente una trazabilidad de los productos, lo que reduciría el fraude sobre las normas de origen y los productos falsificados.

Los abonos están exentos del pago de aranceles, aún más si son originarios de PVD como Ecuador, por tal motivo el empaque utilizado debe contener todas las especificaciones de origen para que el producto no sea cambiado ni sufra alteraciones y por ende no brinde la calidad con la que fue preparado.

### **3.6.1.3 Factores legales**

#### **3.6.1.3.1 Régimen legal de comercio exterior**

Régimen arancelario: se aplican los derechos arancelarios a todos los bienes importados de países fuera de la Comunidad de Estados Independientes (CEI).

El arancel contiene tres categorías de gravámenes:

- 1) Derechos preferenciales, aplicables a importaciones de bienes de uniones aduaneras a las cuales también pertenezca Ucrania;

2) Gravámenes aplicables a bienes de países con tratamiento de NMF y países en desarrollo no cubiertos por la primera categoría;

3) Gravámenes que promedian en un 12%, para los demás países (Allisha, 2011, p.124-125).

#### **3.6.1.3.2 Documentos de importación**

- Factura comercial: no hay disposiciones especiales.
- Certificado de origen: usualmente no se solicita, pero en caso de ser requerido por el importador o instrumento de pago, deberá prepararse en duplicado y certificarse ante una cámara de comercio.
- Conocimiento de embarque: no hay regulaciones especiales (Allisha, 2011, p.126).

#### **3.6.1.3.3 Disposiciones aduaneras especiales**

Procedimientos de admisión: los miembros de la CEI, excepto Moldavia y Ucrania, establecieron en 1992 un formato único de declaración de aduana, un arancel externo común y un procedimiento general para el tráfico de mercaderías.

Sobrecargos de aduana e impuestos indirectos: no hay sobrecargos aduaneros. El impuesto de valor agregado es del 28%, pero no se aplica sobre las importaciones (Allisha, 2011, p.133).

#### **3.6.1.3.4 Barreras no arancelarias**

Control de divisas: el pago de las importaciones está sujeto a un depósito previo, según esquema establecido por el Banco Nacional de Ucrania, con el objeto de regular la balanza de pagos. El depósito debe efectuarse dentro de los tres días siguientes a la fecha del contrato de importación. Las mercancías sujetas a licencia o cuota no tienen este requisito.

Licencias de importación: cualquier persona natural o jurídica residente en Ucrania puede realizar operaciones de comercio exterior, después de obtener una licencia en el Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales. La mayoría de bienes son de libre importación; algunos están sujetos al requerimiento de licencia o cuotas.

Disposiciones sanitarias y fitosanitarias: ciertas sustancias agrícolas, carnes, plantas, productos de origen vegetal y sustancias biológicas requieren un certificado sanitario (The Ukrainian Chamber of Commerce, 2012, párr.4-5).

#### **3.6.1.3.5.- Normas de etiquetado para productos de origen vegetal o animal**

Todos los productos alimenticios importados por Ucrania deben estar etiquetados conforme a la Ley de Ucrania sobre Calidad e Inocuidad de los productos de origen vegetal y animal, sin ser suficiente el marcado Comunidad Europea. En el etiquetado de cada producto importado debe constar necesariamente en ucraniano la siguiente información:

- 1) Nombre del producto.
- 2) La cantidad nominal de los alimentos (peso o volumen en medidas del sistema métrico).
- 3) Lista de todos los ingredientes contenidos, incluidos otros productos y aditivos alimentarios utilizados.
- 4) Los valores nutricionales y energéticos (especialmente para materias primas y otros productos para posterior proceso).
- 5) Fecha de caducidad, o la fecha de producción con su vida útil indicada.
- 6) Las condiciones de almacenamiento.
- 7) Referencia a la normativa conforme a la cual el producto fue fabricado, y la aplicable al mismo en el mercado doméstico.
- 8) Nombre, país y dirección del productor, así como lugar de fabricación.
- 9) Condiciones de uso, si procede.
- 10) Indicar la presencia de Organismos Modificados Genéticamente. La Resolución del Gabinete de Ministros N° 468 del 13 de mayo 2009 “Sobre la

Aprobación de la Orden de Etiquetado de Productos de origen vegetal o animal que Contengan Elementos Modificados Genéticamente o Fabricados Usando Elementos Modificados Genéticamente” obliga a marcar "Sin GMO" aquellos productos cuyo contenido en GMO sea inferior al 0,1% (en su totalidad o sus componentes) y "Con GMO" para aquellos cuyo contenido en GMO sea superior al 0,1%.

11) Aviso sobre el consumo de determinados productos alimenticios a ciertas categorías de consumidores (niños, personas mayores embarazadas, deportistas, etc.).

La etiqueta debe estar redactada en ucraniano, sin límite al número de idiomas adicionales en el que pudieran estar escritas mientras cumplan los anteriores requisitos.

Asimismo, pueden emplearse adhesivos sobre los envases de productos de origen vegetal o animal mientras cumplan con las condiciones anteriores. En este caso, el importador debe etiquetar los productos en un almacén aduanero con licencia para realizar dicho proceso, bajo control de las autoridades ucranianas entre ellas están: Dirección Nacional de Aduanas de Ucrania y la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos.

Las autoridades aduaneras ucranianas exigen el cumplimiento de todos los requisitos de etiquetado antes de la concesión de la autorización final para la importación del producto ([www.moz.gov.ua](http://www.moz.gov.ua), 2012, párr.4).

La legislación y los reglamentos para su implementación no establecen normas sobre tamaños y formatos de las etiquetas. Sin embargo, estipulan que deben ser "fáciles de entender", estando prohibido incluir declaraciones sobre sus propiedades saludables y/o enfocadas a ciertos grupos de consumidores sin la autorización del Ministerio de Sanidad de Ucrania (Normativa Sobre el Etiquetado de Productos Alimentarios en Ucrania, 2010, párr.8-9).

### 3.6.1.4 Factores Geográfico

**Tabla N° 3.- Principales puertos y aeropuertos de Ucrania**

<b>Puertos y Aeropuertos</b>	
<b>Aéreo</b>	<b>Marítimo</b>
Borispol – Kiev	Odesa
Kiev Zhulyany	Youjni
Odessa	Illichiovsk
	Marioupol

Fuentes: PRO ECUADOR/Agencia central de inteligencia CIA/  
World Factbook, actualización Marzo 2012.  
Elaborado por: Nidia Coral

Ucrania dispone de 1.740 Km. de costa al norte del mar Negro y del mar de Azov, los principales puertos marítimos se encuentran en el Mar Negro: Odesa, Youjni, Illichiovsk, sumando el 60% de las mercancías transportadas. El puerto de Odesa está especializado en petróleo (65%) y en metales férricos (23%). El puerto de Youjni trata sobre todo productos químicos (carbo amidas y amoniaco) y también metales aunque en menor proporción. Illichiovsk trata principalmente metales (50%) y contenedores. Marioupol es otro puerto importante en el Mar de Azov, cercano a las grandes zonas siderúrgicas y mineras de Donbass.

El tránsito (esencialmente ruso y bielorruso) representa el 50% de las mercancías transportadas. Sólo el puerto de Odesa realiza el 32% del mismo.

En cuanto a los principales aeropuertos de Ucrania tenemos: aeropuerto de Borispol – Kiev, más conocido como aeropuerto de Borispol o Boryspil, es el más importante de Ucrania. Opera en su mayoría con puntos de Europa del Este, varios de Asia, y los más importantes de la Europa Occidental, entre otros destinos; además de los vuelos domésticos.

El aeropuerto de Odessa es uno de los aeropuertos más importantes de Ucrania, opera con vuelos domésticos y con algunos puntos de Europa, principalmente de la Europa del Este, entre otros destinos.

El aeropuerto de Kiev, también conocido como aeropuerto de Zhulyany, es uno de los aeropuertos que sirve al área urbana de Kiev, Ucrania, pero básicamente con

vuelos cabotaje, aunque también cuenta con algunos destinos de países vecinos (www.moz.gov.ua, 2012, párr.3-4).

Para el proceso logístico de traslado de abono orgánico se utilizará la vía marítima, ya que el producto no es perecedero y a comparación del transporte aéreo, el marítimo es mucho más económico para el traslado.

### 3.6.1.5 Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>FACTORES SOCIO-ECONÓMICOS</b>		
Producto Interno Bruto (PIB)	2	
PIB Percapita	2	
Crecimiento del PIB	2	
Composición del PIB por sector	2	
Tasa de inflación anual		2
Población	2	
Moneda Oficial	3	
	<b>SUMA</b>	<b>13</b>
	<b>PROMEDIO</b>	<b>2.3</b>
<b>FACTORES POLITICOS</b>		
Balanza Comercial	2	
Política de seguridad del país	2	
Relaciones comerciales		1
	<b>SUMA</b>	<b>4</b>
	<b>PROMEDIO</b>	<b>2</b>
<b>FACTORES SOCIALES</b>		
Productos Agrícolas	3	
Industria	2	
Recursos naturales	2	
	<b>SUMA</b>	<b>7</b>
	<b>PROMEDIO</b>	<b>2.3</b>
<b>FACTORES GEOGRAFICOS</b>		
Transportes aéreos y terrestres	1	
Calidad de las vías	2	
Condiciones climáticas y ambientales	2	
	<b>SUMA</b>	<b>5</b>
	<b>PROMEDIO</b>	<b>1.5</b>

<b>RESUMEN</b>				
<b>FACTORES ECONOMICOS</b>			13	2
<b>FACTORES POLITICOS</b>			4	1
<b>FACTORES SOCIALES</b>			7	0
<b>FACTORES GEOGRAFICOS</b>			5	0
<b>SUMA</b>			<b>29</b>	<b>3</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>7.2</b>	<b>0.9</b>
OPORTUNIDADES			ALTA	3
			MEDIA	2
			BAJA	1
DEBILIDADES			BAJA	1
			MEDIA	2
			ALTA	3

Podemos mencionar que existe un promedio recomendable para la comercialización del producto en Ucrania, ya que las oportunidades que se reflejan en el Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), son aceptables para introducir el producto en este mercado.

Se debe tener en cuenta que los índices que más favorecen a la investigación son los socio-económicos, mismos que se pueden ver alterados por medidas o restricciones económicas gubernamentales, mismas que no afectarán en mayor porcentaje a la comercialización de abono orgánico, además existen ventajas brindadas por los sectores geográficos que facilitan el traslado del producto desde los centros de distribución hacia los agricultores potenciales o adquirientes.

### **3.6.2 ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO**

#### **3.6.2.1 Perfil del Consumidor**

Los potenciales consumidores del insumo son los agricultores de los sectores agrícolas de Kiev-Ucrania, mismos que obtendrán el producto a través de los principales distribuidores ubicados en sitios estratégicos de Ucrania, para ello se utilizarán puntos de distribución de fácil acceso para los consumidores. Entre las características que tienen los consumidores ucranianos, principalmente se encuentran las siguientes:

Ser agricultores o tener relación con la agricultura, puesto que las personas que cumplan con estas condiciones, pueden adquirir abono orgánico para utilizarlo en sus cultivos y obtener productos orgánicamente sanos.

### 3.6.2.2 El Producto

**Tabla N° 4.- Sectores productivos de Ucrania**

Sector	Producción
Productos Agrícolas	Cereales, remolacha azucarada, semillas de girasol, verduras, carne, leche.
Industria	Carbón, energía eléctrica, metales ferrosos y no ferrosos, maquinaria y equipo de transporte, productos químicos, procesamiento de alimentos.
Recursos naturales	Mineral de hierro, carbón, manganeso, gas natural, petróleo, sal, azufre, grafito de titanio, magnesio, caolín, níquel, mercurio, madera, tierra cultivable

Fuente: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

Ucrania es un país rico en recursos naturales, en particular minerales, hay abundancia de hierro, carbón, manganeso, gas natural, petróleo, sal, azufre, magnesio, grafito, titanio, caolín, níquel y mercurio. También son recursos propios de Ucrania la madera y la tierra arable. Se calcula que el 58% del país es tierra cultivable. A cosechas permanentes se dedica el 1,72% y otros usos 41,2%, entre los que destacan un 13% de pastos permanentes y 18% de bosques.

