

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“ Oportunidades de Mercado en Chile y la Comercialización de
pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical ”

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en Comercio
Exterior y Negociación Comercial
Internacional

AUTORA: Liceth Tamara Apráez Lima

ASESOR: Msc. Julio López

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que el/la estudiante Liceth Tamara Apráez Lima con el número de cédula 040155982-8 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidades de Mercado en Chile y la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical”.

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

Msc. Julio López

Tulcán, 04 de agosto de 2015

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Liceth Tamara Apráez Lima con cédula de identidad número 040155982-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Liceth Apráez

Tulcán, 04 de agosto de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Liceth Tamara Apráez Lima, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 04 de agosto de 2015

Liceth Tamara Apráez Lima
CI 040155982-8

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que en su momento fueron una guía durante mi proceso estudiantil, brindándome palabras de aliento, dándome apoyo o simplemente permaneciendo conmigo durante estos años.

A todos mis ingenieros, les agradezco por ser un pilar fundamental dentro de mi vida académica, por enseñarme no solo los conocimientos necesarios dentro de las materias, sino por aconsejarme en mis momentos de debilidad.

A mi familia en general, por su amor y apoyo incondicional, por brindarme tantos momentos de felicidad y tristeza, por compartir su vida a mi lado.

Y en especial a mi tutor Julio López, porque indistintamente de cumplir su labor guiándome durante el trabajo de tesis, siempre fue la persona que apoyó mi proceso dándome consejos o simplemente platicando conmigo.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a Dios, porque gracias a todas las bendiciones que ha derramado en mi vida, he podido crecer como persona.

A mis padres Nelly y Francisco, por ser el pilar fundamental dentro de mi accionar, por enseñarme valores que diariamente voy reflejando con mis actitudes, por todo su amor, comprensión, regaños y apoyo que siempre me supieron brindar.

A mi hermano Byron por todos los momentos que me supo regalar, por su apoyo incondicional en momentos de dificultad y por todas esas palabras que me supo expresar.

A mi abuelita Georgina por todos sus regaños, sus palabras de aliento, su motivación para ser cada vez más una persona ejemplar.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
DEDICATORIA.	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
I. EL PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. DELIMITACIÓN.....	19
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	20
1.5. OBJETIVOS.....	23
1.5.1 Objetivo General.....	23
1.5.2 Objetivos Específicos.	23
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	24
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	24
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	26
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	27
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL. (variables)	28
2.5. IDEA A DEFENDER. (investigación cualitativa)	34
2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	34
III. MARCO METODOLÓGICO.....	35
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	35

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.	37
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	38
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	41
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	42
3.7.1. Análisis e interpretación de resultados.	42
3.7.2. Validación de la idea a defender. (Investigación cualitativa)	43
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
4.1. CONCLUSIONES.....	99
4.2. RECOMENDACIONES.	101
V. PROPUESTA. (Investigación cualitativa)	102
5.1. TÍTULO.	102
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	102
5.3. JUSTIFICACIÓN.	102
5.4. OBJETIVOS.	103
5.5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.	104
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.	125
5.7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	138
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	140
VII. ANEXOS.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - DELIMITACIÓN	19
Tabla 2 - FUNDAMENTACIÓN LEGAL	26
Tabla 3 - FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	27
Tabla 4 - OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	38
Tabla 5 - PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	44
Tabla 6 - VARIACIÓN ANUAL DEL PIB	44
Tabla 7 - PIB PER CÁPITA.....	45
Tabla 8 - POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	45
Tabla 9 - TASA DE INFLACIÓN	46
Tabla 10 - BALANZA COMERCIAL CON ECUADOR	47
Tabla 11 - PORCENTAJE DE RIESGO PAÍS.....	48
Tabla 12 - SALARIO BÁSICO.....	49
Tabla 13 - ACUERDOS COMERCIALES	50
Tabla 14 - POLÍTICA ECONÓMICA	51
Tabla 15 - BARRERAS ARANCELARIAS	53
Tabla 16 - BARRERAS NO ARANCELARIAS	54
Tabla 17 - SISTEMA DE ENVASE Y EMBALAJE.....	55
Tabla 18 - TAS DE CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	56
Tabla 19 - TASA DE DESEMPLEO	57
Tabla 20 - TASA DE IMPUESTOS NACIONALES	58
Tabla 21 - ACCESO VÍA TERRESTRE	59
Tabla 22 - ACCESO VÍA MARÍTIMA	60
Tabla 23 - ACCESO VÍA AÉREA.....	61
Tabla 24 - PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO	62
Tabla 25 - RESUMEN DEL POAM	64
Tabla 26 - EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	68
Tabla 27 - DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL PIB	68
Tabla 28 - DATOS INFORMATIVOS CHILE - ECUADOR.....	72
Tabla 29 - PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN.....	73
Tabla 30 - POBLACIÓN EN CIFRAS.....	74

Tabla 31 - GASTOS DE CONSUMO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS.....	75
Tabla 32 - SUPERFICIE CHILENA PLANTADA CON FRUTAS.....	77
Tabla 33 - PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE NARANJILLA....	78
Tabla 34 - PARTICIPACIÓN MUNDIAL.....	79
Tabla 35 - PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE NARANJILLA	80
Tabla 36 - ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA PEA EN CARCHI	85
Tabla 37 - PRINCIPALES CULTIVOS PERMANENTES EN CARCHI	87
Tabla 38 - INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES DE ECUADOR	88
Tabla 39 - ANÁLISIS FODA.....	91
Tabla 40 - MATRÍZ DE FACTORES INTERNOS.....	91
Tabla 41 - MATRÍZ DE FACTORES EXTERNOS	92
Tabla 42 - POBLACIÓN CONSUMIDORA DE ALIMENTOS GOURMET	93
Tabla 43 - CONSUMO NACIONAL APARENTE.....	93
Tabla 44 - PRODUCCIÓN MENSUAL DE NARANJILLA EN CHICAL	94
Tabla 45 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE NARANJILLA	96
Tabla 46 - FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	105
Tabla 47 - DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	106
Tabla 48 - MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	111
Tabla 49 - MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	112
Tabla 50 - LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA.....	112
Tabla 51 - REQUERIMIENTOS DEL ESTADO FÍSICO.....	113
Tabla 52 - ACTIVOS FIJOS.....	114
Tabla 53 - GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	115
Tabla 54 - MANUAL DE GERENCIA	116
Tabla 55 - MANUAL DE SECRETARIA.....	117
Tabla 56 - MANUAL DE JEFE DE PRODUCCIÓN.....	118
Tabla 57 - MANUAL DE CONTADOR	119
Tabla 58 - MANUAL DE DIGITADOR	120
Tabla 59 - PROCESO PRODUCTIVO	122
Tabla 60 - PROCESO PRODUCTIVO	123
Tabla 61 - PROCESO PRODUCTIVO	124

Tabla 62 - PROCESO PRODUCTIVO	125
Tabla 63 - MODELO OPERATIVO	126
Tabla 64 - PROCESO LOGÍSTICO	127
Tabla 65 - COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN	129
Tabla 66 - ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	130
Tabla 67 - COSTOS DIRECTOS DE IMPORTACIÓN	130
Tabla 68 - BALANCE GENERAL	131
Tabla 69 - ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	132
Tabla 70 - ESTADO DE RESULTADOS	133
Tabla 71 - PUNTO DE EQUILIBRIO	134
Tabla 72 - FLUJO DE EFECTIVO	136
Tabla 73 - CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	137

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - EXPORTACIONES DE NARANJILLA.....	43
Ilustración 2 - SANTIAGO DE CHILE	66
Ilustración 3 - UBICACIÓN GEOGRÁFICA	70
Ilustración 4 - BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR - CHILE.....	81
Ilustración 5 - EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS.	82
Ilustración 6 - PORCENTAJE DE PERSONAL OCUPADO EN ECUADOR.....	83
Ilustración 7 - ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA PEA EN CARCHI	84
Ilustración 8 - USO DEL SUELO EN CARCHI.....	86
Ilustración 9 - MODELO OPERATIVO.....	104
Ilustración 10 - LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA	113
Ilustración 11 - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	116
Ilustración 12 - CADENA DE VALOR	121

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación tiene como objetivo determinar las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la Parroquia El Chical, logrando de esta manera analizar la producción de la fruta natural y que los agricultores de la zona logren aprovechar su producción de transformándola en producto con valor agregado, logrando así el establecimiento de la planta procesadora de pulpa de naranjilla en donde no sólo se benefician los productores sino también a la población en general ya que se crea nuevas fuentes de trabajo y produce una mejor calidad de vida de la población.

Esta investigación proporciona suficiente información a los agricultores de naranjilla de la parroquia en cuanto al nivel de producción de la zona, la instalación industrial necesaria para la producción y comercialización del producto terminado, analizando la oferta nacional y extranjera hacia el mercado meta, la demanda potencial, el perfil del consumidor y los requisitos necesarios para lograr una exportación satisfactoria de la pulpa de naranjilla. Por otra parte el estudio de la demanda se lo realizó utilizando fuentes secundarias de distintas instituciones que contengan información real y valedera. Para la recolección de información se utilizó la técnica de la entrevista, misma que se realizó a tres productores de la zona sobre la capacidad productiva, además fueron investigadas fuentes secundarias.

Los resultados del proyecto investigativo logran determinar que el mercado más opcionado para realizar la exportación de la pulpa de naranjilla es el mercado de Chile, ya que presenta varios aspectos que hacen factible dicha comercialización, a parte que el Acuerdo de Complementación Económica firmado entre ambos países ayuda al correcto desarrollo del exportación del producto hacia un mercado abierto a nuevas ofertas de consumo, siempre y cuando éste cumpla con todos los requerimientos que el país y el consumidor presente.

En los resultados y análisis financieros, el proyecto necesita de una inversión inicial de 164.523 dólares, considerando factible la producción porque el Valor Actual Neto (VAN) es de 80.942 dólares, Tasa Interna de Retorno (TIR) del 37,46% y periodo de recuperación de la inversión 3 años, dando como resultado la factibilidad de la comercialización hacia el exterior.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the opportunities for international markets and commercialization of pulp naranjilla from the parish The Chical (Carchi) Ecuador, attaining in this way to analyze the production of natural fruit and that local farmers succeed to take advantage of its production of transforming it into value-added product, thus achieving the establishment of processing plant pulp naranjilla where not only producers but also the general population will benefit because of creating new jobs and producing a better quality of life of the population.

This research provides enough information to farmers of naranjilla parish in the level to production in the area the industrial installation needed for the production and marketing of the finished product, analyzing the national and foreign supply towards the target market, potential demand, the consumer profile and the requirements for successful export of pulp naranjilla. On the other hand, it was made the study of the demand by using secondary sources from different institutions which contain real and valid information. For data collection it was used the interview technique, same one that was applied to three producers in the area about the productive capacity, also secondary sources were investigated.

The results of the research project manage to determine that the most optioned export market for pulp naranjilla is the Chilean market, since it presents several features that make feasible such marketing, besides the Economic Complementation Agreement signed between the two countries helps in proper development of the export of the product to an open market with new consumer offerings, provided that it complies with all the requirements of the country and the present consumer.

According to the results and financial analyzes, the project needs an initial investment of \$ 164.523, the production is considered feasible because the Net (NPV) Present value is \$ 80.942, Internal Rate of Return (IRR) of 37,46% and Recovery Period 3 Years Investment, results indicate that there is the feasibility of the commercialization towards to abroad.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la producción agrícola está expuesta a una gran competencia ya que si quiere incursionar en nuevos mercados, debe hacerlo como producto transformado cumpliendo niveles de calidad para ser comercializados tanto a nivel nacional como internacional, lo cual permite el desarrollo tanto económico como social de la población beneficiaria, por ello éste proyecto de investigación tiene como objetivo principal analizar y determinar la incidencia de las oportunidades de mercados internacionales en la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia El Chical en la provincia del Carchi.