Una de las principales características de Ucrania son sus suelos de "tierras negras", especialmente aptos para los cultivos de cereales. El sector agrícola, en el que se emplea el 27,3 % de la población activa, arroja notables producciones de cereales (maíz, trigo), remolacha azucarera y girasol, de gran relevancia es asimismo la ganadería (bovina, porcina), de la que se obtienen notables producciones de carne y leche (CIA, 2012, párr. 2-3).

**3.6.2.3.- Importaciones y Exportaciones.-** Entre los principales índices comerciales de Ucrania, mismos que fueron presentados hasta julio del 2012 se muestra los siguientes:



**Tabla N° 5.- Índices de negociaciones internacionales de Ucrania**

Índice	Representación
Importaciones Totales	USD 60,737 millones
Importaciones Percápita	USD 1,354
Exportaciones Totales	USD 51,430 millones
Exportaciones Percápita	USD 1,146

Fuentes: PRO ECUADOR/ Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

La Federación de Rusia es el principal proveedor de Ucrania, representando el 36.55% en el 2010, seguido por China 7.74%, Alemania 7.58%. Otros principales proveedores de Ucrania son Polonia, Belarús, Estados Unidos de América, Italia, Turquía, Hungría, Francia, Ecuador representa el 0.04% de las importaciones de Ucrania.

Los principales productos que demanda Ucrania del Mundo son Petróleo, Gas natural, Alcohol de aviación, Medicamentos preparados, Vehículos, Minerales de manganeso.

#### **3.6.2.4.- Producción nacional, precio referencial y competencia**

En la siguiente tabla se muestra los índices relacionados a la investigación sobre la comercialización de abono orgánico, en donde se presentan los siguientes datos:

**Tabla N° 6.- Información comercial del producto**

Índice	Representación
Producción nacional	100-150 mil toneladas al mes
Precio Referencial	20-25 usd
Competencia	CEOLOGR-U(universal)

Fuentes: The Ukrainian Chamber of Commerce 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

El abono "CEOLOGR-U" es una composición equilibrada de zeolita, un mineral natural único, una sustancia orgánica (gallinaza acondicionada) y complementos minerales. La base del abono la constituye la zeolita, una roca sedimentaria de toba calcárea (volcánica) que posee capacidades muy altas de cambio iónico, lo

que la convierte en una peculiar "criba molecular", obteniendo así reconocimiento a nivel nacional como internacional.

La fórmula del abono está protegida por la patente ucraniana. El centro ucraniano de normas y metrología aprobó la norma técnica para este abono. El abono se produce desde el 2001 por la empresa de producción "TORNADO-A" en el embalaje original "CEOLORG" de 5kg, 10kg, 50kg y 75kg o "big bag".

Se puede resaltar que aunque el abono orgánico existente es de muy buena calidad, no se dispone de la cantidad suficiente requerida por el mercado y por lo tanto existe demanda insatisfecha, misma que se cubrirá en el porcentaje posible que arrojará el estudio de la oferta existente por los fabricantes ubicados en la provincia del Carchi.

### **3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR**

#### **3.6.3.1 Factores Político y legal**

Hasta el momento Ecuador y Rusia han firmado 29 acuerdos en varios ámbitos, que han permitido afianzar los lazos principalmente de socios estratégicos, según la Embajada del Ecuador en la Federación de Rusia concurrente en Belarús, Ucrania, Moldovia, Kazajstán, Armenia y Azerbayán.

Según datos del Servicio Federal de Aduanas de Rusia (FTS), las exportaciones del Ecuador a la Federación de Rusia se han incrementado en el 69% en los últimos cinco años (2008-2012), destacándose el sector florícola con un incremento de entrada al mercado ruso del 172% en los últimos 60 meses, junto a otros productos de la oferta exportable ecuatoriana como: camarones, piña y banano, conforme datos del Banco Central del Ecuador (BCE).

La Balanza Comercial entre ambos países es de 441.9 millones de dólares hasta septiembre del 2012, y Ecuador se ha convertido en el tercer país latinoamericano

a los que la Federación Rusa importa productos con un porcentaje del 18,52% de participación hasta el 2010.

Estos avances en materia comercial han sido gracias a los esfuerzos del Gobierno por fortalecer las relaciones bilaterales, para lo cual, es necesario destacar la primera visita del Presidente del Ecuador, Rafael Correa, en el 2009 a la Federación de Rusia después de 67 años de relaciones bilaterales con el país euroasiático. Dicho encuentro marcó un logro trascendente en la historia de las relaciones bilaterales, ya que se llevaron a cabo varias reuniones paralelas en diversos ámbitos del desarrollo nacional.

### 3.6.3.2.- Aranceles Consolidados y nación más favorecida (NMF)

Los aranceles aplicados por la Unión Europea y los consolidados en la OMC son iguales en el caso de abonos y agroquímicos, Ucrania se encuentra en el sistema de la Nación más Favorecida brindando beneficios como la exclusión de derechos arancelarios a PVD de los cuales forma parte Ecuador, por lo tanto se goza de 0% de arancel.

### 3.6.3.3 Factores Socio, Económicos (país y sector o empresa, balanza comercial)

**Grafico N° 2.- Principales indicadores económicos**



Tras la fuerte expansión económica del año anterior, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) se desacelerará en el 2013, es la conclusión a la que llega la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), sobre la base de cifras oficiales. Aclara que si bien en el primer semestre superó las expectativas, es de esperar que el producto crezca menos durante el segundo semestre, lo que situaría la tasa de crecimiento para el año completo al 4,8%. Agrega que el sector más dinámico, en el primer semestre, fue el de Hoteles y Restaurantes (22,4%). No obstante, la construcción (20,5%) siguió siendo el mayor factor contribuyente al crecimiento del PIB, dada su mayor participación en el Producto. El sector petrolero se quedó relativamente estancado, de ahí que la refinación se contrajo debido a problemas técnicos en la refinería Esmeraldas, durante el primer semestre. (Torres, 2012, p. 65-67).

### **3.6.4. ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO**

#### **3.6.4.1 EL MERCADO**

##### **3.6.4.1.2.- La industria del abono orgánico en el Ecuador**

La Cadena productiva de abonos orgánicos en el Ecuador es muy diversa con la existencia de pequeños productores y grandes empresas de abonos como por ejemplo: India (Grupo Pronaca), Lombricorp S.A entre otras; estas últimas con cosechas periódicas cada 40 días de 140 MT de humus de lombriz (1.260 MT al año).

Por su parte, los pequeños productores de humus de lombriz, producen en promedio de 9.000 sacos al año (405 MT) logrando que el producto sea rentable pero con ingresos limitados. La mayor producción de humus de lombriz se encuentra en la costa ecuatoriana en especial en la provincia del Guayas y Manabí, esto se debe al alto porcentaje de ganado vacuno presente en estas zonas. (Ortega, 2007)

Lamentablemente, no existe disponibilidad de estudios sobre la cantidad demandada de humus de lombriz en el Ecuador, sin embargo, se puede anotar que el sector agrícola es el principal consumidor de abonos orgánicos en el país,

siendo también el agricultor el consumidor final que utiliza el producto para el mejoramiento del suelo y el incremento de la productividad de su cultivo.

Adicionalmente se puede señalar que al momento, la demanda de abonos orgánicos se encuentra en auge debido al creciente interés existente por la agricultura orgánica que prohíbe el uso de productos químicos para fertilizar el suelo. Es por esto, que los agricultores dedicados a la producción orgánica exigen un producto con la mayor cantidad de nutrientes que sea capaz de reemplazar al abono químico sin disminuir mayormente los rendimientos.

#### **3.6.4.2 El producto**

Como resultado de las investigaciones previas hechos en relación a la conversión de abono de desechos orgánicos urbanos, la comercialización de abono orgánico y vegetal resultó ser uno de los problemas más importantes.

Especialmente el alto coste del transporte del abono orgánico y vegetal a los usuarios, parece ser un punto de atasco. Por el conocimiento adquirido sobre el uso de abono orgánico y vegetal en la agricultura, la investigación fue iniciada como un medio para ampliar las oportunidades comerciales para el abono orgánico y vegetal a nivel internacional, especialmente en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa.

Nuestro país tiene los recursos necesarios para producir abono orgánico, mismo que se puede convertir en proveedor mundial de este insumo, creando un sin número de beneficios como por ejemplo generación de empleo, mayores ingresos, contribuir a la conservación del medio ambiente, etc.

Para la comercialización en el extranjero el abono orgánico, éste debe ser un producto 100% compostado, es decir encontrarse libre de patógenos y malos olores, el empaque requiere sacos de polipropileno laminados con bolsas plástica internas, lo cual permite la conservación de todos los nutrientes del insumo, debe tener capacidad para 45kg o según las necesidades de los clientes; por todos los requerimientos que deben existir en la elaboración del abono orgánico, se brindará

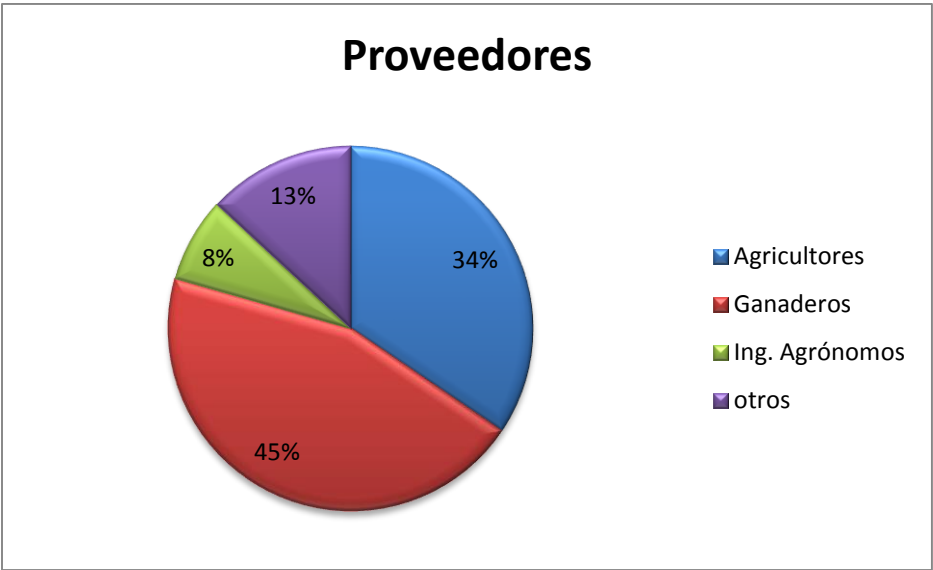
capacitación constante a los fabricantes del producto, estas capacitaciones serán dictadas por ingenieros agrónomos especializados en este asunto, quienes tendrán que garantizar que el producto fue elaborado con las especificaciones de calidad indicadas.

Para transportar el producto de Ecuador a Europa, se requiere la utilización de contenedores normales y puede ser transportado por cualquier modo de transporte, tanto aéreo, marítimo o multimodal, aunque es recomendable utilizar el medio de transporte marítimo para reducir costos y además porque el producto no es perecedero.

**3.6.4.3 Los proveedores**

Los principales proveedores del producto son los agricultores y ganaderos de la provincia del Carchi, mismos que deben estar dispuestos a producir el producto en óptimas condiciones de calidad y así poder exportarlo a Ucrania, para obtener datos de los proveedores de Abono orgánico se realizó encuestas y entrevistas que arrojaron los siguientes datos:

**Grafico N° 3.- Proveedores de abono orgánico**



Fuentes: Encuesta y entrevista realizada 2012.  
Elaborado por: Nidia Coral

Los ganaderos de la provincia del Carchi son los principales proveedores, puesto que ellos cuentan con la materia prima principal para la elaboración del abono orgánico, mientras que los agricultores se convierten en los proveedores de segundo orden, pero con la misma importancia que los primeros, cabe recalcar que la intervención de ingenieros agrónomos es muy importante puesto que ayudarán a brindar capacitaciones y formar organizaciones que permitan incrementar el número de proveedores y por ende las exportaciones del producto al exterior.

Los desechos orgánicos que se requieren para la elaboración del insumo van a ser adquiridos de los rellenos sanitarios, ya que como se ha mencionado, el tema de la investigación consiste en la utilización de desechos orgánicos provenientes de los hogares.

### **3.6.5 FODA**

El análisis FODA realizado nos permite determinar con mayor facilidad las necesidades así como la disponibilidad de recursos, tanto para la producción como para la comercialización de abonos orgánicos.

#### **3.6.5.1 Análisis FODA**

##### **3.6.5.1.1.- FORTALEZAS**

- Existe la mano de obra necesaria para realizar la producción
- Capacidad de desarrollar sistemas primarios de comercialización
- Condiciones climáticas adecuadas para la producción de abono orgánico bocashi.
- Habilidades y capacidades de producción y comercialización.
- Materia prima y equipo presente en las zonas de producción.
- Apoyo de especialistas en el tema (ingenieros agrónomos).

##### **3.3.5.1.2.- OPORTUNIDADES**

- Auge de los productos orgánicos
- Incremento de políticas relacionadas al cuidado del medio ambiente.

- Establecer relaciones comerciales con otros sectores económicos.
- Existe interés de instituciones gubernamentales y no gubernamentales para apoyar la iniciativa.
- Tendencia a incrementarse las áreas sembradas con productos orgánicos en países desarrollados.
- Precios atractivos para la comercialización en distintas presentaciones.

#### **3.3.5.1.3.- DEBILIDADES**

- Los costos de operación aumentan para desarrollar un plan de comercialización diseño, imagen y empaquetado del producto eficazmente.
- Falta de experiencia y conocimiento preciso de personas capacitadas.
- Falta de maquinaria y equipo especializado para la producción masiva del insumo.
- Gran parte de agricultores y ganaderos de la provincia no están interesados en realizar la producción de abono orgánico en grandes cantidades.
- No se cuenta con las cantidades suficientes de residuo vegetal; materia prima necesaria para la producción de abono orgánico bocashi.
- El costo de obtención y transporte de la materia prima es elevado en relación a los costos totales de producción.
- Existen bajos niveles de producción y comercialización.
- No se tiene un número considerable de compradores, ya sean fijos o esporádicos.

#### **3.3.5.1.4.- AMENAZAS**

- Desinterés de la población local para apoyar a la producción del insumo.
- Existencia de productos químicos con mayor efectividad.
- Existencia de otros productores que lo comercializan a menor precio
- Ingreso de nuevos competidores al mercado por la fácil producción y poca inversión necesarios para elaborar abonos orgánicos.
- Elaboración de abono orgánico bocashi de baja calidad que dañe la imagen del producto entre los consumidores.

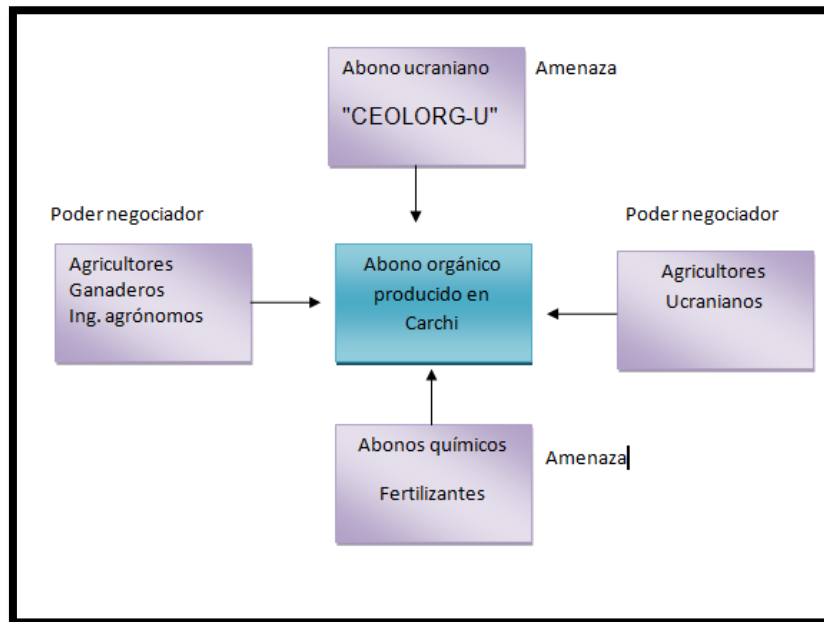


- No existen en el mercado empresas legalmente establecidas, que se dediquen a la producción de abono orgánico.
- Los productores no confían en la demanda que pueda tener el producto en el exterior.
- La falta de normatividad (convenios internacionales) para la comercialización del producto entre Ecuador y Ucrania.

### 3.6.5.2 Fuerzas de Porter

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es utilizado en esta investigación porque propone un marco de reflexión estratégica y sistemática para determinar la rentabilidad de comercializar abono orgánico desde Ecuador hasta Ucrania, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan o planean operar en este sector, el punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinen las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste.

**Gráfico N° 4.- Fuerzas de Porter**



Fuente: Encuesta y entrevista/ Banco Mundial 2012.  
Elaborado por: Nidia Coral

#### **3.6.5.2.1.- Amenaza de entrada de nuevos competidores**

El mercado es atractivo, por lo tanto pueden existir un sin número de competidores, entre ellos los insumos ucranianos que son conocidos y tienen alta credibilidad en lo referente a la producción y control de plagas en los productos agropecuarios, de igual manera los insumos químicos y fungicidas con mayor influencia en el mercado.

#### **3.6.5.2.2.- La rivalidad entre los competidores**

Es difícil competir en el mercado ucraniano, puesto que existe un tipo de abono orgánico que ya está muy bien posicionado y cuenta con credibilidad en lo referente a calidad del producto en Ucrania.

#### **3.6.5.2.3.- Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores tienen fuertes recursos y pueden imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación es complicada puesto que los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

#### **3.6.5.2.4.- Poder de negociación de los compradores**

El producto tiene varios o muchos sustitutos, no es muy diferenciado y es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo, este hecho hace que el producto ecuatoriano ofertado tenga aceptación por los compradores ucranianos.

#### **3.6.5.2.5.- Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Existen productos sustitutos reales o potenciales como son los abonos químicos y fertilizantes que son elaborados en grandes cantidades y con tecnología más avanzada, además representan un alto índice de aceptación por parte de los agricultores ucranianos.

Según los diferentes escenarios presentados en las fuerzas de Porter se establece condiciones desfavorables para la comercialización del producto, pero según el estudio realizado se especifica que el abono orgánico es requerido en Ucrania para la producción sana de todo tipo de productos agropecuarios que ingresan a los consumidores europeos, por otra parte en los países desarrollados está más enraizada la cultura de cuidado al medio ambiente, hecho que beneficia al proyecto, porque el abono orgánico contribuye al mantenimiento y recuperación de los suelos en los que el insumo es utilizado.

### **3.6.6.- Proyecciones del estudio**

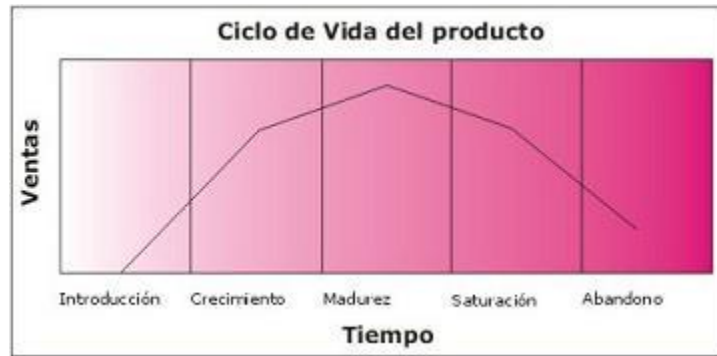
Las distintas proyecciones realizadas están enmarcadas en determinar los ciclos que atraviesa el producto, su comportamiento futuro frente a la oferta, demanda y con ello el crecimiento o decrecimiento que se genere con el transcurso del tiempo.

#### **3.6.6.1.-Ciclo de vida del producto**

Al igual que todos los productos y servicios, la comercialización de abono orgánico atraviesa un ciclo de vida ocasionado por la respuesta del consumidor. Este ciclo consta de cinco partes que son las siguientes:

- Introducción.
- Crecimiento.
- Madurez.
- Saturación.
- Abandono.

### Gráfico N° 5.- Ciclo de vida del producto



Fuente: Ciclos de productos  
Elaborado por: Nidia Coral

Es importante recalcar que no todos los productos entran obligatoriamente en el ciclo antes descrito, sí debe tenerse en cuenta el comportamiento del consumidor; lo que se espera con la ubicación del abono orgánico en el mercado ucraniano es el inicio del ciclo y mantenerse en la etapa más conveniente, en este caso es la etapa de madurez del producto, realizando actualizaciones y nuevas investigaciones que hagan posible mantenerse en el mercado y no llegar al abandono.

El objetivo planteado puede ser cumplido, por las condiciones y naturaleza del producto que así lo amerita ya que lo el mundo plantea es la utilización de productos orgánicos, desechando los químicos que contribuyen a la contaminación y calentamiento global.

#### 3.6.6.1.- Proyección de la Oferta

A través de las diferentes fuentes de información primaria (entrevistas y encuestas) y secundaria (Procedor, Banco central del Ecuador, Agrocalidad, etc.), al igual que la técnica de la observación, que fueron analizadas en el transcurso de la presente investigación, se ha podido obtener los siguientes datos de la oferta, proyectados a cinco años a partir de la fecha de iniciación del proyecto.

**Tabla N° 7.- Proyección de la oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA	
Años	Producción de abono orgánico en TN
2013	72
2014	72
2015	72
2016	72
2017	81

Fuente: Agrocalidad/Encuesta y Entrevista (2012)  
Elaborado por: Nidia Coral (véase anexo 3)

**3.6.6.2.- Proyección de la Demanda**

La demanda está proyectada a cinco años posteriores a la fecha de inicio de la comercialización de abono orgánico, la misma esta realizada con datos secundarios obtenidos a través de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), The Ukrainian Chamber of Commerce y Fondo Monetario internacional, siendo fuentes confiables que permiten brindar una información verídica.

**Tabla N° 8.- Proyección de la demanda**

Demanda Insatisfecha TN					Proyecto TN	
Año	TN por hectáreas mensual	TN. producidas mensualmente	Demanda Total	Demanda Insatisfecha	Producción Abono orgánico Carchi	% Cobertura Demanda Insatisfecha
2013	2250	1753	497	425	72	7%
2014	2349	1795	554	482	72	7%
2015	2481	1816	665	593	72	7%
2016	2618	1854	764	692	72	6%
2017	2722	1905	817	736	81	6%

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012, Encuestas y Entrevistas 2012  
Elaborado por: Nidia Coral (véase anexo 4)

### 3.6.6.3.- Demanda insatisfecha

Con los datos obtenidos referentes a las proyecciones de oferta y demanda se ha podido obtener los siguientes datos correspondientes a la demanda insatisfecha y el porcentaje de cobertura del mercado ucraniano a realizarse durante cinco años.