Se plantean objetivos enfocados a realizar un análisis de la demanda y la comercialización de pulpa de naranjilla, elaborar un diagnóstico general sobre la producción de naranjilla en la parroquia El Chical, para la comercialización de pulpa de naranjilla en mercados internacionales y poder así realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de naranjilla al mercado de Chile, permitiendo satisfacer gran parte de la demanda insatisfecha del mercado internacional.

Para dar cumplimiento a los objetivos antes mencionados, la investigación se desarrollará de la siguiente manera:

CAPÍTULO I – PROBLEMA

- Planteamiento y formulación del problema, delimitación y justificación, además la formulación del objetivo general y específicos.

CAPÍTULO II – FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

- Fundamentación teórica, antecedentes investigativos, fundamentación legal, vocabulario técnico y la idea a defender con las variables.

CAPÍTULO III - METODOLOGÍA

- Modalidad de la investigación, instrumentos para la recolección de la información, análisis situacional externo de los mercados internacionales, perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM), análisis PEST del país demandante, demanda insatisfecha, análisis PEST, capacidad de oferta.

CAPÍTULO IV - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Conclusiones y recomendaciones del capítulo III.

CAPÍTULO V – PROPUESTA

- Estudio técnico, localización óptima de la empresa, tamaño y requerimiento del espacio físico, ingeniería del proyecto, estructura organizacional de la empresa, propuesta administrativa, manual de funciones, matrices de producción, proceso logístico, distribución física internacional y el estudio financiero.

La tesis de grado concluye con un artículo científico sobre la investigación del proyecto, desarrollando temas como: resumen, abstract, introducción, materiales y métodos, resultados y discusión, conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

Identificar una oportunidad de mercado internacional mediante la comercialización de naranjilla proveniente de la parroquia de El Chical y proporcionándole a la fruta un valor agregado como es la extracción de la pulpa para ser enviada en fundas de polipropileno listas para el consumo.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador durante los últimos años ha presentado una tendencia positiva en cuanto se refiere a exportaciones de productos no tradicionales y entre ellos se encuentra la exportación de naranjilla; por otro lado, recientemente se ha motivado la actividad exportadora de productos elaborados con importante agregado nacional, con lo que ahora llamamos el cambio de la matriz productiva, pero aún seguimos siendo un país exportador de materias primas o de productos primarios con escasa transformación.

En su mayoría esto se debe al poco conocimiento de las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, conjuntamente con las escasas ganas de exportar o de asumir los riesgos que esto conlleva; al igual que, no se ha producido un desarrollo sostenido de la industria, debido a que no se han hecho valer las ventajas comparativas que tiene el Ecuador frente a los demás países y tampoco se ha incentivado el desarrollo y la innovación tecnológica, más bien ha crecido la dependencia de tecnologías externas, sin ninguna adaptación a las condiciones propias del país.

En el Ecuador debe prevalecer la importancia sobre la industrialización de productos con calidad de exportación que mantengan ventajas específicas en los mercados internacionales, pero en su mayoría no se ha logrado establecer

en la industria nacional, sistemas confiables de control que garanticen la calidad de producto; este problema yace en la carencia de estudios técnicos direccionados a determinar la factibilidad de exportar productos no tradicionales del Ecuador hacia otros destinos.

La exportación de naranjilla en estado natural hacia otros países ha sido significativa, sin embargo en dichos intentos se ha logrado escasos éxitos ya que la fruta posee un alto grado de perecibilidad. La información disponible sobre la comercialización de naranjilla provenientes de fuentes de instituciones como ProEcuador, el Banco Central del Ecuador, INEC, entre otras, indican un crecimiento en los productos alimenticios procesados como jugos, concentrados y pulpas, pero una disminución en las conservas, por tal motivo, los productores y exportadores de naranjilla deben orientar su actividad exportadora con valor agregado en formas que generen mayor capacidad de exportación.

En los últimos años el país se ha caracterizado por tener empresas exportadoras enfocadas solamente a la venta de productos tradicionales en estado natural durante décadas, pero gracias al avance tecnológico, las TIC y la logística internacional, demandan de otros productos con un fuerte componente, conocido como valor agregado, el mismo que al trasladar los productos del lugar de origen al lugar de destino genera que el valor del producto sea más elevado, y también cuando la materia prima sufre una transformación física y se convierte en un producto terminado.

En la actualidad en Ecuador se producen varias clases de naranjilla que se pueden consumir directamente como fruta fresca, misma que se considera como un potencial producto de exportación. Sin embargo, su alto grado de perecibilidad no ha permitido desarrollar los niveles de exportación esperados de esta fruta, razón por la cual algunas industrias procesadoras de frutas como mango, piña, mora, papaya y la naranjilla misma han decidido utilizar procesos que lleven a convertir estas frutas en pulpas congeladas.

Aunque sea palpable el incentivo a la utilización de mecanismos, embalajes y contenedores refrigerados, sigue existiendo un problema, que es la falta de estudios técnicos para preservar en las frutas su estado nutritivo y sus características propias, exigiendo así una logística previa y un costo elevado adicional para el exportador, ya que incurrirían gastos en sistemas de enfriamiento o buques transportadores Reefers.

La exportación es la actividad que con ayuda gubernamental y gracias al crecimiento industrial se la puede realizar a base de altos niveles de competencia y calidad; pero esto se conseguirá mediante el uso de tecnologías avanzadas, maquinarias y equipos con alta tecnología para industrializar el agro y generar industrias exportadoras. Es decir tener tecnología de punta que fortalezca la industria alimenticia con valor agregado.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden las Oportunidades de mercado en Chile en la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia Chical?

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla 1 - DELIMITACIÓN

Área de Conocimiento	Comercialización
Sujeto de Estudio	Demanda de mercados internacionales y oferta del producto en la parroquia El Chical
Área Geográfica	Parroquia El Chical
Grupo Social	Investigador y productores de naranjilla

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

1.4. JUSTIFICACIÓN

Los Incas llamaban a la naranjilla “lulum” ya que es redonda y anaranjada cuando está completamente madura, se la obtiene mejor en los valles andinos húmedos cercanos al Ecuador, a elevaciones comprendidas entre los 1.200 y 2.100 metros. Esta especie se produce en lugares frescos sombríos o soleados dentro de la región andina específicamente en el oriente ecuatoriano, desde el sur de Colombia hasta el Perú; se la utiliza en la preparación de jugos, helados, mermeladas, conservas y otros dulces. Texto tomado de “Manual técnico – El cultivo del lulo”, 2013, pág. 124.

Durante los últimos años los productos no tradicionales, entre ellas las frutas exóticas como maracuyá, piña, mango y naranjilla han tomado gran importancia en el extranjero, lo que contribuye con la economía ecuatoriana. Lo orgánico y gourmet posicionan a los productos ecuatorianos como artículos de una demanda en crecimiento; entre los principales están los productos agrícolas según el Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), los cuales han mostrado un crecimiento de un promedio de 8% desde hace cinco años.

Generalmente dentro del comercio internacional se presentan barreras que no necesariamente son arancelarias, sino obstáculos técnicos al comercio y barreras no arancelarias como la exportación de perecibles que tiene muchas restricciones por los organismos competentes en los mercados de destino. Por lo tanto, el proceso de exportar naranjilla se vuelve complicado no solamente por la condición debido a la perecibilidad de la fruta, sino por la falta de conocimiento en cuanto se refiere a su conservación desde que sale del productor hasta que llega al consumidor final.

La globalización de los mercados internacionales ha impulsado a las empresas a buscar oportunidades de exportación en todo el mundo y en su mayoría han determinado que sus objetivos de crecimiento se pueden alcanzar a través de una expansión hacia dichos mercados globalizados; por

lo tanto, para competir internacionalmente toda empresa debe estar capacitada y preparada adecuadamente en ámbitos como el tecnológico, comercial, industrial, entre otros.

Según los datos proporcionados por ProEcuador, se considera que la naranjilla es exitosamente comercializada en países como Estados Unidos, Chile, España, entre otros, con canales de distribución para frutas no tradicionales como la naranjilla, ya que son potenciales comercializadores y distribuidores, especialmente Chile que se direcciona hacia frutas exóticas utilizadas en la cocina gourmet y en el caso de la naranjilla se la adquiere con mayor incidencia en la acides, mismas que son producidas en la región de la parroquia El Chical.

Comercializar efectivamente un producto conlleva a varios aspectos como su presentación, el tratamiento que se le ha dado, la industrialización que este tiene y en el presente proyecto de investigación se lo realiza como pulpa de naranjilla, que es la extracción solo de la parte comestible de las frutas mediante procesos tecnológicos de transformación; es decir la obtención de la pasta de la fruta, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, maduras y limpias, (Restrepo, 2008, pág. 87).

La realización de este proyecto está direccionada hacia un mercado en el cual los gustos por las frutas y bebidas con menor porcentaje de químicos, no han presentado un cambio representativo a lo largo de los años y la pulpa de naranjilla a más de cumplir con estos requisitos, amplía la diversidad de frutas al momento de su elección, por lo que esta investigación hace estudio a las oportunidades en los mercados internacionales y que a su vez involucra la aplicación de la gran mayoría de los conceptos y teorías aprendidos durante los semestres, especialmente los aprendidos en la materia de Comercio Exterior, Marketing, Técnicas de Estudio, Negociación Internacional, Ética Profesional, Inteligencia de Mercados, Finanzas Internacionales, Contabilidad General, que sin duda constituyen la base teórica más importante para la realización de este proyecto.

En la investigación se determinó las formas de ingreso, los requerimientos y normas de calidad para la producción y exportación de la pulpa de naranjilla, se realizaron estudios y recolecciones de datos secundarios en fuentes de carácter documental, como consulta de libros, ensayos de revistas y periódicos, etc. La recolección de datos secundarios permitió establecer las tendencias del mercado, que en la actualidad es de vital importancia, dadas las circunstancias del mercado que predominan fortalecer los sectores productivos de cada país, activando y fomentando el desarrollo competitivo de las empresas nacionales, porque pese a que haya crecido la demanda interna, las exportaciones y el comercio internacional, siguen siendo el principal motor de la economía.

El Intercambio comercial de los países andinos gira en torno a las exportaciones de fruta y vegetales en estado fresco sin sufrir transformación o acondicionamiento, pero la innovación tecnológica, la globalización y el cuidado por la salud, han cambiado totalmente los hábitos de consumo de las personas, demostrándose que cada vez se necesitan alimentos prácticos y con elevado grado de nutrición; es así que la preocupación por la industrialización de productos alimenticios en el país, generan un cambio en el negocio de las exportaciones de productos en estado fresco, por productos procesados en conserva o pulpa. Las producciones y exportaciones en nuestro país tienen la necesidad de incorporar tecnología en el sector agroalimentario, haciendo posible una actividad industrial innovadora.

La justificación del presente proyecto evidencia porque la pulperización de la naranjilla permitirá implantar valores agregados y modernos para la exportación de frutas y abrirá las puertas de los mercados internacionales hacia nuevas formas de exportación de la naranjilla.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

- Identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia El Chical.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de la demanda y la comercialización
- Elaborar un diagnóstico general sobre la producción de naranjilla en la parroquia de Chical, para la comercialización de pulpa de naranjilla en mercados internacionales
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de naranjilla al mercado de Chile

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tema: Exportación de naranjilla deshidratada a Colombia

Institución: Universidad Internacional del Ecuador

Autores: María Daniela Burbano Pérez / Estefanía Cristina Gordón Sarmiento

Año: Octubre, 2011

Realmente el mercado colombiano es atractivo para la exportación de naranjilla en estado natural o en cualquiera de sus transformaciones, por lo que es uno de los principales países compradores de esta fruta y que a pesar de que existe producción en este país la oferta no es suficiente para abastecer el mercado local. Por ello este proyecto pretende presentar al mercado de Colombia un producto nuevo con varios aportes y ventajas nutricionales, para el consumo de un alimento bajo en calorías de fácil manejo; este estudio se lo ha realizado con Agroapoyo ubicada en Puembo, empresa ecuatoriana pionera en la deshidratación de frutas y al momento es la única que deshidrata naranjilla.

Tema: Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de mermelada de naranjilla a base de panela, en la provincia de Pichincha, parroquia de Nenegal.

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Autores: Catota Quizaguano Mónica Patricia

Año: Junio, 2011

La constante inquietud por mantener una alimentación sana ha permitido al sector de alimentos ofrecer una amplia gama de productos acordes a las tendencias del consumidor que no solo buscan una equilibrada alimentación, sino también tener en cuenta las características de los productos tanto en olor, color y sabor; la naranjilla es una fruta que satisface estos requerimientos,

debido a sus cualidades nutricionales y buenas condiciones para su procesamiento en mermelada y que puede ser comercializada ya que es muy versátil en su variedad de preparación; por lo tanto es una fruta con muchas ventajas y oportunidades al momento de ingresar al mercado local.

Tema: Exportación de pulpa de naranjilla al mercado Alemán

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Autores: Sully Liliana Vargas Montoya

Año: 2008

En la región amazónica de Ecuador se encuentra gran cantidad de tierras aptas para el cultivo de productos orgánicos como la naranjilla, por lo cual éste producto hace que el consumidor tenga la seguridad de que está alimentándose de frutas exentas de sustancias químicas que en un futuro perjudicarían la salud; por otro lado Alemania es una potencia mundial que se caracteriza por la producción de maquinaria y productos alimenticios, pero también presenta baja diversidad agrícola, por lo que se ve en la necesidad de importar materia prima de los países que la cosechan. La investigación de este proyecto evidencia que la exportación de pulpa de naranjilla al mercado Alemán ampliará la diversidad de productos exportables y se aprovechará la producción de la fruta que existe en las regiones del país.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tabla 2 - FUNDAMENTACIÓN LEGAL

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador (2008)	Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.
	Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.
	Art. 334, numeral 3.- Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción
	Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.
Plan Nacional para el Buen Vivir (2009 - 2013)	Punto 6.3.- Diversificación de productividad, promoviendo la oferta exportable de los sectores secundarios y terciarios en el mercado internacional.
	Política 11.1, literal g).- Desarrollo de una logística eficiente para una mejor productividad.
	Política 11.2, literal c).- Producción artesanal de calidad y recuperación de saberes y prácticas locales.
	Política 11.6.- Comercialización directa para analizar las distorsiones de intermediación.

	Política 11.7.- Aplicar aranceles selectivos.
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI 2011)	Art. 4, literal o).- Fomentar y diversificar las exportaciones.
	Art. 93, literal a).- Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.
	Art. 94.- Seguro.- El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera.
	Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.
Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir (2011 - 2013)	Pag. 74.- Profundizar el apoyo al sector exportador y proteger la industria local a través de los procesos aduaneros.

FUENTE: Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional para el Buen Vivir, COPCI, Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir, Ley de Compañías.

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Tabla 3 - FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

TEORÍAS	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
Adam Smith	Ventaja Absoluta.- Cada país se especializa en aquellos bienes que puede producir más ventajosamente.	La elaboración de pulpa de naranjilla se puede decir que se obtendría con mayor facilidad, por que Ecuador presenta en

	Importación de bienes que presentan desventaja absoluta.	cualquiera de sus regiones una buena producción de naranjilla.
David Ricardo	Ventaja Comparativa.- Cuando un país se especializa en la producción de un bien donde tiene una ventaja comparativa la producción total mundial de cada bien se incrementa.	Ecuador es un país que puede producir relativamente más barato a un costo de oportunidad menor que en Chile.
Michael Porter	Las cinco fuerzas.- El modelo de las cinco fuerzas que actúen en contra de la rentabilidad del sector; que afectan el grado de competencia/rivalidad, es decir, las posibilidades de beneficio de un sector.	Si los consumidores pueden sustituir el consumo de naranjilla fresca por la pulpa de naranjilla, las empresas van a competir más intensamente para mantener a los clientes o básicamente fomentar la creación de una.
Raymond Vernon	Se centra más en el producto que en el país, tecnología, o en las producciones del producto.	Cada una de las tres etapas (crecimiento, madurez y declive) abarca tanto el lado de la oferta como el lado de la demanda al momento de querer introducir el producto en otros países.

FUENTE: Teorías de Comercio

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

2.4.1. Mercado

Mercado es una forma de comunicación. No es la forma de comunicación ni la más importante. Y sin embargo, la sociedad actual está promoviendo intensamente este modo de comunicación frente a otros. La presencia creciente del mercado en la vida social ha sido advertida reiteradamente,

hasta el punto de que resulta un tópico volver sobre ello, (Garay, 2008, pág. 11).

Ante la necesidad de interrelacionarse el Ecuador con otros países, el mercado proporciona varias formas para que dicho proceso sea posible y así poder llegar a negociaciones que hagan mejorar el consumo de ciertos productos y por ende la economía de los países.

2.4.2. Oportunidades de Mercado

Son tendencias o eventos que pueden llevar a la empresa a un cambio significativo incrementando las ventas y las utilidades, siempre y cuando se de una respuesta estratégica apropiada, (Freire, 2010).

Las oportunidades que se presentan en el mercado para aumentar las ventas de una empresa son temporales, por ello se debe estar en una constante búsqueda de estrategias para aprovecharlas a tal punto que se incrementen las ventas de un determinado producto.

2.4.3 Demanda

Es una relación que muestra las distintas cantidades de un producto o mercancía que los compradores estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un cierto periodo de tiempo, suponiendo que todas las mercancías permanecen constantes, (Spencer, 2009, pág. 32).

Es así que la demanda abarca la cantidad y calidad de bienes y servicios que se pueden adquirir en los diferentes precios establecidos en el mercado; y esta puede ser por un consumidor a la que llamamos demanda individual o por el conjunto de consumidores, misma que se le llama demanda total o de mercado.

2.4.4 Demanda Insatisfecha

Aquella caracterizada porque lo producido u ofrecido no cubre los requerimientos del mercado, (Hernández, 2006, pág. 108).

Toda aquella demanda que no ha sido cubierta o satisfecha dentro del mercado, se la denomina demanda insatisfecha y esta puede ser también cuando la demanda que se tiene es mayor que la oferta que se tiene a disposición.

2.4.5 Negociación

Es el proceso mediante el cual varias partes intentan exponer sus opiniones o intereses a fin de llegar a una decisión conjunta lo más satisfactoria posible para todas ellas. Así, una negociación será provechosa cuando las partes que intervienen lleguen al compromiso de poner en práctica la solución acordada, (Fernández, 2005, pág. 1).

Una negociación puede darse entre dos o más personas para conseguir un arreglo de intereses o un acuerdo mutuo, logrando desempeñar una habilidad para crear un ambiente propicio para la colaboración y lograr compromisos duraderos que fortalezcan la relación.

2.4.6 Ventajas Competitivas

Son ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado, (Kleper, 2010).

Toda ventaja competitiva consiste en una o más características que tiene una empresa y que puede manifestarse de diversas formas; una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales.

2.4.7 Economía

La economía ciencia social que estudia las elecciones que los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades completas hacen para encarar la escasez, (Parkin, 2004, pág. 2).

La ciencia de la economía permitirá determinar las necesidades que poseen las personas objeto de estudio, en este caso lo productores de naranjilla y consumidores de pulpa de naranjilla en el país de destino.

2.4.8 Negociación Internacional

La actividad empresarial internacional es cada vez mayor. Hoy en día los mercados que están más de moda son los que están más allá de nuestras fronteras y en los que las oportunidades son inmensas, (Thomas, 2005, p.197).

La negociación internacional hace partícipe a las empresas, negociadores, productores y consumidores para que mediante el intercambio de información logren determinar las necesidades que las personas tienen y así poder satisfacerlas de una manera acorde al cumplimiento de ellas.

COMERCIALIZACIÓN

2.4.9 Producto

En marketing el producto es mucho más que un objeto. Los clientes compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea, podemos definir el producto como “un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador”, (Belio, 2013, pág. 15).

Un producto es todo aquel objeto ofrecido dentro de un mercado nacional o internacional con la finalidad de satisfacer todo aquello que necesita o que desea un consumidor.

2.4.10 Marca

Una marca es un conjunto de percepciones en la mente del consumidor y del resto de grupos interesados. Adecuadamente gestionado, este conjunto de percepciones genera rentas solidas a largo plazo y crea valor de forma permanente, (Belio, 2013, pág. 165).

La característica principal que debe contener una marca es su carácter distintivo, es decir, debe ser capaz de distinguirse de otras que existan en el mercado, a fin de que el consumidor diferencie un producto de otro que existan en el mercado; siendo así que los consumidores satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usar ese producto.

2.4.11 Incoterms

International Commerce Terms, son formulados por la Cámara de Comercio Internacional, se identifican por tres letras, siglas o abreviaturas que indican su título y contenido al momento de la transferencia del riesgo del vendedor al comprador y las principales obligaciones de ambos, (Lerma & Márquez, 2008, pág. 165).

Los Incoterms tomados como un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, pues cada término existente permite determinar los elementos que lo componen, sus alcances y sus restricciones.

2.4.12 Precio

Es la cuantificación en dinero de un valor que depende de la utilidad que el producto tenga para satisfacer las necesidades y deseos de quien adquiere el producto o servicio, (Lerma & Márquez, 2008, pág. 193).

Todo precio expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios, y para ello las materias primas, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en el establecimiento del precio de cada producto.

2.4.13 Plaza

Comprende al conjunto de clientes o posibles clientes; en el ámbito internacional se ubica fuera de las fronteras de nuestros respectivos países, ofreciendo destino al esfuerzo por ampliar las operaciones comerciales de las

empresas, ya sea mediante la exportación o la producción y la venta en los mercados meta, pasando por la serie de acuerdos comerciales y alianzas estratégicas, (Lerma & Márquez, 2008, pág. 199).

Plaza es todo aquel lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor y finalmente puedan satisfacer cada una de sus necesidades.

2.4.14 Promoción

Es el conjunto de actividades o procesos destinados estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes, industriales y consumidores) a adquirir bienes, servicios, ideas, valores y estilos de vida, (Lerma & Márquez, 2008, pág. 369).

La promoción es el elemento de la mezcla en marketing que sirve para informar, persuadir y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la finalidad de hacer atractivo el producto al consumidor.

2.4.15 Marketing

Se define como el proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de uno productos y valores con otros, (Kloter, 2004, p.10).

Al realizar un intercambio, los países se permiten tomar en cuenta toda clase de aspectos que hagan factible una negociación tomando en cuenta los factores influyentes que determinan dicha negociación.

2.4.16 Exportación

Situar un producto en un mercado nuevo siempre es un reto, ubicarlo en uno desconocido, puede llegar a ser un desafío aun mayor, sobre todo si no se tiene información y conocimiento suficiente al respecto. Exportar no implica ninguna dificultad sin embargo, se debe estar preparado contra cualquier

eventualidad y plantea adecuadamente para lograr este propósito, (Mercado, 2009).