**Tabla N° 9.- Demanda insatisfecha**

Demanda Insatisfecha TN				Proyecto TN	
Año	TN por hectáreas mensual	TN. producidas mensualmente	Demanda Insatisfecha	Producción Abono orgánico Carchi	% Cobertura Demanda Insatisfecha
2013	2250	1753	497	35.68	5%
2014	2349	1795	554	38.88	5%
2015	2481	1816	665	41.07	5%
2016	2618	1854	764	46.27	5%
2017	2722	1905	817	49.47	5%

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ Encuestas y Entrevistas (2012)  
Elaborado por: Nidia Coral (Véase anexo 4)

### 3.6.7.4 DEMANDA EFECTIVA

Con los datos presentados en la proyección de la oferta y la demanda se puede demostrar que existe oferta y demanda de abono orgánico y de igual manera se determina la existencia de demanda insatisfecha y por lo tanto se puede alcanzar utilidades representativas por la puesta en práctica de los resultados de esta investigación, por otra parte se puede obtener datos más concretos con el estudio financiero que se realizará más adelante.

### 3.6.8 IDEA A DEFENDER

“La existencia de demanda insatisfecha de abono orgánico en Ucrania-Europa, permitirá su comercialización por parte de los fabricantes ubicados en la provincia del Carchi”.

## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1.- Conclusiones

- En nuestro medio aún no se ha desarrollado investigaciones a profundidad respecto a la comercialización y exportación de abono orgánico, por tal motivo se genera cierto grado de dificultad al momento de tener conocimientos anteriores con relación al tema, y por desconocimiento de ello, los proveedores mantienen reservas sobre la comercialización del insumo puesto que quienes lo elaboran únicamente lo utilizan en sus propios cultivos y no lo destinan a ningún tipo de mercado.
- Los proveedores del abono orgánico requieren tener la certeza que su producto va ser adquirido, caso contrario ellos no están dispuestos a elaborarlo, porque ellos invierten recursos que no están dispuestos a perder; por otra parte los clientes requieren cierta cantidad de producto da manera constante, lo cual ocasiona presión para el cumplimiento de pedidos por parte del exportador del insumo, es por ello se debe estar en constante búsqueda de proveedores que contribuyan al aumento de la cantidad ofertada.
- Existe factibilidad tanto técnica, logística y financiera para la realización de esta investigación, en los mismos se detallan los procesos, transporte, costos y especificaciones que se requieren para llevar a cabo el ciclo de comercialización del abono orgánico, todos los anteriores enunciados los podemos verificar en la propuesta presentada.

## 4.2.- Recomendaciones

- La utilización de bibliografía correspondiente a diferentes provincias productoras y comercializadoras de abono orgánico, puede ser de gran utilidad, ya que ayuda a tener una idea más clara de los procesos a seguirse para llegar a los diferentes mercados internacionales, de igual manera el criterio de especialistas en este asunto como son los ingenieros agrónomos ayuda grandemente a definir los requerimientos de calidad y nutrimento que requiere el abono orgánico.
- Se debe realizar un contrato entre los productores y el exportador para garantizar el cumplimiento de los involucrados, estableciendo condiciones de entrega del producto y tiempos de cumplimiento; la importancia del cumplimiento en los pedidos realizados garantiza la perduración en las negociaciones comerciales internacionales, por ello también debe existir acuerdos con los clientes ucranianos por dificultades que se den durante el transporte del insumo y haya tardanza en la entrega de los pedidos.
- Es de gran beneficio la utilización de información primaria, ya que ello garantiza la veracidad y confiabilidad de la investigación; la obtención de esta información facilitará la realización del estudio técnico, logístico y financiero presentado en la propuesta de la investigación; Ucrania se encuentra a una distancia considerable respecto a Ecuador, este hecho dificulta la obtención de información primaria, para garantizar los datos obtenidos se deben utilizar fuentes confiables como son el Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Agencia Central de Inteligencia (CIA), etc.



## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1.-Título**

Estudio de factibilidad para la comercialización, que cubra parte de la demanda de abono orgánico en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa.

#### **5.2.-Justificación**

La importancia de la realización de este estudio de factibilidad referente a la comercialización de abono orgánico, destinada a cubrir parte de la demanda de este insumo en los sectores agrícolas de Ucrania-Europa está en dirigir un nuevo producto a un nuevo mercado, con ello desencadena el incremento de las exportaciones que actualmente se promueve en nuestro país.

El mercado ucraniano es altamente potencial pero desconocido por los exportadores ecuatorianos, por ello con la presentación de la presente propuesta se plantea determinar las pautas necesarias para adquirir un producto de calidad elaborado en la provincia del Carchi, además establecer las estrategias logísticas y financieras que determinen la factibilidad de comercializar abono orgánico en Ucrania Europa.

Se planea cubrir una parte de la demanda existente, ya que en nuestro medio aún no se ha desarrollado una cultura de bio-conservación, lo cual dificulta la producción de abono orgánico en grandes cantidades, cabe recalcar que actualmente se está promoviendo campañas que incentivan al cuidado del medio ambiente, por ejemplo clasificación de desechos, lo cual beneficia a la investigación afirmando que existe la materia prima necesaria para la elaboración del insumo en grandes cantidades y por personas de nuestra provincia, mismas que pueden incrementar su nivel de ingresos por la elaboración de un producto con capacidad y calidad de exportación.

Se ha obtenido información tanto primaria como secundaria, misma que ha beneficiado considerablemente a la investigación y de esta manera presentar los datos obtenidos de una manera clara, proporcionando al investigador la capacidad

de tomar acertadas decisiones sobre la puesta en marcha de la propuesta diseñada en cada uno de los procesos: técnico, logístico y financiero.

### **5.3.-Objetivos**

#### **5.3.1.- Objetivo General**

Determinar la factibilidad técnica, logística y financiera de comercializar abono orgánico proveniente de la provincia del Carchi hacia Ucrania-Europa.

#### **5.3.2.- Objetivos Específicos**

- Obtener datos de fuentes reales que permitan organizar y detallar el estudio técnico, logístico y financiero de la propuesta desarrollada.
- Diseñar los diferentes estudios, de manera coordinada y disciplinada, alcanzando información verídica y precisa.
- Presentar cada uno de los estudios (técnico, logístico y financiero) con su respectivo análisis para una oportuna toma de decisiones.

### **5.4.- Modelo operativo de la propuesta**

#### **5.4.1.- Estudio Técnico**

##### **5.4.1.1.- Determinación del tamaño óptimo de la planta**

No se cuenta con una planta de producción, ya que existen grupos de agricultores y ganaderos (proveedores) encargados de esta actividad; más aún, se contará con un centro de recolección del abono orgánico, una bodega, misma que recibirá el producto terminado, listo para ser empacado, etiquetado y a punto para iniciar el proceso de transportación.

El centro de acopio debe tener una extensión de 50m<sup>2</sup>, en donde se almacenará el producto para proceder a su traslado a través de transporte terrestre hasta el puerto de Guayaquil e iniciar con el transporte internacional por vía marítima.

## Grafico N° 6.-Plano de planta de almacenaje



Fuentes: Bodegas de almacenaje de productos  
Elaborado por: Nidia Coral

### 5.4.1.2.-. Localización óptima de la planta.

El centro de acopio y recolección del abono orgánico para la exportación estará ubicado en la provincia del Carchi, al suroeste de la ciudad de Tulcán, a pocos minutos de la panamericana, sector La Rinconada.

El galpón o bodega cuenta con las especificaciones necesarias para mantener las óptimas condiciones de calidad como son: luminosidad, humedad y temperatura, por otro lado la ubicación de la bodega de recolección es la ideal, puesto que el sector de La Rinconada se encuentra a las afueras de la ciudad y tiene vías de acceso adecuadas para poder realizar el proceso de carga sin ningún contratiempo, destacando además que este sector cuenta con todos los servicios básicos y los permisos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Tulcán para el ingreso de transporte pesado.

Para determinar la localización óptima de la bodega de recolección realizamos la siguiente evaluación por puntos:

**Tabla N° 10.- Calificación del sector por puntos**

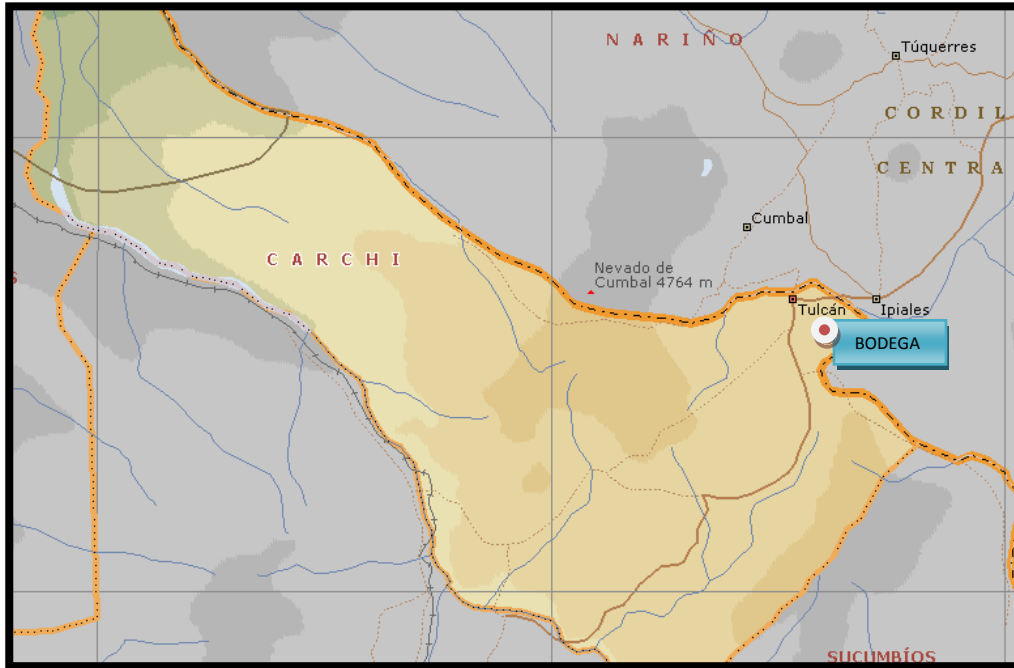
FACTOR ZONA	P.A (%)	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		CALIF.	C.P	CALIF.	C.P	CALIF.	C.P
Cercanía Proveedores	25	8.0	2.00	7.0	1.75	8.	2.0
Costo edificación	15	6.	0.90	6.0	0.90	7.0	1.05
Vías comunicación	10	7.0	0.70	8.0	0.80	8.0	0.80
Mano obra disp.	15	7	1.05	7.0	1.05	8.0	1.20
Costo insumos	15	8.0	1.20	8.0	1.20	8.0	1.20
Disponibilidad M.P.	15	7.	1.07	6.0	0.90	8.0	1.20
Aspectos fiscales	5	7.	0.35	7.0	0.35	7.	0.35
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>7.27</b>		<b>6.95</b>		<b>7.8</b>

Fuentes: Estudio Técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

**P.A. (%)** = Puntuación asignada.  
**C.P.** = Calificación ponderada.  
**CALIF** = Calificación

### 5.4.1.3.- Ubicación del centro de acopio

Gráfico N° 7.- Mapa de Ubicación de Bodega

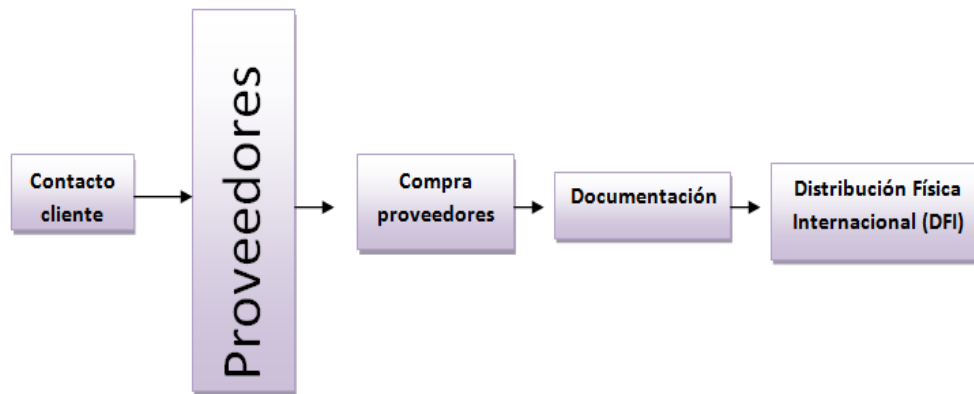


Fuentes: Estudio Técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

### 5.4.1.4.- Ingeniería del proyecto (procesos)

El proceso a realizarse empieza con el contacto del cliente ucraniano, mismo que nos da a conocer sus requerimientos en cuanto al producto, al igual que la cantidad requerida, con los datos obtenidos se procede a negociar con los proveedores a quienes se realizará la compra del producto listo para la transportación de origen a destino, obteniendo la documentación necesaria para realizar la comercialización (proceso logístico) sin ningún contratiempo, cuando se ha realizado la exportación del producto al país destino, procedemos a cumplir la Distribución Física Internacional (DFI), misma que se encarga de hacer llegar el producto a los distribuidores ucranianos que se encargarán de mercadearlos a los agricultores que requieran el producto, este proceso se realiza por pedidos realizados por comerciantes minoristas y agricultores que ya tienen contacto con los distribuidores ucranianos.