La introducción de pulpa de naranjilla en mercados internacionales ayudaría profundamente a la economía no solo del país, sino directamente a la población de la parroquia El Chical, por la generación de empleo, aumento de la productividad, oferta de mejores productos y con buena calidad; siendo así que la el incremento en estos aspectos influyen demasiado para el avance del país.

2.5. IDEA A DEFENDER

Si se Identifica las oportunidades de mercado internacionales, se podrá comercializar Pulpa de Naranjilla desde la parroquia El Chical.

2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente

Oportunidades de mercado: Esta variable de estudio está enfocada a la búsqueda de oportunidades de negocio y al ingreso estratégico al mercado del país seleccionado, tomando en cuenta su potencial consumo de naranjilla.

Variable Dependiente

La comercialización: Esta variable de estudio evidencia la producción de naranjilla en la parroquia El Chical, provocando el incentivo de dar un valor agregado a la fruta y así pueda ser comercializada.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

En toda la investigación se evidenció la aplicación del método científico durante en el desarrollo de la problemática para de esta manera lograr una prueba de veracidad como en toda investigación, la misma que consiste en la comprobación de los descubrimientos mediante la experimentación en cualquier lugar y por cualquier persona, para revisar su hipótesis y si es de modificarla, se lo haga.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación Cualitativa

En el desarrollo de la investigación se ha tomado distintas modalidades, lo que permitió reconocer el comportamiento de los productores nacionales y consumidores internacionales de naranjilla, pudiendo determinar valores que ayudan al reconocimiento de una posible exportación; en la recolección de la información se aplicó la técnica de la entrevista a los productores de naranjilla en la parroquia El Chical, quienes evidencian diariamente la problemática planteada en la presente investigación sobre las oportunidades de negocio y la comercialización de pulpa de naranjilla.

Al igual que mediante el método documental aplicado, fue necesario para recolectar información secundaria sobre las dos variables establecidas, para posteriormente poder analizar e interpretar dicha información y así lograr fundamentar el objeto de estudio.

3.2.2 Investigación Cuantitativa

A través de esta investigación se determinó mediante herramientas estadísticas los efectos de variabilidad tanto de la oferta como de la demanda,

logrando establecer las diferentes condiciones y características del estudio inherentes a cada uno de los aspectos y factores contemplados en las variables, logrando establecer características relacionadas con la oferta exportable desde la parroquia El Chical, la situación del país y las condiciones que determinaron la factibilidad de exportación al país demandante, además se investigó el estado actual de la oferta y de la demanda para comparar con años anteriores de manera que amplíe nuestra visión y así determinar si la oferta actual de la parroquia cumple con los estándares y requerimientos de la demanda, para lograr facilitar las decisiones a los productores en cuanto a mantener o aumentar la producción de naranjilla.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Investigación Bibliográfica

En la investigación se recurre a la información secundaria de las oportunidades de negocios y la comercialización, tomando como base libros, revistas, folletos, etc., que ayudaron al desarrollo de la presente investigación. El proyecto se fundamentó con el respaldo de las diferentes fuentes documentales que contienen datos, conclusiones y recomendaciones relevantes sobre las oportunidades de mercado internacionales y la comercialización de pulpa de naranjilla.

3.3.2 Investigación De Campo

La técnica que se utilizó para el presente proyecto es la investigación de campo, en donde se acudió al lugar de los hechos donde se efectúan todas las condiciones, factores y características que tienen relación con la oferta exportable a determinar haciendo uso de instrumentos adecuados para el levantamiento de información en concordancia con una planificación adecuada con los productores de naranjilla de la parroquia El Chical.

3.3.3 Investigación Aplicada

Con la investigación realizada se pretende solucionar la problemática de los agricultores en la parroquia El Chical para lograr el mejoramiento de sus ingresos y de igual manera la calidad de vida de su población, logrando así con la presente investigación disminuir el empleo limitado, provocar el avance parroquial y ser pioneros en la industrialización de las frutas con productos de calidad.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población se desarrolla en un área de 100 hectáreas y está constituida por 75 productores de naranjilla en la parroquia El Chical, que de acuerdo al planteamiento de la investigación se decidió aplicar entrevistas dirigidas a tres de los 75 productores de naranjilla de la parroquia El Chical, ya que no tienen conformado ninguna asociación.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4 - OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

IDEA A DEFENDER: Determinación de las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de El Chical						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: OPORTUNIDADES DE MERCADO	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB? ¿Cuál es el índice de riesgo país? ¿Cuál es el índice inflacionario? ¿Cómo está constituida la población económicamente activa? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población? ¿La economía del país está en recesión o creciendo?	Análisis linkográfico y bibliográfico	Tablas de indicadores	Internet: archivos, sitios web. Documentación: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	¿Cuáles son los acuerdos comerciales que se mantienen? ¿Cuál es la política económica? ¿Cuál es la balanza comercial? ¿Cuán estable es el gobierno? .			
		Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la importación de pulpa de naranjilla? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de pulpa de naranjilla?			
	MERCADO	Perfil del consumidor (necesidades, motivaciones, Hábitos de compra, etc.)	¿Cuál es el perfil de consumidor? ¿En qué rango de edad se encuentran los consumidores?			

			• ¿Cuáles son los consumidores potenciales? • ¿Cantidad de proveedores?			
	PRODUCTO	• Importaciones • Exportaciones • Producción nacional • Demanda insatisfecha • Precios del producto • Competencia	• ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones entre los países a investigar? • ¿Existe producción nacional? • ¿Cuál es la demanda insatisfecha? • ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? • ¿Cuál es la competencia internacional?			
IDEA A DEFENDER: Determinación de las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de El Chical						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	• Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	• ¿Cuál es la política económica – comercial de ambos países? • ¿Existen barreras comerciales para la exportación de pulpa? • ¿Cuál es la balanza comercial entre los dos países?	Observación Entrevista Análisis linkográfico y bibliográfico	Tablas de indicadores Guía de entrevista	Productores
		• Factores socioeconómico de la oferta	• ¿Cuál es la situación política, económica, social y geográfica actual de Ecuador? • ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante nacional? • ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?			

	PRODUCTO	• Características del producto • Costos de producción • Oferta exportable	• ¿Cuál son las características del producto? • ¿Cuánta producción de pulpa de naranjilla existe en el país? • ¿Cuál es la oferta del sector productor de El Chical? • ¿Cuál es el costo de producción de la pulpa de naranjilla?			
	LOGÍSTICA	• Canal de distribución • Red de transporte • Proceso logístico	• ¿Cuáles son las consideraciones necesarias para la exportación de pulpa de naranjilla? • ¿Cuál es el transporte adecuado para el traslado del producto? • ¿Cuáles son los costos en origen? • ¿Cuáles son los costos en transporte? • ¿Cuáles son los costos en destino? • ¿Los servicios de transporte están disponibles a pedido o son irregulares?	PROPUESTA		
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico	PROPUESTA		

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de la información se aplicó una entrevista a tres productores de la parroquia El Chical, para lograr obtener datos sobre la producción de naranjilla en la zona y evidenciar las perspectivas que tienen sus productores frente a la demanda del producto; también se logró obtener información sobre las hectáreas cosechadas, el tipo y cantidades de naranjilla que se produce, entre otros, por parte del Ing. Emilio Bravo, técnico del MAGAP encargado de la producción en la zona de Chical.

En cuanto a la recolección de la información del país de destino y su demanda se lo hizo mediante fuentes secundarias como publicaciones de revistas o artículos, páginas oficiales de organismos, entre otros., dicha información es interpretada para lograr establecer datos de consumo, preferencias de compra y un sin número de fundamentos que faciliten el análisis de la información recabada.

Al utilizar una entrevista se plantea al sujeto objeto de la misma, un cuestionario con preguntas abiertas aplicado de distintas formas como: directa, utilizando un teléfono, correo electrónico u otro medio que haga posible la obtención de información verídica y factible para la investigación. Se aplicaron tres entrevistas a los productores de la zona, para conseguir información sobre datos como: tipo de naranjilla producida en la zona, hectáreas cosechadas, modalidad de venta del producto, precio del mismo, entre otras preguntas que ayuden a diagnosticar una información real de naranjilla en la parroquia El Chical.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.7.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

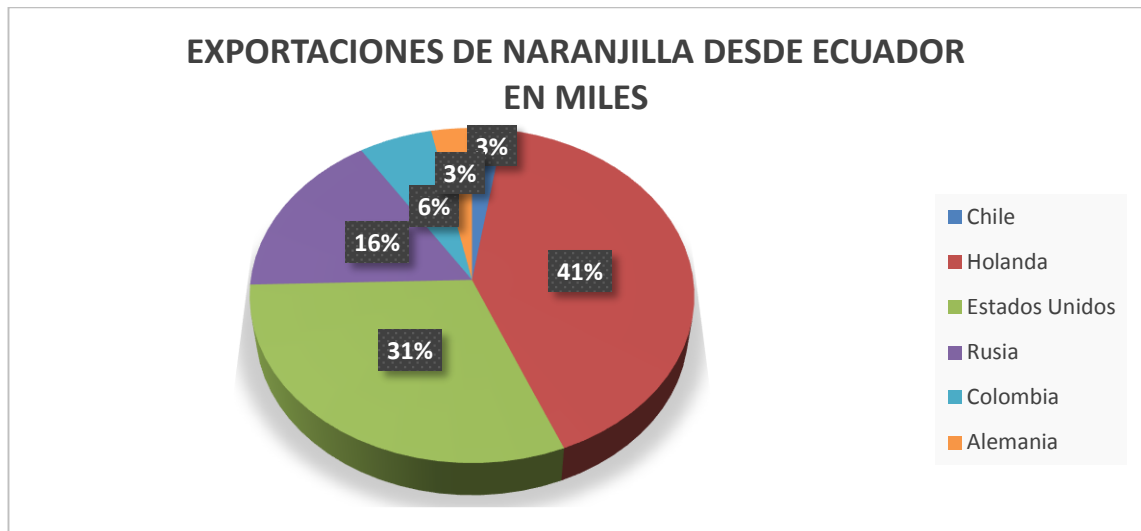
En el presente proyecto durante la investigación se aplicó entrevistas a los productores de naranjilla en la parroquia, ya que son ellos quien evidencian directamente la producción de dicha fruta; esta entrevista arrojó datos de cosecha mensual de cada productor, los mismos que especificaron una cosecha continua de naranjilla híbrida ya que es la única que se da en la zona y con mayor incidencia en temporada de invierno porque las tierras logran acumular humedad, favoreciendo a la siembra para que nazca más rápido, pero los tres entrevistados recalcaron que la producción se da durante todos los meses con leves variaciones.

Los productores supieron expresar que en cuanto al distanciamiento de la siembra es de 2x2 metros en suelos ligeramente inclinados no mayores a 40%, ya que en suelos planos, las altas precipitaciones hacen que estos se inunden y provoquen asfixia, pudriciones y muerte de las plantas; en dicha superficie se cultivan 2500 plantas por hectárea de las cuales se recolectan 22 toneladas que son vendidas a distintos intermediarios o compradores de empresas que venden el producto en sí y las transformaciones del mismo, a precios de 35 a 40 dólares los bultos de 70 kg que contienen entre 800 y 1200 unidades de naranjilla.

Los tres entrevistados coincidieron en desconocer o tener algo de conocimiento sobre lo que conlleva exportar, su proceso y todo el procedimiento que se debe realizar al momento de vender a mercados internacionales, pero en cuanto a la última pregunta sobre la industrialización de la naranjilla, pudieron mencionar que es lo mejor que le podría suceder a su producto, ya que incentiva a seguir produciendo una fruta con mejor calidad, con menos químicos y con una mayor preparación sobre el cultivo, la cosecha y la preparación para la venta.

3.7.2. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Ilustración 1 - EXPORTACIONES DE NARANJILLA



FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Chile, Alemania y Colombia son los países que indistintamente su nivel de compra en Ecuador, presentan un porcentaje menor al de otros países, es por esto que según la producción nacional y sobre todo del sector que se está investigando, se ha tomado a dichos países como posible opción para el estudio diagnóstico de la exportación de pulpa de naranjilla desde la parroquia El Chical.

3.7.2.1 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO

FACTORES ECONÓMICOS

Producto Interno Bruto – PIB

Este se define como el valor de la producción anual de bienes y servicios finales a precios de mercado, producidos por los factores de la producción dentro de las fronteras de un país (espacio geográfico), con independencia de su nacionalidad, (García, 2004, pág. 120).

Tabla 5 - PRODUCTO INTERNO BRUTO

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
251.162	266.259	277.198	3.427.853	3.730.261	3.856.928	335.415	370.328	378.415

FUENTE: El Banco Mundial, Datosmacro.com,

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Al producto interno bruto lo podemos analizar desde varios aspectos, dependiendo del área que necesitemos profundizar, tomando en cuenta que los tres países seleccionados son distintos tanto en lo económico, político, social y geográfico; por lo que su evolución en los últimos tres años en cuanto al PIB y en los tres países ha sido notorio por el incremento del gasto de los consumidores, la inversión tanto pública como privada y el aporte de las exportaciones. El año 2014 refleja en Chile y Alemania un incremento del 4% con respecto al año anterior, a diferencia de Colombia que solo ha mantenido un incremento del 3% comprado con el 2013.

Variación Anual del Producto Interno Bruto

La variación anual es la calculada entre el trimestre del año en referencia y el mismo trimestre del año anterior, (DANE, 2014, prr. 2).

Tabla 6 - VARIACIÓN ANUAL DEL PIB

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
5,8	5,4	4,1	3,6	0,4	0,1	6,6	4,0	4,7

FUENTE: El Banco Mundial, Datosmacro.com,

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La economía de los tres países a precios de mercado en moneda local y a precios constantes, presentan en el último año una variación significativa, ya sea en disminución o aumento; iniciando por Chile, éste representa una baja del 1,3 % en la variación anual del PIB, así como Alemania con el 0,3% menos que el año anterior, pero Colombia presente el mayor puntaje en su variación, con 0,7% en aumento en la transición del producto interno bruto.

PIB Per Cápita

Es el valor del PIB dividido por el número de habitantes de un país. Es más efectivo que el PIB para medir el desarrollo de un país, sin embargo, es sólo la media por lo que no tiene en cuenta la desigualdad de ingresos y riqueza dentro de una población, (DANE, 2014, prr. 3).

Tabla 7 - PIB PER CÁPITA

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2015
14.511	15.245	15.732	45.870	43.931	46.251	7.124	7.763	7.831

FUENTE: datosmacro.com, Banco Mundial

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El PIB per cápita en los tres países representa un incremento significativo, éste indicador económico señala que la población tiene un mayor poder adquisitivo en cuanto a los años anteriores y la demanda creciente de productos saludables en los mismos, ha generado en Ecuador una opción para cultivar una amplia gama de productos exportables de mayor calidad como la naranjilla y mejor aun dando un valor agregado como lo es la extracción de la pulpa.

Población Económicamente Activa

Son económicamente activas las personas en edad de trabajar (10 años y más) que: (i) trabajaron al menos una hora durante el período de referencia de la medición (por lo general, la semana anterior) en tareas con o sin remuneración, incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva o en un negocio o finca del hogar; (ii) si bien no trabajaron, tenían algún empleo o negocio del cual estuvieron ausentes por enfermedad, huelga, licencia, vacaciones u otras causas; y (iii) no comprendidas en los dos grupos anteriores, que estaban en disponibilidad de trabajar. Se excluyen las personas que se dedican solo a los quehaceres domésticos o solo a estudiar, más como a los que son solo pensionistas y a los impedidos de trabajar por invalidez, jubilación, etc., (SIISE, 2013, prr. 1).

Tabla 8 - POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
8.344.949	8.458.204	8.593.048	1.488.552	1.489.964	1.505.019	22.655.935	23.107.344	23.551.036

FUENTE: Chile en Cifras, Banco Mundial

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La población económicamente activa al ser el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad, presenta a todas las personas económicamente activas, que teniendo edad para trabajar, están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento.

Es así que en los tres países es evidente el crecimiento de la PEA que comprende a personas de 15 años o más que aportan con su talento humano para la producción de bienes o servicios durante un período de tipo específico, pero incluye tanto a las personas con empleo como a las personas desempleadas.

Tasa de Inflación

La inflación es el número generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía. Supone una pérdida del valor del dinero pues se requiere una cantidad mayor de él para adquirir la misma cantidad de productos, (Arango, 2014, pág. 47).

Tabla 9 - TASA DE INFLACIÓN

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
2.0	1,5	0.9	1,93	1,54	0,85	3.2	2.0	2.9

FUENTE: Banco Mundial

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Las posibles causas que generan inflación son debido a la demanda, la oferta o a causas sociales, provocando efectos negativos a la economía de un país y el daño que provoque dependerá de si la subida de precios estaba prevista o fue sorpresiva; es así que, cuanto mayor es la inflación, mayores serán los costos que sufra la economía, partiendo de la pérdida del poder adquisitivo del dinero.

El aumento de los precios en bienes y servicios durante el último año en Alemania y Colombia ha sido significativo en comparación con Chile, que ha disminuido a consecuencia a la merma del poder adquisitivo de la población, debido a que su economía depende básicamente del consumo de las familias. El alto índice de inflación condiciona el consumo de productos importados y

por ende afecta a las negociaciones internacionales, en tal caso la inflación de Chile no es un obstáculo, más bien impulsa a la adquisición de los productos.

Balanza Comercial

La balanza comercial se define como la diferencia que existe entre el total de las exportaciones menos el total de las importaciones que se llevan a cabo en el país. Esta diferencia, según cuales sean las importaciones y las exportaciones en un momento determinado, podría ser positiva (lo cual se denomina como un superávit comercial) o negativa (lo cual se denomina como un déficit comercial), (Arango, 2014, pág. 52).

Tabla 10 - BALANZA COMERCIAL CON ECUADOR

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
3.2	1.0	- 0.3	4.8	5.9	5.8	- 1.2	- 1.7	- 2.4

FUENTE: Banco Central de Chile,

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Se puede mencionar que ningún país es autodependiente, por lo que debe abastecerse de productos que carecen en su mercado y así lograr satisfacer las necesidades de los habitantes; es por eso que Ecuador tiene la oportunidad de ofertar sus productos, siempre y cuando cumplan con los estándares de calidad de los países a los que pretende llegar.

Como se evidencia en la Tabla No. 10 los países de Chile y Colombia mantienen un déficit comercial con Ecuador debido a que no son tantas las importaciones provenientes de dichos países, indistintamente de cual sea la problemática de no hacerlo.

Riesgo País

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como

un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos, (Banco Central del Ecuador, 2015).

Tabla 11 - PORCENTAJE DE RIESGO PAÍS

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2015
-4,27	-2,35	2,62	-4	3	3	2	-11	3

FUENTE: ambito.com, datosmacro.com

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El riesgo país es el indicador fundamental que hace posible atraer o alejar capitales, no sólo financieros, sino fundamentalmente de largo plazo, como son los casos de las inversiones en infraestructura, ampliaciones de plantas industriales y radicación de empresas, así como también permite a los inversionistas internacionales acceder a una comparación homogénea entre diversos países, tomando en cuenta valores ajustados por la variación del tipo de cambio de cada divisa por dólar.

Los países que registran las tasas más bajas de rendimiento de sus bonos, pese a ofrecer menor renta, otorgan mayor seguridad a los que quieran invertir en el país, no sólo de cobrar el intereses, sino el monto de la inversión que es sustancialmente más importante; por otro lado, cuando el riesgo país es alto, condiciona el ingreso de capitales del exterior y de ese modo también emite una señal negativa para los inversionistas locales, porque también comienzan a sospechar de la conveniencia de destinar sus ahorros a financiar compromisos del Gobierno y también de empresas.

Es así que Chile es el país más con mayores opciones para destinar financiamiento o realizar inversiones, ya que presenta variaciones mínimas en su indicador de Riesgo País a diferencia de Colombia que el 2013 presenta un valor muy alto en cuanto a dicho indicador, lo que condiciona la opción de ingreso hacia ese país.

Salario Básico Unificado

Sueldo es la palabra que designa a la remuneración que percibe de manera periódica un trabajador como consecuencia de la prestación de un servicio profesional o el desempeño de un cargo, puesto, en alguna empresa. Es decir,

el trabajador o empleado le proporciona a la compañía en la que trabaja su conocimiento y capacidad laboral y ésta como contrapartida le asigna un sueldo cuya suma será determinada a la firma del contrato, (Ramírez, 2013, pág. 114).

Tabla 12 - SALARIO BÁSICO

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
390	416	424	3.902	3.979	4.047	330	344	359

FUENTE: Global-rates.com, Tusalarario.org,

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La remuneración que percibe de manera periódica un trabajador como consecuencia de la prestación de su servicio profesional o el desempeño de un cargo en alguna empresa, proporciona a la misma su conocimiento y capacidad laboral y ésta le asigna un sueldo cuya suma será determinada en el contrato que se firme empleado y empleador.

Comparando los tres países de la tabla, a simple vista se puede mencionar que Alemania es el país más apto en cuanto a remuneraciones por tiempo ocupacional laborable, pero se debe tomar en cuenta las condiciones en la cuales el individuo se desarrolló, por ejemplo gastos por vivienda, alimentación, transporte, servicios básicos, entre otros; mismos que ayudan al análisis de la elección del país para la exportación de pulpa.

3.7.2.2 FACTORES POLÍTICOS

Acuerdos Comerciales

Es un entendimiento bilateral o multilateral entre Estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos. Llamado como: Convenio, tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más naciones se comprometen a acatar condiciones específicas en su intercambio comercial, lo cual incluye de ordinario concesiones mutuamente benéficas, (Ministerio de Economía y Finanzas de Perú, 2013).

Tabla 13 - ACUERDOS COMERCIALES

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
-Acuerdo de Complementación Económica (ACE N°32), el mismo que fue modificado y llamado ACE N°65, en marzo de 2008, en el cual se profundiza las disciplinas ya existentes en el ACE N°32, en materias como obstáculos técnicos al comercio, normas sanitarias y fitosanitarias, normas de origen y asuntos aduaneros; e incorpora un nuevo capítulo de solución de controversias mucho más detallado, con procedimientos distintos y más completos que los del ACE N°32.	- Sistema General de Preferencias SPG -Acuerdo Macro de Cooperación Entre UE y la CAN - Tratado entre Alemania Ecuador Sobre Fomento Y Reciproca Protección De Inversiones De Capital	-Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana. - Acuerdo de alcance parcial (Asociación Latinoamericana de integración ALADI - Unión Aduanera (Comunidad Andina CAN) - Acuerdo de alcance parcial (Sistema Global de preferencias Comerciales entre los países en desarrollo SGPC)

FUENTE: Ministerio de Comercio Exterior, Organización Mundial de Comercio, Export HelpDesck

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Los acuerdos comerciales son de entendimiento bilateral o multilateral, cuyo objetivo es armonizar los intereses comunes y benéficos, comprometiéndose a cumplir y respetar las condiciones específicas en su intercambio comercial; la cooperación entre Ecuador y Chile tiene una tradición histórica, su propósito siempre ha sido fortalecer su relación por medio de iniciativas de asistencia técnica en aquellas áreas de interés para ambos gobiernos.