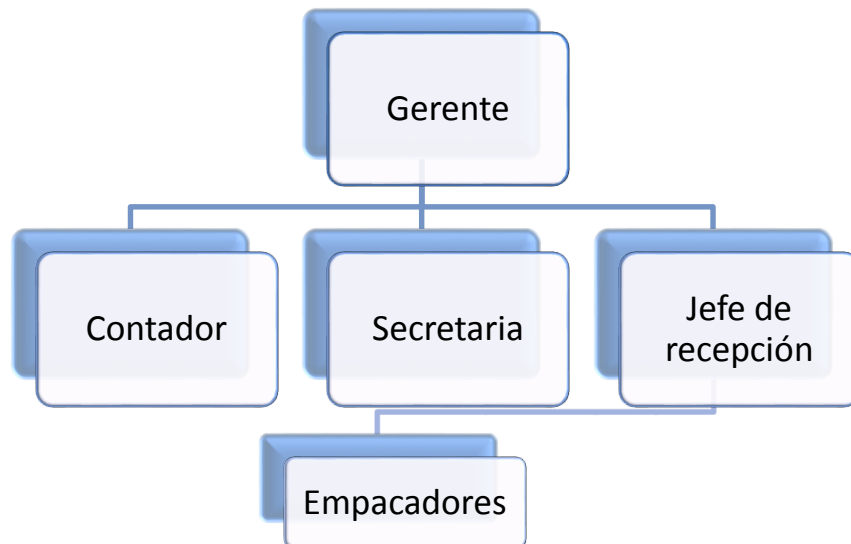
## Gráfico N° 8.- Proceso de comercialización



Fuentes: Procesos de producción y comercialización  
Elaborado por: Nidia Coral


### 5.4.1.5.- Factibilidad organizativa, administrativa y legal.

En la estructura organizativa se empleará a cinco personas principales, las cuales están relacionadas directamente con el proceso de comercialización de abono orgánico, estas funciones se detallan en el siguiente organigrama:



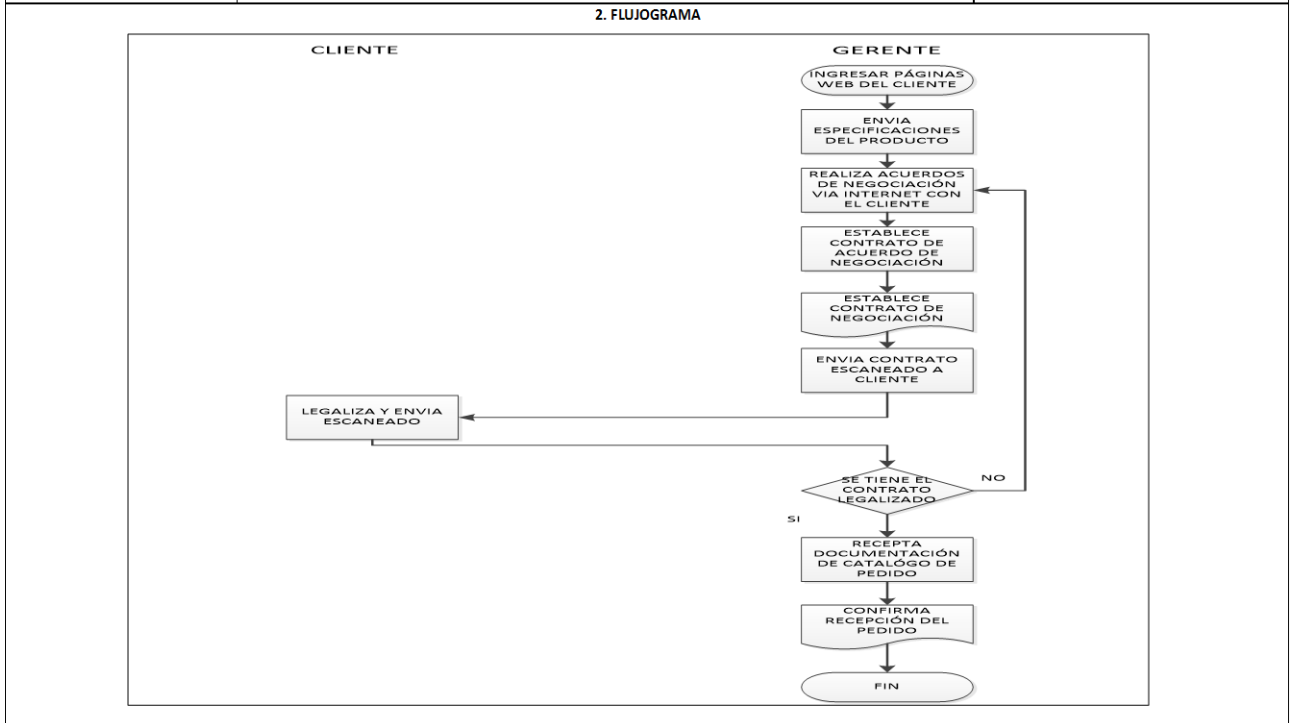
Cada uno de los miembros de la organización realizará las respectivas actividades que se detallan en las diferentes fichas de control:

Tabla N° 11.- Ficha de Control y Actividades (Gerente)

	<b>NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE</b>	<b>Código:</b>	<b>PO-NC-001</b>
		<b>Versión:</b>	<b>001</b>
		<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>

<b>Responsable:</b>	Gerente
<b>Objetivo:</b>	Realizar acuerdos de negocios con el cliente en el exterior para entregar en pedido
<b>Alcance:</b>	Desde que se contacta al cliente en el exterior y finalización con los acuerdos de envío

1.DETALLE		
Responsable	Detalle	Documento
Gerente	1. Ingresar a páginas web del cliente para contactarlo, o enviar un correo electrónico . 2. Envía especificaciones de productos disponibles	Correo electrónico contacto Catalogo de productos
Gerente/Cliente	3. Realizan acuerdos de negociación via internet o via telefónica ( Precio, tipo de producto, cantidad, forma de envío, forma de pago, tiempo de entrega, y condiciones de entrega)	
Gerente/Cliente	4. Establecer contrato de acuerdos de negociación	Contrato
Cliente	5. Envía contrato escaneado a cliente para su legalización	
	6. Legaliza y envía escaneado el contrato	
Gerente	7. Recapta documentación y llena catálogo de pedido, envía por correo electrónico 8. Confirma recepción de pedido a través de correo electrónico 9. fin	Catalogo de productos Correo electrónico confirmación



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
METAS DE CLIENTES	Número de contratos cumplidos/Número de contratos	100%	Semestral	Gerente
NÚMERO DE CLIENTE NUEVOS	Número de clientes aceptados	3	Semestral	Gerente


**DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO**

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Gerente	Computador	Acoplado a las necesidades de la empresa

REVISADO	APROBADO	FECHA
Gerente	Gerente	DIA. MES. AÑO

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

Tabla N° 12.- Ficha de Control y Actividades (Contador)

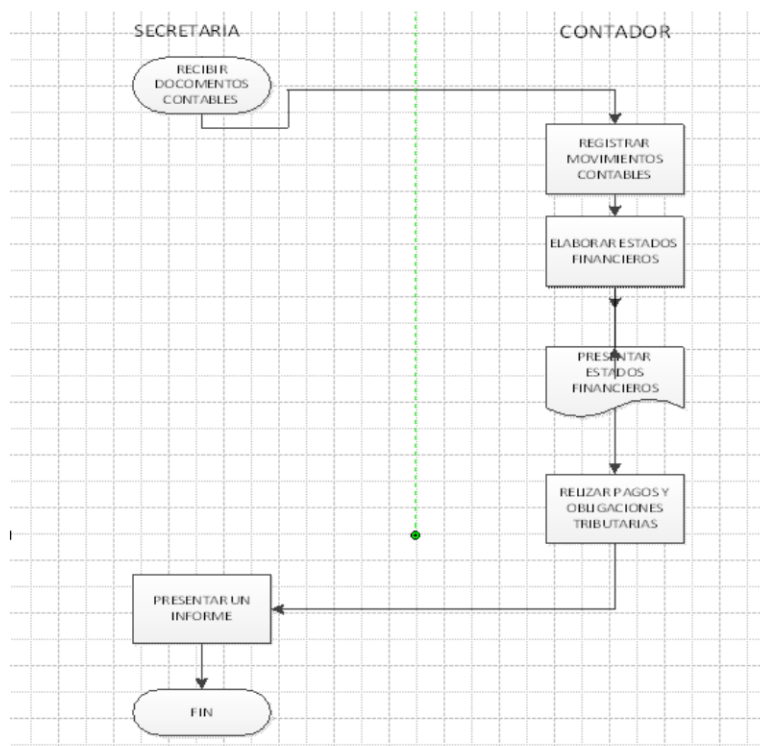
	<b>Código:</b>	<b>PO-AP-002</b>
	<b>Versión:</b>	<b>001</b>
	<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>

**APOYO AL PROCESO**

<b>Responsable:</b>	Contador
<b>Objetivo:</b>	Realizar los diferentes balances y transacciones al termino de cada envío realizado.
<b>Alcance:</b>	Desde que se adquiere el producto de los proveedores hasta recibir el pago de la negociación.