Por otro lado, los sectores priorizados del Ecuador a los que Alemania brinda cooperación actualmente son: protección del medio ambiente y de los recursos naturales, modernización del Estado y descentralización y fortalecimiento de los gobiernos autónomos descentralizados. Colombia por su lado en cuanto al eje económico y comercial con Ecuador, se desarrollan temas como el fortalecimiento institucional e identificación de oportunidades comerciales conjuntas, promoción de exportaciones, promoción de inversiones, desarrollo rural y agropecuario, cooperación y transferencia de

conocimiento en materia industrial, turismo, transporte aéreo binacional, organización de encuentros empresariales y misiones comerciales.

Política Económica

La política económica se refiere a las acciones que los gobiernos adoptan en el ámbito económico. Cubre los sistemas de fijación de tasas de interés y presupuesto del gobierno, así como el mercado de trabajo, la propiedad nacional, y muchas otras áreas de las intervenciones del gobierno en la economía. Estas políticas son a menudo influidas por las instituciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial, así como las creencias políticas y las consiguientes políticas de los partidos, (ENCICLOPEDIA FINANCIERA, 2014, pág. 325).

Tabla 14 - POLÍTICA ECONÓMICA

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
La actual política económica del gobierno se basa en el funcionamiento del mercado. El rol del Estado se concentra en la creación de mercados cuando estos no existen; la corrección de las fallas de mercado, cuando éstas sean verificables y existan mecanismos técnicos apropiados para hacerlo; la regulación de mercados que no son plenamente competitivos o donde las externalidades son importantes; y la generación de políticas que permitan a todos los ciudadanos alcanzar condiciones sociales mínimas, las que se reflejan en los programas impulsados en las áreas de salud, educación y vivienda.	La economía alemana está organizada en torno al principio de una "economía social de mercado". En la Constitución alemana no se determina ningún tipo de economía en concreto, sin embargo, debido al establecimiento del principio de estado social, se excluye una "economía de mercado libre" en estado puro.	El gobierno colombiano ha enfocado en su Plan Nacional de desarrollo, en lo que se refiere al crecimiento de la política económica, 1) El impulso a la vivienda y la construcción, 2) Impulso a la exploración y explotación de hidrocarburos y minería 3) Infraestructura estratégica en transporte, 4) Servicios públicos domiciliarios 5) Ciencia, tecnología e innovación 6) Competitividad y desarrollo, 7) Política comercial 8) Sostenibilidad Ambiental y 9) Generación de empleo.

FUENTE: Ministerio de Hacienda de Chile, Santander Trade, Banco Central de Colombia
ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La actual política económica del gobierno chileno se centra en el funcionamiento del mercado, basándose en la creación de ellos cuando estos

son inexistentes, la corrección de sus fallas cuando se las ha verificado y existan mecanismos técnicos apropiados para hacerlo; la regulación de mercados que no son plenamente competitivos o donde las externalidades son importantes y la generación de políticas que hagan posible a todos los ciudadanos alcanzar condiciones sociales mínimas, las que se reflejan en los programas impulsados para la satisfacción de sus necesidades.

Alemania con el modelo de una economía social de mercado, facilita una libre interacción de las fuerzas del mercado dentro del país y se evitan los abusos antisociales en ellos; se aumenta y se diferencia la oferta de bienes, se incentiva la innovación, los sueldos y los beneficios se distribuyen en función del rendimiento individual. De igual manera, la economía social de mercado impide que éste acumule demasiado poder, asegurando así la participación de las empresas en las decisiones básicas de la economía, lo que redundará en la sociedad.

Por otro lado en el gobierno colombiano la credibilidad en el estado, es un factor que es difícil de medir para la economía, este problema es motivado no por la capacidad o incapacidad de los mandatarios para gobernar; en Colombia los fines fundamentales de la política económica son fijados por la Constitución Nacional de 1991, teniendo como principales funciones económicas: proporcionar un marco legal, social y los servicios necesarios para que la economía funcione de manera adecuada, preservar la competencia en los mercados como mecanismo regulador, reasignar los recursos por fallas en el mercado a través por ejemplo de subsidios a los consumidores y productores, por normas legales o impuestos específicos para protección o control de los diferentes agentes económicos, estabilizar la economía buscando el pleno empleo de los recursos y el control en el crecimiento de los precios.

Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y

tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos, (ProEcuador, 2015, prr. 4).

Tabla 15 - BARRERAS ARANCELARIAS

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
En general Chile posee pocas barreras comerciales a las Importaciones y a la inversión, por lo tanto las empresas extranjeras tienen la misma protección y operan bajo las mismas condiciones que las empresas locales. Aranceles generales de importación: 6% de Derechos de Internación sobre el valor CIF de la Importación y 19% de IVA sobre Valor CIF + Derechos.	No posee barreras que restrinjan el ingreso de los productos al país. Mantiene un advalorem de 0% y una liberación de 0%	Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia son miembros de la Comunidad Andina (CAN), por lo que el comercio entre ellos aplica en su mayoría arancel 0%. (...) Colombia concede trato preferencial a todas las importaciones procedentes del Estado Plurilateral de Bolivia, el Ecuador y el Perú, siempre que cumplan los criterios de origen de la Comunidad Andina. Colombia también concede trato preferencial a las importaciones procedentes de países con los que ha suscrito acuerdos en el marco de la ALADI y otros acuerdos bilaterales.

FUENTE: ProEcuador, ProChile, ProColombia, Trademap

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Barreras No Arancelarias

Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características. Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias: Barreras Sanitarias que proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico y las Barreras Técnicas, que se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado, (ProEcuador, 2015, prr. 3).

Tabla 16 - BARRERAS NO ARANCELARIAS

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
-Se puede importar cualquier mercancía, salvo aquellas que se encuentren expresamente prohibidas por la legislación vigente, como por ejemplo: vehículos y motocicletas usadas, asbesto en cualquiera de sus formas, pornografía, desechos industriales tóxicos, entre otras. En ocasiones, el producto a importar, por su naturaleza, puede estar sujeto a certificaciones, autorizaciones o controles de parte de algún servicio fiscalizador, por lo que es necesario obtenerlos, en forma previa, ante el respectivo organismo	-Control Sanitario de los productos alimenticios -Normas de etiquetado para productos alimenticios -Certificado FAIRTRADE	-Todos los materiales vegetales, productos y subproductos, deben cumplir unos requisitos fitosanitarios para su importación, excepto los productos que por su constitución física y por los procesos de transformación a que han sido sometidos no ofrecen riesgo fitosanitario.

FUENTE: ICA, Aduana de Chile, feria SIAL

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El producto a incursionar en el mercado chileno no tiene ninguna protección o salvaguardia, lo que hace óptimo el mercado para exportar desde el Ecuador. Por otra parte, según el ICA, Colombia aplica normas sanitarias y fitosanitarias regionales andinas, así como se han adoptado procedimientos comunes a nivel regional andino para expedir permisos y certificados fitosanitarios y zoonosanitarios; al igual que el trabajo de vigilancia y control en salud pública e inocuidad alimentaria y medicamentos incluso en el momento de la importación corresponde al INVIMA.

Por otra parte una de las barreras que debe cumplir un producto antes de entrar a la Unión Europea es el Control Sanitario de los Productos Alimenticios, ya que el producto debe estar en condiciones saludables para la alimentación este es un requisito sanitario para seguridad alimenticia, a este control se lo conoce como Trazabilidad, que consta en proporcionar información acerca de la procedencia y destino del producto a los agentes del sector alimentario e importadores.

Sistema Envase y Embalaje

Tabla 17 - SISTEMA DE ENVASE Y EMBALAJE

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
El Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), es el organismo responsable de controlar que se cumplan las normativas en materia de empaque y embalaje de todos los productos que ingresen al país chileno de origen vegetal o animal, en el cual se establecen resoluciones según el tipo de productos y por el país de origen.	Los envases y embalajes comercializados en la UE deben respetar requisitos generales para la protección del medio ambiente y disposiciones específicas para la protección de la salud de los consumidores.	El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 2269 de 1993. Para el tomate riñón se debe cumplir con la Norma Técnica Colombia NTC1103-2

FUENTE: ProChile, European Comission, ProEcuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Todos los países poseen un sistema que garantiza la integridad de los bienes a lo largo de la cadena de suministro mediante el uso de sistemas de envase y embalaje más óptimos, siendo capaces de proteger a los productos de las condiciones del entorno de distribución así como también para optimizar el espacio de la carga y la cantidad de material utilizado en el envase y embalaje bajo una perspectiva de garantía funcional minimizando riesgos en su distribución, reducción de costos y de impacto ambiental.

3.7.2.3 FACTORES SOCIALES

Tasa de Crecimiento Poblacional

La tasa de crecimiento es una medida del aumento o disminución promedio de la población en un determinado período de años, como resultado del juego de los movimientos migratorios externos, de nacimientos y defunciones. La disminución de la tasa de crecimiento no significa necesariamente que la población de un determinado territorio haya disminuido. Puede significar que la población está creciendo a un ritmo más lento que antes. Una tasa de crecimiento negativo, en cambio, indica que una zona está perdiendo población, (SIISE, 2013, prr. 3).

Tabla 18 - TAS DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
0.9	0.9	0.9	0.0	-1.7	0.3	1.4	1.3	1.3

FUENTE: Banco Mundial

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Según estudios del Banco Mundial, las tasas de mortalidad y natalidad han disminuido en las últimas décadas, demostrando que las personas viven más años en los países industriales debido a que logran cubrir gran cantidad de sus necesidades como individuo, teniendo como mayor acceso a la planificación de la familia lo cual controla el número de hijos, además gracias al mayor acceso a la educación y al empleo, son más las mujeres que están formando sus familias a mayor edad.

En los países de ingreso bajo más de la tercera parte de la población tiene menos de 15 años, mientras que en los países de ingreso alto menos de la quinta parte de la población tiene esas edades (Banco Mundial), esto significa que una proporción mayor de la población de los países de ingreso bajo es demasiado joven como para trabajar y en el corto plazo, depende de los que pueden trabajar, generando gran presión sobre la población en edad de trabajar y sobre los sistemas de jubilación, atención de la salud y seguridad social; este es uno de los problemas que tienen actualmente algunos países de ingreso alto y que pueden tener los países en desarrollo en el futuro si las tasas de crecimiento de la población continúan disminuyendo.

Tasa de Desempleo

El desempleo abierto representa a todas aquellas personas dentro de la fuerza laboral que no tienen empleo y que a pesar de estar disponibles para trabajar de inmediato no lo encuentran, aun cuando han tomado medidas concretas para buscar ya sea un empleo asalariado o un empleo independiente durante las cuatro últimas semanas del período de medición. Es importante recalcar que en el desempleo abierto existe la disposición plena de las personas para trabajar, (SIISE, 2013, prr. 4).

Tabla 19 - TASA DE DESEMPLEO

CHILE			ALEMANIA			COLOMBIA		
2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
5,7%	6,0%	6,1%	5,1%	4,7%	4,8%	8,4%	8,7%	9,5%

FUENTE: datosmacro.com

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Se puede evidenciar que el desafío de recuperar los niveles de desempleo y subempleo siguen siendo una ardua tarea, ya que los considerables riesgos sociales y económicos entrañan dicha situación; en algunas economías avanzadas, en las que tradicionalmente las desigualdades han sido muy inferiores a las de los países en desarrollo, existen casos que se están acercando a niveles registrados en algunas economías emergentes, algunos de estos acontecimientos obedecen a la reducción durante los últimos años de los puestos de trabajo.

Esto ha generado significativamente una demanda creciente de puestos de trabajo, en donde los trabajadores se ven cada vez más obligados a competir por ocupaciones no relacionadas a su desempeño laboral, estos cambios ocupacionales han configurado pautas de empleo y también han contribuido a ampliar la desigualdad en los ingresos registrada durante los últimos años.

Impuestos Nacionales

Son los tributos emitidos por el poder ejecutivo y sometidos a consideración del congreso nacional para su aprobación, los cuales se hacen efectivos a partir de la sanción presidencial y su correspondiente publicación en el diario oficial, (UNAC, 2015, prr.5).

Tabla 20 - TASA DE IMPUESTOS NACIONALES

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
El impuesto de primera categoría que concierne a los ingresos provenientes de actividades comerciales, industriales, agrícolas o mineras, al igual que los ingresos obtenidos de inversiones, de actividades inmobiliarias o la pesca es de 22.5% El impuesto de segunda categoría: aplicable a los ingresos provenientes de los sueldos, bonos, beneficios en especies y cualquier otra forma de remuneración. Es un impuesto progresivo cuyo nivel más alto es de 40%, aplicado a partir de una base mensual.	El tipo estándar es un 15%. La tasa real del impuesto sobre sociedades es del 30-33% incluyendo la tasa profesional (que se evalúa de forma independiente por cada municipio: varía del 7% al 17,5%) y la contribución de solidaridad (Solidaritätszuschlag) del 5,5% del impuesto sobre sociedades. La cantidad depende de la tasa votada por el municipio y de un coeficiente multiplicador (la tasa efectiva varía del 14% al 17% de los beneficios, antes de deducir la propia tasa).	Impuesto de renta: 25% Ganancia Ocasional: 10% Impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE): 9% IVA - Tres tarifas según el bien o servicio: 0%, 5% y 16% Impuesto al Consumo: 4%, 8% y 16% Impuesto a las Transacciones financieras: 0,4% por operación. Impuesto de Industria y Comercio: Entre 0,2% y 1,4% de los ingresos de la compañía. Impuesto Predial: Entre 0,3% a 3,3%.

FUENTE: Santander TradePortal, destinocolombia.com

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Los impuestos nacionales establecidos en los países entre más grande sea su índice, mayor es la transparencia de las transacciones, la responsabilidad personal de los gerentes, el poder que tienen los accionistas para defender sus derechos y la protección de los inversionistas, pero no se puede desconocer una realidad social de carencia de medios de subsistencia indistintamente el país, de donde no todos, sino más bien pocos disfrutan de bienes y derechos de los que otros carecen y en donde la finalidad de todo Estado es cumplir sus fines esenciales garantizando estándares mínimos de salario, alimentación, vivienda, educación y salud bajo la idea de derecho, mas no de caridad.

3.7.2.4 FACTORES GEOGRÁFICOS

Acceso Vía Terrestre

Los posibles beneficios socioeconómicos proporcionados por las vías terrestres, incluyen la confiabilidad bajo todas las condiciones climáticas, la reducción de los costos de transporte, el mayor acceso a los mercados para los cultivos y productos locales, el acceso a nuevos centros de empleo, la contratación de trabajadores locales en obras en sí, el mayor acceso a la atención médica y otros servicios sociales y el fortalecimiento de las economías locales, (Quilindo, 2015, pág. 84).

Tabla 21 - ACCESO VÍA TERRESTRE

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
Chile tiene aproximadamente 80.000 km. de carreteras, que están en buen estado. La carretera Panamericana entra en Chile a través de Arica y cruza el país de norte a sur (3.455 km.) desde la frontera peruana a Puerto Montt. Chile también cuenta con vías ferroviarias y sus conexiones son: Bolivia – Chile, La Paz con Arica (en la frontera norte con Perú), Argentina – Chile, San Carlos de Bariloche hasta Puerto Montt. La red ferroviaria de Chile empieza en Santiago y acaba en Puerto Montt, un servicio limitado por la geografía del país.	Las vías de acceso en Alemania son de gran calidad, tienen un total de 644.480 km, son de las mejor conservadas del mundo, amplias y con grandes arcones, a parte que están muy bien señalizadas. Alemania también cuenta con infraestructura ferroviaria que abarca 41.981 kilómetros destinados al transporte de carga; las líneas ferroviarias tienen enlace con la mayoría de las ciudades del país y salidas con sus países fronterizos.	Cúcuta – Bucaramanga - Socorro - Tunja - La Caro - Bogotá - Armenia – Alambrado - La Paila - Cali - Popayán - Pasto - Puente Rumichaca. Paraguachón – Maicao Riohacha – Barranquilla – Cartagena - El Viso – San Onofre - Toluviéjo - Sincelejo - La Ye - Medellín - La Pintada - Cerritos - Cartago - Zarzal - Cali - Popayán - Pasto –Puente Rumichaca.

FUENTE: ChileContact.com

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Ecuador por su cercanía a Colombia y Chile, se puede considerar a ambos países como los más opcionados para hacer negociaciones pero Chile a diferencia de Colombia posee una sólida red de conexiones con el resto del mundo, ya que su infraestructura vial es muy bien constituida y son de buena calidad.

Acceso Vía Marítima

Los puertos marítimos de un país constituyen uno de sus activos logísticos estratégicos más relevantes, dada su participación en el intercambio internacional de bienes. De acuerdo con estadísticas de la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2012) más del 80% de las mercancías que se comercializan en el mundo se mueven por vía marítima, siendo los puertos los nodos que permiten operar dicho intercambio. Quizá el modo de transporte que más impacto ha tenido por la globalización en los últimos 20 años ha sido precisamente el marítimo, considerando su amplia cobertura geográfica, los grandes volúmenes que se pueden desplazar por este medio y el alto nivel de eficiencia con el que esto se logra, (TLIC, 2015, prr. 2).

Tabla 22 - ACCESO VÍA MARÍTIMA

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
La infraestructura portuaria de Chile está compuesta por más de 70 puertos marítimos. Los puertos más importantes son de norte a sur: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Talcahuano, Puerto Montt, Chacabuco y Punta Arenas.	Alemania cuenta con una de las mejores infraestructuras portuarias del mundo, con más de 60 puertos entre principales y auxiliares, siendo los principales para las exportaciones ecuatorianas Los de Hamburgo y Bremerhaven.	Cerca del 96% de la carga internacional de la República de Colombia es movilizada por este medio, actualmente existen 9 puertos especializados en actividades específicas. De las 9 zonas portuarias, siete de ellas en la Costa Caribe: La Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, y dos en el Pacífico: Buenaventura y Tumaco.

FUENTE: Inteligencia Comercial e Inversiones - ProEcuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Los tres países presentan una infraestructura portuaria acorde para las exportaciones desde Ecuador a destino, indistintamente cual sea el punto de llegada y que conjuntamente con una infraestructura de conectividad terrestre, tanto carretera como ferroviaria, cuya capacidad, extensión y especificaciones, permitirán la operación de los servicios de transporte asociados a ella, con un determinado nivel de eficiencia. Cabe mencionar que en la medida que un puerto mejore o amplíe su hinterland, tendrá la posibilidad de también aumentar su foreland, debido al incremento en la capacidad comercial del puerto hacia el exterior, haciéndolo más atractivo para los exportadores y las líneas navieras.

Acceso Vía Aérea

El transporte aéreo de mercancías requiere y exige ponerse en manos de una empresa seria, con profesionales cualificados, que utilice compañías aéreas de confianza y disponga de una amplia cobertura de corresponsales para cubrir correctamente el transporte de sus mercancías por vía aérea, (Ramones, 2015, pág. 62).

Tabla 23 - ACCESO VÍA AÉREA

CHILE	ALEMANIA	COLOMBIA
Chile cuenta con una extensa red aeroportuaria nacional está compuesta por 330 aeropuertos y aeródromos distribuidos desde Arica a la Antártica, incluyendo territorio insular. Estos aeropuertos son: Chacalluta de Arica, Diego Aracena de Iquique, Cerro Moreno de Antofagasta, El Tepual de Puerto Montt, Presidente Ibáñez de Punta Arenas, Mataverí en Isla de Pascua y el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez de Santiago, uno de los más modernos del continente que cuenta con 22 aerolíneas de carga de las cuales 14 también prestan el servicio de pasajeros y un terminal especializado para el manejo de carga de exportación, importación y carga nacional.	Alemania cuenta con una extensa red de aeropuertos a lo largo de su territorio. Aproximadamente 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras, además de estar dotados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluido almacenamiento en frío y protección de valores. La mayoría de la carga aérea ingresa por Frankfurt y de ahí es transportada por carretera a los centros de distribución regionales. Entre los aeropuertos que se destacan se encuentran los de Frankfurt, Hamburgo, Hannover, Munich, Bremen y Berlín, de estos el más importante es el de Frankfurt, séptimo del mundo por número total de pasajeros.	En Colombia el transporte aéreo está altamente desarrollado y el sector experimenta una continua mejora tecnológica. Hay oficialmente 73 aeropuertos, 11 de los cuales son internacionales, el principal aeropuerto es El Dorado Luis Carlos Galán de Bogotá. Otros internacionales son el Ernesto Cortissoz de Barranquilla, el Rafael Núñez de Cartagena de Indias, El José María Córdova de Medellín, el Alfonso Bonilla Aragón de Cali, el Palonegro de Bucaramanga, el Olaya Herrera de Medellín, El Matecaña de Pereira.

FUENTE: Inteligencia Comercial e Inversiones – ProEcuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Todos los aeropuertos de los tres países están dotados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluido almacenamiento en frío, mercancías peligrosas y protección de valores; cabe recalcar que el proceso de exportar se realiza en las mejores condiciones y en tiempos acordes para la entrega de la mercancía.

Tabla 24 - PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO

ENTORNO	CHILE				ALEMANIA				COLOMBIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Producto Interno Bruto – PIB	M	2			A	3			M	2		
Variación Anual del PIB	A	3			M	2			A	3		
PIB per cápita	A	3			A	3					B	1
Población Económicamente Activa	M	2					B	1	A	3		
Tasa de Inflación	A	3					B	1			M	2
Balanza Comercial	M	2			A	3					M	2
Riesgo País	A	3					M	2	B	1		
Salario Básico Unificado			B	1	M	2			M	2		
	SUMA	18	SUMA	1	SUMA	13	SUMA	4	SUMA	11	SUMA	5
	PROM	2,25	PROM	0,13	PROM	1,63	PROM	0,5	PROM	1,38	PROM	0,63
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Acuerdos Comerciales	M	2			B	1			B	1		
Política Económica	A	3			M	2					M	2
Barreras Arancelarias	A	3			A				M	2		
Barreras No Arancelarias	A	3			B				M	2		

Sistema Envase y Embalaje			B	1							B	1
	SUMA	11	SUMA	1	SUMA	7	SUMA	1	SUMA	5	SUMA	3
	PROM	2,20	PROM	0,20	PROM	1,40	PROM	0,20	PROM	1,00	PROM	0,60
FACTORES SOCIALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Tasa de Crecimiento Poblacional	A	3			A	3			A	3		
Tasa de Desempleo			M	2			M	2			M	2
Impuestos Nacionales			B	1			B	1			B	1
	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3
	PROM	1,00	PROM	1,00	PROM	1,00	PROM	1,00	PROM	1,00	PROM	1,00
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Acceso Vía Terrestre	A	3					B	1	A	3		
Acceso Vía Marítima	A	3			M	2			A	3		
Acceso Vía Aérea	A	3			A	3			A	3		
	SUMA	9	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	1	SUMA	9	SUMA	0
	PROM	3,00	PROM	0	PROM	1,67	PROM	0,33	PROM	3,00	PROM	0

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 25 - RESUMEN DEL POAM

	CHILE		ALEMANIA		COLOMBIA	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES ECONÓMICOS	2,25	0,13	1,63	0,63	1,38	0,63
FACTORES POLÍTICOS	2,20	0,20	1,40	0,20	1,00	0,60
FACTORES SOCIALES	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
FACTORES GEOGRÁFICOS	3,00	0	1,67	0,33	3,00	0
SUMA	8,45	1,33	5,70	2,16	6,38	2,23
PROMEDIO	2,11	0,33	1,43	0,54	1,60	0,56

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

ANÁLISIS DEL POAM

En base a los resultados del POAM, se concluye que los factores económicos de Chile muestran que es un país que se ha mantenido estable en estos indicadores según los años analizados, es decir que se tiene una mayor cantidad de oportunidades que amenazas aunque Alemania y Colombia presentan similares condiciones; en cuanto a lo político en Chile se evidencia una igualdad ya que los acuerdos comerciales son una gran oportunidad a diferencia de Ecuador que tiene como fundamento disminuir las importaciones.