Responsable	Detalle	Documento
Secretaria	1. Recibir cada uno de los registros y/o documentos de toda la operación comercial 2. Registrar cada uno de los movimientos contables 3. Elaborar los diferentes estados financieros del proceso de comercialización. 4. Presentar los estados financieros al gerente y socios de la empresa para la respectiva toma de decisiones. 5. Realizar los diferentes pagos y obligaciones tributarias. 6. Fin	Documentos contables/registros
Contador		
Contador		
Contador		
Contador		

**2. FLUJOGRAMA**



**MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO**

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
DETALLE DE MOVIMIENTOS CONTABLES	REGISTROS DETALLADOS	100%	Semestral	CONTADOR
INCREMENTO DE UTILIDADES	ESTADOS FINANCIEROS	100%	Semestral	CONTADOR

**DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO**


RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
CONTADOR	Computador	Tranquilo y disciplinado

REVISADO	APROBADO	FECHA
Gerente	Gerente	DIA. MES. AÑO

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

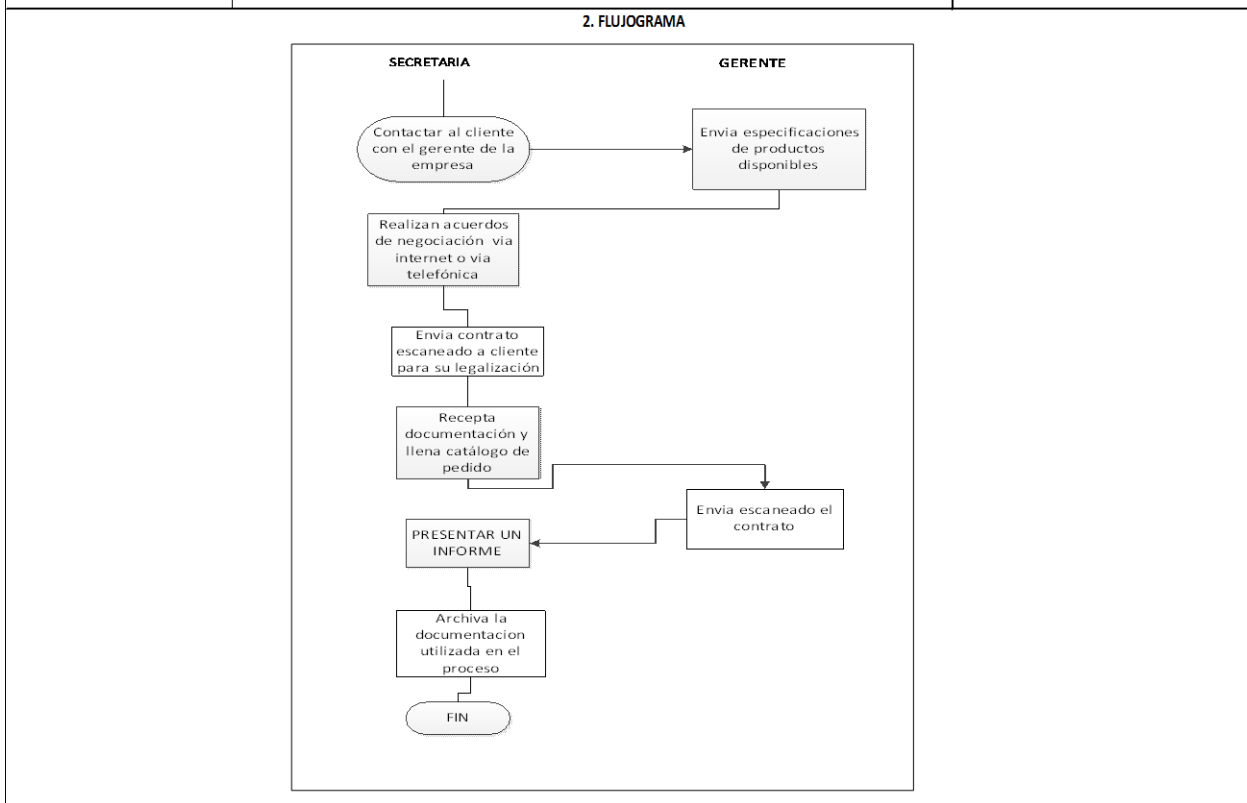


Tabla N° 13.- Ficha de Control y Actividades (Secretaria)

	<b>APOYO AL PROCESO</b>	<b>Código:</b>	<b>PO-NC-003</b>
		<b>Versión:</b>	<b>001</b>
		<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>

<b>Responsable:</b>	Secretaria
<b>Objetivo:</b>	Realizar informes detallados de cada una de las actividades realizadas en el proceso de comercialización.
<b>Alcance:</b>	Desde que se contacta al cliente en el exterior y seguimiento continuo.

1.DETALLE		
Responsable	Detalle	Documento
Secretaria	1. Contactar al cliente con el gerente de la empresa.	Registro de llamadas/correo electrónico
Gerente/Secretaria/Cliente	2. Envía especificaciones de productos disponibles	Catálogo de productos
Secretaria	3. Realizan acuerdos de negociación via internet o via telefónica ( Precio, tipo de producto, cantidad, forma de	
	4. Envía contrato escaneado a cliente para su legalización	Contrato
	5. Recpta documentación y llena catálogo de pedido, envía por correo electrónico	
	6. Envía escaneado el contrato	
	7. Archiva la documentación utilizada en el proceso	Documentación
	8. fin	



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
SATISFACCION DE CLIENTES	Contratos cumplidos	100%	Mensual	Secretaria
FACILIDAD DE NEGOCIACIONES	Orden en los procesos realizados	100%	Mensual	Secretaria


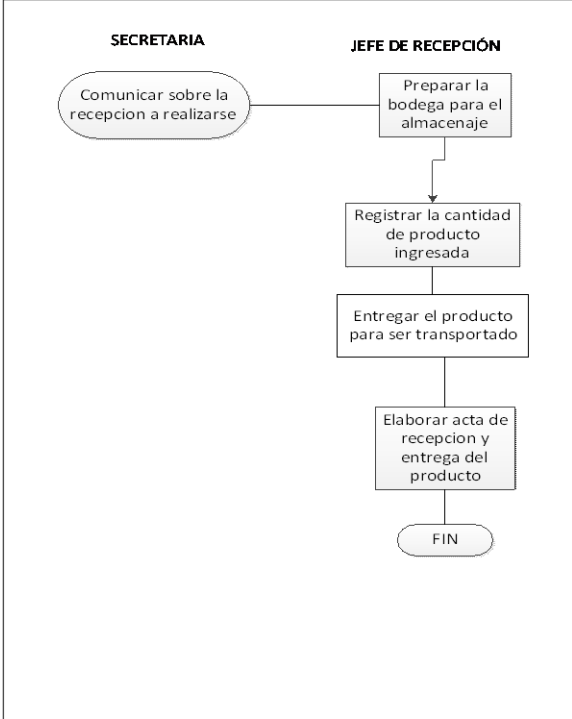
**DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO**

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Secretaria	Computador, fax, telefono, archivero	Acoplado a las necesidades de la empresa

REVISADO	APROBADO	FECHA
Gerente	Gerente	DIA. MES. AÑO


Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

Tabla N° 14.- Ficha de Control y Actividades (Jefe de Recepción)

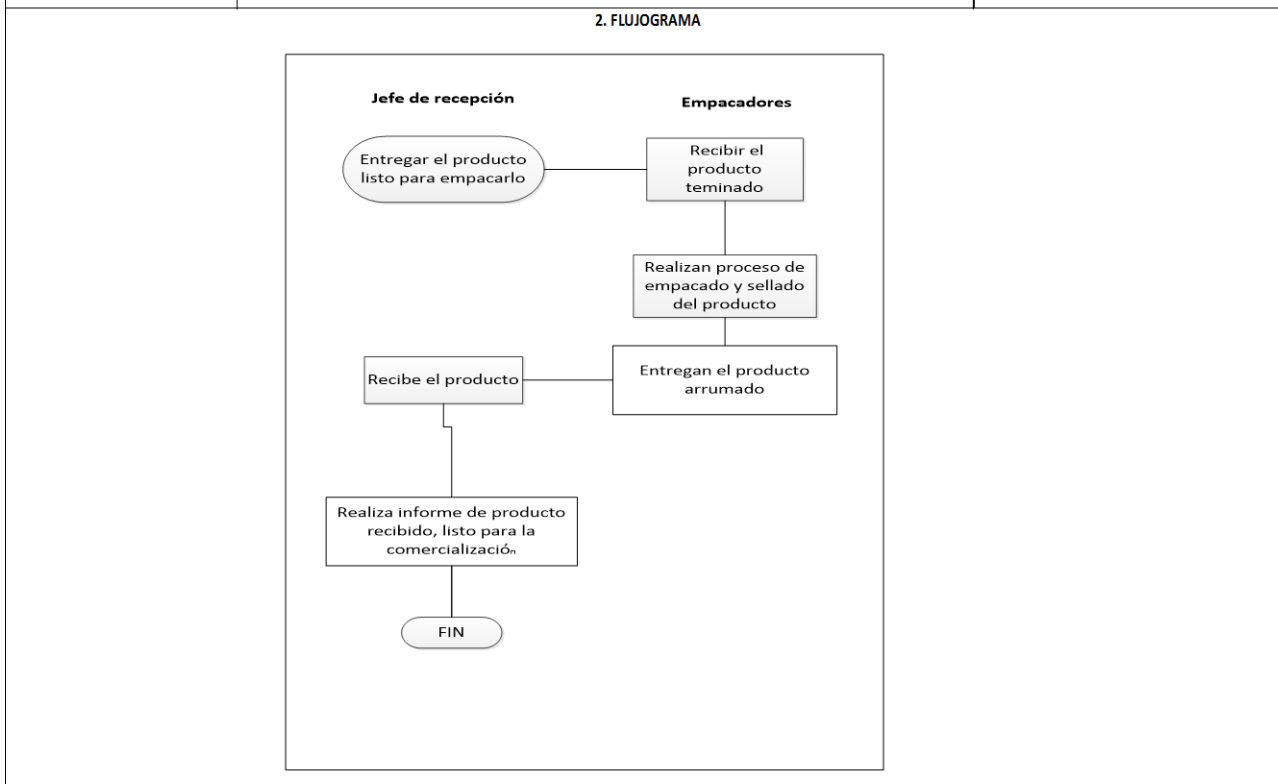
	<b>OPERARIO</b>			<b>Código:</b>	<b>PO-O-004</b>
				<b>Versión:</b>	<b>001</b>
			<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>	
<b>Responsable:</b>		Jefe de Recepción			
<b>Objetivo:</b>		Realizar la recepción y entrega de los pedidos requeridos.			
<b>Alcance:</b>		Desde que se recibe el producto en la bodega hasta que se deposita en los vehículos para su transportación.			
<b>1.DETALLE</b>					
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>			
Secretaria Jefe de recepción	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicar sobre la recepción a realizarse.</li> <li>2. Preparar la bodega para el almacenaje</li> <li>3. Registrar la cantidad de producto ingresada</li> <li>4. Entregar el producto para ser transportado.</li> <li>5. Elaborar acta de recepción y entrega del producto.</li> <li>6. Fin</li> </ol>	Correo electrónico  Acta entrega recepción  Acta entrega recepción			
<b>2. FLUJOGRAMA</b>					
 <pre>                 graph TD                     S([Comunicar sobre la recepción a realizarse]) --&gt; J[Preparar la bodega para el almacenaje]                     J --&gt; R[Registrar la cantidad de producto ingresada]                     R --&gt; E[Entregar el producto para ser transportado]                     E --&gt; A[Elaborar acta de recepción y entrega del producto]                     A --&gt; F([FIN])             </pre>					
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>					
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTANDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	
EXACTITUD DE ENVÍOS	Número de envíos realizados	100%	Trimestral	Jefe de recepción	
CONSERVACION DEL PRODUCTO	Calidad del producto embarcado	100%	Trimestral	Jefe de recepción	
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO</b>					
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>			
Jefe de recepción	Computador	Acoplado a las necesidades de la empresa			
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>		
Gerente		Gerente	DIA. MES. AÑO		

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

Tabla N° 15.- Ficha de Control y Actividades (Empacadores)

	<b>OPERARIOS</b>	<b>Código:</b>	<b>PO-O-005</b>
		<b>Versión:</b>	<b>001</b>
		<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>
<b>Responsable:</b>	Empacadores		
<b>Objetivo:</b>	Preparar el producto para su comercialización		
<b>Alcance:</b>	Desde que se reciben el producto en la bodega hasta que este listo para la comercialización.		

1.DETALLE		
Responsable	Detalle	Documento
Jefe de recepción	1. Entregar el producto listo para empacarlo	Acta entrega/recepción
Empacadores	2. Recibir el producto terminado	Acta entrega/recepción
Empacadores	3. Realizan proceso de empacado y sellado del producto	
Empacadores	4. Entregan el producto arrumado.	
Jefe de recepción	5. Recibe el producto	Acta entrega/recepción
Jefe de recepción	6. Realiza informe de producto recibido, listo para la comercialización	Informe
	7. Fin	



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
PRESENTACION DEL PRODUCTO	SATISFACCION DEL CLIENTE	100%	Trimestral	Empacadores
CANTIDAS DE BULTOS	RENDIMIENTO DEL PRODUCTO	100%	Trimestral	Empacadores

**DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO**

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Empacadores	Bodega	Acoplado a las necesidades de la empresa

REVISADO	APROBADO	FECHA
Jefe de recepción	Gerente	DIA. MES. AÑO

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Nidia Coral

#### 5.4.2.- Estudio Logístico

El Proceso logístico empieza con la ubicación del producto en el centro de recolección o galpón, en donde se procede a la respectiva verificación de empaque (sacos de 45kg) y etiqueta, continuando el proceso de unitarización, ubicando el producto en contenedores para ser transportado desde Tulcán hasta Guayaquil y posteriormente al puerto marítimo de Odessa en Ucrania.

Ucrania cuenta de 1740 Km. de costa al norte del mar Negro y el Mar de Azov, para el tránsito entre Ecuador y Ucrania, se utiliza parte de la línea circundante ecuatorial, pasando por el canal de Panamá, estrecho de Gibraltar, llegando al mar Negro hasta el Puerto ucraniano de Odessa (Principal Puerto marítimo de Ucrania); desde el Puerto de Guayaquil hasta Odessa la naviera tarda 30 días.

En lo referente al empaque del producto de resalta que debe tener las siguientes condiciones:

- El empaquetado debe prevenir cualquier pérdida del contenido, excepto donde se prescriben los dispositivos especiales de seguridad.
- Los materiales que constituyen el empaquetado y las cerraduras no deben reaccionar con el contenido o formar compuestos peligrosos con el contenido.
- Los empaques y las cerraduras deben ser fuertes y sólidos.

#### Gráfico N° 9.- Empaques del Abono Orgánico



Los siguientes datos muestran la información necesaria para establecer nombre, tipo, posición arancelaria, del abono orgánico, logrando así detallar con claridad qué tipo de producto es el que se negocia, logrando determinar: términos, barreras, requisitos para realizar la comercialización internacional de este insumo.

**Tabla N°16.- Información del producto**

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Abono orgánico Bocashi
posición arancelaria en el país exportador	3101.00.00.00
posición arancelaria en el país importador	3101.00.00.00
unidad comercial de venta	bulto
Moneda de transacción.	Dólares
Valor ex-work de la unidad comercial.	5,50

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

De igual manera se presenta la información necesaria de: origen, destino, vehículos a utilizarse y valores a transportarse, determinando las rutas a realizarse y el costo de las mismas, estos detalles permiten tener una ubicación clara sobre la comercialización a realizarse de manera trimestral.

**Tabla N°17.- Información del embarque del producto**

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	Ucrania
Ciudad de punto de destino	Kiev
Nº de unidades comerciales por embarque	7551
Valor inicial del embarque (EXW)	41531
tipo de embalaje	contenedor
tipo de unidad de carga	SEMI-REMOLQUES
Nº total de embalajes	1678
Nº total de unidades de carga	7

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

Por otra parte es de gran importancia conocer los términos de negociación que se van a utilizar, recalcando que las importaciones ucranianas por lo general se realizan en términos Ex –work y en moneda ucraniana (Grivna), debiendo tomar en cuenta la tasa de interés e índice inflacionario del país.

**Tabla N°.- 18 Información adicional**

INFORMACION ADICIONAL	
Termino de negociación	Exw
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	30 días
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,25%
Tasa promedio de inflación anual	5,28%
Inflación anual país de destino	9,00%

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
 Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
 Elaborado por: Nidia Coral

A continuación se detallan los diferentes términos de negociación con su respectiva proyección a cinco años, obteniendo los costos en los que incurren el importador y exportador según los incoterms utilizado en la negociación.

**Tabla N° 19.- Incoterms**

<b>INCOTERMS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Valor del embarque	41.531	53.059	57.918	61.759	69.160	74.419
<b>EXW</b>	<b>41.531</b>	<b>53.059</b>	<b>57.918</b>	<b>61.759</b>	<b>69.160</b>	<b>74.419</b>
Manipulación local X	560	1.516	1.773	1.867	2.359	2.690
Unitarización	1.507	1.589	1.674	1.762	1.858	1.957
<b>FCA/FAS</b>	<b>43.598</b>	<b>56.164</b>	<b>61.365</b>	<b>65.389</b>	<b>73.377</b>	<b>79.067</b>
Transporte interno	3.350	4.738	5.376	5.660	7.372	8.214
Manipuleo Embarque	2.700	2.843	3.325	3.501	4.423	5.045
Agentes	320	337	373	436	535	693
Documentación	220	232	257	300	368	477
Capital e inventario país de origen	387	495	545	580	663	720
Bancarios	872	1.123	1.227	1.308	1.468	1.581
<b>FOB</b>	<b>51.446</b>	<b>65.932</b>	<b>72.469</b>	<b>77.173</b>	<b>88.205</b>	<b>95.795</b>
Flete Internacional	4.000	6.317	6.651	7.002	9.829	10.348
<b>CFR</b>	<b>55.446</b>	<b>72.249</b>	<b>79.119</b>	<b>84.175</b>	<b>98.034</b>	<b>106.143</b>
Seguro Internacional	1.109	1.445	1.582	1.683	1.961	2.123
<b>CIF</b>	<b>56.555</b>	<b>73.694</b>	<b>80.701</b>	<b>85.858</b>	<b>99.995</b>	<b>108.266</b>
Capital e inventario transito internacional	19	25	28	30	34	37
Manipuleo desembarque	600	948	998	1.050	1.474	1.552
<b>DAT</b>	<b>57.175</b>	<b>74.667</b>	<b>81.727</b>	<b>86.938</b>	<b>101.504</b>	<b>109.855</b>
Almacenamiento temporal	300	327	356	389	423	462
Documentacion	350	382	416	453	494	539
Agentes	320	337	373	436	535	693
Transporte interno	1.700	2.400	4.434	4.668	5.897	6.726
<b>DAP</b>	<b>59.845</b>	<b>78.112</b>	<b>87.306</b>	<b>92.883</b>	<b>108.854</b>	<b>118.274</b>
Aduaneros	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario país de destino	50	65	73	77	90	98
<b>DDP</b>	<b>59.894</b>	<b>78.177</b>	<b>87.379</b>	<b>92.960</b>	<b>108.944</b>	<b>118.372</b>

Fuentes: Estudio Financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

#### **5.4.3.- Estudio Financiero**

A través del presente estudio financiero se llega a determinar la factibilidad de la investigación, representada en las utilidades mostradas en los diferentes estados financieros producto del ejercicio realizado.

#### 5.4.3.1.- Inversión Inicial

En primera instancia se presenta el detalle de la inversión inicial, es decir los bienes y valores que el proyecto requiere para iniciar su funcionamiento.

**Tabla N° 20.- Inversión Inicial**

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	10.480
Capital de Operación	8.995
Gastos de Constitución	1.600
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>21.075</b>

Fuente: Estudio financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

#### 5.4.3.2.- Capital de Operación

A través del capital de operación podemos determinar los diferentes costos y gastos que incurren los diferentes envíos de abono orgánico.

**Tabla N° 21.- Capital de Operación**

<b>Capital de Operación</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Costos de Producción	118.805
Gastos Administrativos	12.590
Gastos de Exportación	30.508
<b>Total Costo Anual</b>	<b>161.903</b>
<b>Total Costo Diario</b>	<b>450</b>
Ciclo de caja	20
<b>Capital de Operación</b>	<b>8.995</b>

Fuente: Estudio financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

#### 5.4.3.3.- Financiamiento

Para implementar el proyecto de investigación y llevar a cabo la comercialización de abono orgánico desde la provincia del Carchi hacia los sectores agrícolas de



Ucrania-Europa, se requiere el apoyo de una institución financiera, adquiriendo una deuda, misma que se ve reflejada en la siguiente tabla:

**Tabla N° 22.- Financiamiento**

<b>Estructura de Financiamiento - con financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	30%	6.322
Capital Ajeno	70%	14.752
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>21.075</b>

Fuente: Estudio financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

#### 5.4.3.4.- Balance General

El presente balance tiene incluido el valor de la deuda adquirida para financiar la operación de comercialización.

**Tabla N° 23.- Balance General**

<b>Balance General - Con Financiamiento</b>			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	8.995	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>8.995</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	7.000	Préstamos Bancarios	14.752
Maquinaria y Equipo	500	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>14.752</b>
Muebles y Enseres	1.280	<b>Total Pasivos</b>	<b>14.752</b>
Equipo de Computo	1.700		
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>10.480</b>		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.600	Capital Social	6.322
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>1.600</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>6.322</b>
<b>Total Activos</b>	<b>21.075</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>21.075</b>

Fuentes: Estudio Financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

Según el balance presentado se puede notar que existe un capital bajo, puesto que la empresa no posee grandes activos y por otra parte tiene una deuda que hace que los activos sean relativamente altos.

#### 5.4.3.2.- Estado de Resultados

El estado de resultados nos servirá para determinar las utilidades o pérdidas que generara la actividad comercial.

**Tabla N° 24.- Estado de resultados**

<b>Estado de Resultados - Con Financiamiento</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
<b>Ventas</b>	<b>316.210</b>	<b>361.262</b>	<b>402.995</b>	<b>428.006</b>	<b>501.144</b>	<b>544.513</b>
Cantidad	30.204	35.676	38.880	41.076	46.278	49.464
Precio	10,47	10,13	10,37	10,42	10,83	11,01
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>157.682</b>	<b>194.527</b>	<b>212.527</b>	<b>226.326</b>	<b>254.186</b>	<b>273.348</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>158.529</b>	<b>166.736</b>	<b>190.468</b>	<b>201.680</b>	<b>246.958</b>	<b>271.165</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>117.284</b>	<b>118.183</b>	<b>136.988</b>	<b>145.516</b>	<b>181.591</b>	<b>200.141</b>
Gastos Administrativos	42.587	17.711	19.145	20.712	22.455	24.328
Gastos de Exportación	74.697	100.472	117.843	124.804	159.136	175.813
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>41.245</b>	<b>48.553</b>	<b>53.480</b>	<b>56.165</b>	<b>65.367</b>	<b>71.023</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	<b>1.432</b>	<b>915</b>	<b>338</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	0	1.432	915	338		
<b>U.A.T.I</b>	<b>41.245</b>	<b>47.121</b>	<b>52.565</b>	<b>55.827</b>	<b>65.367</b>	<b>71.023</b>
- 15% Particip. Trabajadores	6.187	7.068	7.885	8.374	9.805	10.654
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>35.058</b>	<b>40.053</b>	<b>44.680</b>	<b>47.453</b>	<b>55.562</b>	<b>60.370</b>
- 23% Impuesto a la Renta	8.063	9.212	10.276	10.914	12.779	13.885
<b>Utilidad Neta</b>	<b>26.995</b>	<b>30.841</b>	<b>34.403</b>	<b>36.539</b>	<b>42.782</b>	<b>46.485</b>

Fuentes: Estudio financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

Claramente podemos notar que existe utilidad en el proceso realizado, misma que después de cada periodo contable será repartida en dos partes iguales, la primera se utilizará para recapitalización o adquisición de nuevos activos que se requieran en la empresa, mientras que el otro 50% será para los socios.

El precio es altamente competitivo, ya que en Ucrania el abono Bocashi en presentación de 45kg tiene un precio de 15,50 dólares debido a la escases de materia prima para la elaboración de abono orgánico ucraniano.

### 5.4.3.3.- Flujo Neto de Efectivo

En el inicio de la actividad contable se registra una salida de efectivo lo cual es generada por la inversión inicial arrojando un saldo negativo, pero a partir del segundo año podemos notar que el saldo es positivo, mostrando que desde el cuarto año las salidas de efectivo disminuyen porque las obligaciones financieras estarán canceladas.

**Tabla N° 25.- Flujo neto de efectivo**

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		30.841	34.403	36.539	42.782	46.485
+ Depreciaciones		1.095	1.095	1.095	1.125	1.125
+ Amortizaciones		320	320	320	320	320
Liquidación del Proyecto						6.737
Recuperación Capital de Operación						8.995
<b>Total Entradas</b>	<b>0</b>	<b>32.255</b>	<b>35.818</b>	<b>37.953</b>	<b>44.227</b>	<b>63.661</b>
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	21.075					
Amortización de la Deuda		4.381	4.897	5.475		
Reposición de Activos				1.790		
<b>Total Salidas</b>	<b>21.075</b>	<b>4.381</b>	<b>4.897</b>	<b>7.264</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-21.075</b>	<b>27.875</b>	<b>30.921</b>	<b>30.689</b>	<b>44.227</b>	<b>63.661</b>

Fuentes: Estudio Financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

### 5.4.3.4.- Cuadro de indicadores financieros

**Tabla N° 26.- Indicadores financieros**

CCP	10,32%
TIR	141,65%
VAN	121.294

Fuentes: Estudio Financiero (2013)  
Elaborado por: Nidia Coral

Podemos notar que la tasa interna de retorno (TIR) nos da un porcentaje alto pero aceptable, mismo que se ocasiona porque la implementación de la propuesta no representa costos elevados en la inversión, afirmando la rentabilidad el proceso financiero y la credibilidad de la investigación, por otra parte se nota que el valor

actual neto (VAN) representa un equilibrio para la negociación durante este proceso contable; se presenta una utilidad de 26.995 adquirida durante cinco años de actividad, además se obtiene un periodo de recuperación de 1 año con cinco meses, muy conveniente para la aplicación de los resultados de la presente investigación.

Podemos concluir diciendo que el presente estudio financiero es viable y puede favorecer enormemente a las potencialidades que se posó en la provincia del Carchi, mejorando las capacidades productivas, su eficiencia y el sistema de comercialización.

Además con la puesta en marcha de la propuesta se demostrará a los proveedores que se está cumpliendo con las condiciones establecidas, es decir, la compra de su producto por parte del importador, esto garantizará que los proveedores sigan elaborando el producto en mayores cantidades que permitan satisfacer la demanda establecida.

## BIBLIOGRAFIA

Allisha, R. (2011), *Normativa para Importaciones Ucranianas*, The reading edition, España, (p. 121-133).

Castro, J. (2009), *Investigación integral de mercado*, Quebecor world Bogotá S.A-Colombia.

Gutiérrez Pulido, H. (2010), *Calidad total y productividad*, McGraw-Hill, México.

Gutiérrez Pulido, Humberto, 2009, *Control Estadístico de Calidad y seis Sigma*, McGraw-Hill, Guanajuato-México.

Haaker, P. (2010), *Evaluación de la influencia de diferentes abonos orgánicos y de la cobertura plástica en el comportamiento de dos especies de Amaranthus hortícola bajo un manejo orgánico*, International Thomson editores S.A, México.

J. Grtman, L. (2007), *El futuro de los negocios*, International Thomson editores S.A, México.

Nordhaus, P. (2008), *Economía*, McGraw-Hill, México.

Parkin, R. (2007), *Macroeconomía*, International Thomson editores S.A, México.

Rivera, J. (2011), "El suelo agotado recupera energía con estos abonos", Revista lideres, Ecuador, (p.19).

Torres, A. (2012), *Empaques para abonos orgánicos*, Library Colombia S.A, Bogotá-Colombia, (p. 65-67).

## LINCKOGRAFIA

Agencia Central de Inteligencia (CIA), (2013), *Negocios Internacionales*, en <http://www.cia.com.org/>, (Abril, Mayo 2013).

Andrade, R. (2006), *Alternativas Naturales en Marcha*, en <http://www.google.com/naturalezasana>, (2012-01-05).

Cantero, C. (2009), *Abono orgánico una alternativa para desarrollar competencias laborales generales*, en <http://www.gogle.com/abonosnaturales> , (2012-01-05).

Chávez, M. (2010), *Lombricultura*, en <http://www.youtube.com/lombricultura>, (2011-09-08).

Chonillo, J. (2008), *Elaboración de Abono Orgánico*, en <http://www.youtube.com/elaboraciondeabononatural>, (2011-09-10).

Corral Arciniega, P. (2009), *Cultivos alternativos*, en [http://www.google.com.ec/cultivos alternativos](http://www.google.com.ec/cultivos%20alternativos), (2011-09-14).

Fernández, R. (2010), *Agricultura Europea*, en <http://www.agricultura.com.ec/abonossanos>, (2011-10-01).

Hill, G. (2010), *Cultivos Sanos en Europa*, en <http://www.agr.umss.edu.bo/invest/>, (2012-01-18).

Jiménez, A. (2010), *Agricultura Orgánica En el Mundo*, en <http://agronomia.nireblog.com/post/>, (2012-02-13).

Ochoa, M. (2003), *Tipos de Abonos Orgánicos*, en <http://www.gotaverde.org/userfiles/>, (2012-02-01).

Ortega, E. (2010), *Producir sano, vivir más*, en <http://abonorgánico/vidasana>, (2013-04-12).

Posadas, E. (2010), *Exportaciones a Europa, Negocio en Auge*, en <http://europa.eu.int/comm/trade>, (2012-02-22).

Ricaute, R. (2006), *Apoyo de Gobiernos a Proyectos Ambientales*, en <http://www.globenet.org/preceup/>, (2012-02,06).

Rivadeneira, P. (2008), *Valle limpio a Producción de Abono Orgánico*, <http://bpa.peruv.com/documentos/>, (2012-02-10).

Rosales, D. (2009), *Abono orgánico*, en <http://www.coopedota.com/index.php/>, (2011-09-16).

Rousember, P. (2009), *Hortalizas sanos y de calidad*, en <http://www.lamolina.edu.pe/hortalizas/>, (2012-01-13).

Solís Agüero, H. (2010), *Proyecto de abono Orgánico*, en <http://www.coopedota.com/index.php/>, (2011-09-22).

Vázquez, R. (2009), *Requisitos Para Exportar a Europa*, en <http://export-help.cec.eu.int/hdlinks/>, (2012-02-22).

Vivas, A. (2009), *Abono Orgánico Bocashi*, en <http://es.wikipedia.org/abono>, (2012-01-15).

Zurita, A. (2010), *Proceso y Requisitos para Ingresar al Mercado Europeo*, en <http://export-help.cec.eu.int/thdapp/>, (2012-02-22).

## **NORMATIVA**

Agencia de Aseguramiento de la calidad del Agro (AGROCALIDAD).

Código Orgánico de Comercio, Producción e inversiones (COPCI).

Constitución de la República (2008).

Diario Oficial de la Unión Europea (2012)

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca, (MAGAP).

Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

Normativa Sobre el Etiquetado de Productos Alimentarios en Ucrania

Plan Nacional de Desarrollo (PND).

Política Industrial del Ecuador.

The Ukrainian Chamber of Commerce

# ANEXOS

## ANEXO 1.- ENCUESTA

### Universidad Politécnica Estatal del Carchi

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la utilización que usted da a los desechos orgánicos y la importancia que usted presta a la conservación de su salud y del medio ambiente.

Le solicito conteste marcando una (X) la opción que usted considere pertinente.

#### 1.- Que hace con los desechos orgánicos producidos en su hogar:

- Botarlos
- Recolectarlos
- Hacer abonos orgánicos
- Otro

#### 2.- Que hace con el estiércol que producen sus animales:

- Botarlos
- Recolectarlos
- Hacer abonos orgánicos
- Venderlos
- Otros

#### 3.- Que cantidad de dinero gasta mensualmente en la compra de fungicidas para sus cultivos:

- 100-500 Dólares
- 501-1000 Dólares
- 1001- o más Dólares

#### 4.- Conoce usted el proceso de elaboración de abono orgánico? Si, No, Cual es?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_  
-----  
-----

#### 5.- Usted ha recibido alguna capacitación sobre la utilización de abono orgánico? Si, No, Quien la impartió?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_  
-----  
-----



**6. Considera que el abono orgánico es:**

- Barato
- Caro
- Muy caro

**7.- Conociendo las utilidades que genera el Abono orgánico usted estaría dispuesto a elaborar abono orgánico. Si, No, Porque?**

Si  No

-----  
-----

**8.- Usted estaría dispuesto a elaborar abono orgánico en:**

- Kilos
- Arrobas
- Quintales
- Toneladas

## ANEXO 2.- Entrevista

### Universidad Politécnica Estatal del Carchi

La presente entrevista tiene como objetivo determinar los diferentes procesos de elaboración y utilización que se le da a los abonos orgánicos en la provincia del Carchi.

#### Datos personales:

Nombre: \_\_\_\_\_

Profesión /Ocupación: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

1.- ¿Conoce usted el proceso de elaboración de Abonos Orgánicos? Si, No, Cual es?

-----  
-----

2.- ¿Qué tipo de insumo usted recomienda a los agricultores?

Abono orgánico

Abono químico

Bioestimulante

Enmiendas minerales


3.- ¿Cuándo recomienda o vende abono orgánico, que otro servicio le ofrece al cliente?

Asesoría técnica

Visitas al cultivo para asesoría

Garantía sobre las especificaciones del producto

Ninguna


4.- ¿Usted podría mencionar que tan conveniente es comercializar Abono orgánico a nivel nacional como internacional?

-----  
-----

5.- ¿Cree usted que en la provincia del Carchi exista la suficiente producción de abono orgánico para satisfacer el mercado internacional?

-----  
-----

### ANEXO 3.- Cálculo proyección de la oferta

Año	Producción Abono orgánico Mensual TN	Producción Promedio Ecuador Tn	Producción Abono Orgánico Total TN
2011	6,35	71,74	78
2012	8,35	71,74	143
Proyección			
2013	8,50	71,74	72
2014	8,65	71,74	72
2015	8,80	71,74	72
2016	8,95	71,74	72
2017	9,11	71,74	81

Fuente: Banco Central/Agrocalidad (2012).  
Elaborado por: Nidia Coral

Los datos fueron obtenidos a través del Banco central y Agrocalidad, demostrando así que si existen fabricantes de abono orgánico en el Carchi y por lo tanto existe oferta.

### ANEXO 4.- Cálculo proyección de la demanda

Proyección de la Demanda				
Año	Población	TN por hectáreas mensual	TN. producidas mensualmente	Demanda TN
2013	44.854.065	2250	1587	3837
2014	44.573.728	2349	1653	4002
2015	44.295.143	2481	1726	4207
2016	44.018.299	2618	1804	4422
2017	43.743.185	2722	1875	4597

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
Elaborado por: Nidia Coral

Los datos obtenidos de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) y del Fondo Monetario Internacional (FMI) en donde precisan la cantidad de insumo o abono orgánico que se requiere por hectárea destinada al cultivo de productos agrícolas, determinando también la cantidad de producto fabricada en Ucrania, realizando la suma entre estos dos ítems obtenemos la demanda total requerida.

## ANEXO 5.- Cálculo Proyección Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha TN					Proyecto TN	
Año	TN por hectáreas mensual	TN. producidas mensualmente	Demanda Total	Demanda Insatisfecha	Producción Abono orgánico Carchi	% Cobertura Demanda Insatisfecha
2013	2250	1753	497	425	72	7%
2014	2349	1795	554	482	72	7%
2015	2481	1816	665	593	72	7%
2016	2618	1854	764	692	72	6%
2017	2722	1905	817	736	81	6%

Fuentes: Agencia central de inteligencia CIA/ World Factbook, actualización Marzo 2012  
 Fondo Monetario Internacional/ FMI, actualización a Marzo 2012  
 Elaborado por: Nidia Coral

Para la obtención de estos datos relacionamos el anexo 3 y el anexo 4 realizando operaciones matemáticas, que consisten en la resta de toneladas utilizadas por hectárea y las producidas mensualmente obteniendo la demanda total, de ello restamos la producción existente en el Carchi, arrojando como resultado la demanda insatisfecha.