Dentro del aspecto social existe un respaldo positivo en lo que tiene que ver con la tasa de crecimiento poblacional y se evidencia una amenaza mínima ya que el nivel de desempleo en los últimos años ha venido aumentando paulatinamente pero no en cifras tan considerables; por otra parte Chile como país ha desarrollado las telecomunicaciones y el acceso a internet, generando así una óptima satisfacción de las necesidades de las personas; es de importancia mencionar que en el aspecto geográfico el Ecuador tiene tres puertos de acceso a Chile, lo que facilitaría el ingreso del producto a dicho país en tiempos eficientes y con costos accesibles.

En cuanto a la relación comercial entre Chile y Ecuador en los últimos años se ha profundizado, para muestra de eso es el nuevo Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65, mismo que ha dejado sin efecto el ACE No. 32, entrando en vigencia el 26 de julio del 2010 con la finalidad de mejorar y facilitar las operaciones comerciales entre ambos países; éste nuevo acuerdo incluye modificaciones principalmente en el campo de la Normativa de Origen, manteniendo las mismas Listas de Excepciones del acuerdo anterior que agrupan cerca del 96% de todo el universo arancelario.

La relación entre ambos países se ha desarrollado principalmente en áreas tales como alimentos, metales, derivados del petróleo, papel y bebidas, siendo que el petróleo sea el rubro más importante dentro de las exportaciones del Ecuador hacia Chile; por su parte, el producto más importado fue el Concentrado para Bebidas Gaseosas desde Chile, según ProEcuador (2014)

en total el Ecuador exporta a Chile productos de las 371 partidas distintas partidas arancelarias, a diferencia de la oferta, que se establece en productos de las 1.578 partidas arancelarias.

3.7.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Ilustración 2 - SANTIAGO DE CHILE



FUENTE: CIA World

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

ANÁLISIS POLÍTICO

Según PROCHILE, en el transcurso del segundo semestre del año pasado el Gobierno transmitió por todos los medios posibles la idea de una potencial crisis económica, consecuencia del desplome económico del primer mundo. Sin embargo, y pese a que muchos economistas burgueses se inclinaban hacia esa posibilidad, la crisis no fue tal. La estabilidad macroeconómica se ha mantenido e incluso ha logrado aumentar considerablemente, alcanzando niveles de crecimiento cercanos a un 5,4% este segundo trimestre. De esta forma, Chile, se ha posicionado como una de las economías continentales de mayor crecimiento durante el 2014, anotando un aumento de 1,7% respecto este primer trimestre, superando ampliamente las expectativas económicas del Banco Central (realizadas el año pasado) que calculaban un crecimiento

cercano al 4% para este año. Todo indica que el crecimiento promedio anual será superior al 5%; ello convierte al país en una de las economías más estables y con mayor crecimiento de América Latina y del exclusivo club OCDE.

Pero no sólo el crecimiento del PIB expresa la estabilidad del modelo y la expansión económica: las exportaciones, en los dos primeros trimestres, suman un crecimiento acumulado superior al 6,8%, mientras las importaciones han crecido, hasta la fecha, cerca de un 8,8%, mientras que la inversión no baja del 7% y el dólar se mantiene estabilizado (controlado) en un conveniente precio (\$470) para exportadores e importadores, (Banco Central del Ecuador, 2013).

ANÁLISIS ECONÓMICO

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Chile proponen oportunidades de aumento es las ventas que podrían tener algunos de los productos ecuatorianos que ya se exportan a Chile; el valor máximo que pueden alcanzar las ventas marcan una posibilidad que puede concretarse o no, dependiendo del dinamismo de la demanda interna chilena o de la capacidad de los productores ecuatorianos para aprovechar las oportunidades del mercado.

La estrategia de inserción económica internacional que ha adoptado Chile, en el contexto del denominado "regionalismo abierto", se ha llevado a cabo en tres niveles: Unilateral (reducción de aranceles, privatizaciones, desregulación), bilateral (Tratados de Libre Comercio, asociación y convenios para evitar la doble tributación) y multilateral (acuerdos en el marco de la OMC y otras instituciones multilaterales), (Dirección de Estudios CIG, 2011).

La evolución del Producto Interno Bruto (PIB) en el período de revisión de 2012-2014, ha presentado una tasa de crecimiento promedio anual de 1.86%.

Tabla 26 - EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO

2012		2013		2014	
251.162	5,8	266.259	5,4	277.198	4,1

FUENTE: CIA World Factbook, ProEcuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

- PIB Per Cápita en el año 2014 fue de USD 15.732 según CIA World Factbook.
- Inflación, al 2014 de 0,9%
- Población, al 2014 es de 15.758.046 habitantes.

Tabla 27 - DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL PIB

Actividad	Participación
Agricultura	5,60 %
Industria	40,59 %
Servicio	53,90 %

FUENTE: Central Intelligence Agency

ELABORADO POR: PROECUADOR

ANÁLISIS SOCIAL

Chile es un país abierto al mundo que promueve el libre comercio y busca activamente acuerdos con otros países y bloques comerciales, acuerdos comerciales con 56 países y 4100 millones de personas que representan el 61% de la población mundial, (Dirección de Estudios CIG, 2011); que en los últimos diez años ha desarrollado una creciente red de acuerdos comerciales con Bolivia, Canadá, Centroamérica, China, Colombia, Corea del Sur, Cuba, Ecuador, Estados Unidos, India, Islandia, Liechtenstein, MERCOSUR, México, Noruega, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Suiza, Unión Europea y Venezuela. Además, en marzo del 2007, Chile firmó un Tratado de Libre Comercio con Japón. Más del 76% de los envíos chilenos se dirigen a estos mercados, los que representan el 87% del PIB mundial, (ALADI, 2013).

En marzo del 2008, los dos países suscribieron el nuevo ACE N°65, que profundiza las disciplinas ya existentes en el ACE N° 32, en materias como obstáculos técnicos al comercio, normas sanitarias y fitosanitarias, normas de origen y asuntos aduaneros e incorpora un nuevo capítulo de solución de controversias mucho más detallado, con procedimientos distintos y más completos que los del ACE N°32, ALADI. (2013). Acuerdo de Complementación Económica No. 65. 23 de mayo de 2015, de ALADI Sitio web: [www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/.../\\$FILE/ACE.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/.../$FILE/ACE.doc).

La entrada en vigencia del ACE N°65 se concretó en el 2010, por lo que cabe destacar, que durante el 2008 los dos países firmaron también un Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE), el que busca promover materias como la profundización y ampliación del diálogo político y social, de cooperación, de cultura y económico-comercial, ALADI. (2013). Acuerdo de Complementación Económica No. 65. 23 de mayo de 2015, de ALADI Sitio web: [www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/.../\\$FILE/ACE.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/.../$FILE/ACE.doc)

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Chile es un país que está a la vanguardia en cuanto a la incorporación y utilización de elementos tecnológicos a nivel latinoamericano, la planificación del gobierno ha instaurado incorporar la cercanía a la tecnología desde el comienzo de la educación y es así como se ha comenzado en el país un proceso de “alfabetización digital” destinado a menores y adultos mayores, para que conozcan y dominen esta nueva herramienta, (Carrasco, 2012).

El avance tecnológico en el país de Chile se ha generado gracias a la participación del gobierno y del sector privado, siendo así que el primero inicio desde el año 2012 generando una política relativa a la transmisión en televisiones digitales pretendiendo abarcar a un gran porcentaje de de la población con una señal de calidad, y en cuanto al segundo, desde la década de los 80 han incorporado redes e infraestructura que permiten desarrollarse

en cuanto a la disponibilidad de la tecnología dentro del país, es por eso que lo anterior expuesto es controlado por diversas entidades del gobierno chileno; según la SUBTEL, los procesos anteriores reflejan que el 37% de los hogares en el país se encuentran conectados a la red internet, además, la penetración de la telefonía celular es amplia, llegando a 1,5 celulares por persona.

Ilustración 3 - UBICACIÓN GEOGRÁFICA



FUENTE: Webnode

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apraez Lima

En Chile el español es el idioma oficial y lo habla casi toda la población, aunque una pequeña minoría aún se comunica en la lengua nativa, alrededor del 79% de la población practica la religión católica y su tiene el mayor poder en la sociedad chilena, aunque fue oficialmente desestabilizada en 1925. El resto de los creyentes son protestantes pentecostales y hay un 1% de judíos. La unidad de moneda de Chile es el Peso Chileno y la República de Chile se

encuentra en América del Sur, con sus fronteras al norte con Perú, al sur con el Océano Pacífico, al este con Bolivia y al oeste con el Océano Pacífico.

Chile incluye también en su territorio algunas islas y archipiélagos que están situados al sur del Continente y reclama también una parte de la Antártica; la capital del país es Santiago y otras ciudades importantes son: Concepción, Viña del Mar y Valparaíso. Su extensión de norte a sur Chile tiene una longitud aproximada de 4270 kilómetros, con un área total que ocupa 756,945 kilómetros cuadrados, en sus características geográficas está la existencia de la Cordillera de los Andes, que bordea todo el país de norte a sur, y posee elevaciones superiores a los 6100 metros, la más alta es la de el Pico Ojos del Salado (6893 metros), también podemos encontrar el Desierto de Atacama; en el centro se sitúa alrededor de 1000 km del Valle Central. Posee muchos ríos pero son relativamente cortos. Los lagos se sitúan fundamentalmente en la región sur, (Neuro, 2012).

Debido a la longitud del país, en Chile pueden encontrarse diversos climas. En general, las temperaturas son moderadas por la influencia del Océano, la región norte es desértica, una de las zonas de mayor sequía en el mundo, el invierno es suave y el verano es relativamente fresco. Chile es rico, sobre todo por sus recursos minerales; posee grandes yacimientos de diversos minerales como el cobre, nitrato, hierro, carbón mineral, molibdeno, manganeso, petróleo, gas natural, plata y oro, (Neuro, 2012).

La vegetación autóctona es muy variada, de acuerdo a las diferentes zonas climáticas. Al norte hay muy poca vegetación, solo cactus y plantas de climas desérticos. En el Valle Central, que es más húmedo, hay otras especies de plantas. Al sur puede encontrarse una vegetación mayor, que incluye laurel, magnolia, y varias especies de coníferas. En el extremo sur hay buen pasto. Entre la fauna pueden encontrarse llamas, vicuñas, guanacos, pumas, lobos andinos y la chinchilla entre otros animales, (Neuro, 2012).

Comparada con otros países de América del Sur, la población chilena es bastante homogénea. Los primeros españoles que llegaron se mezclaron con la población nativa del territorio, notablemente araucana y sus descendientes mestizos, constituyen el 92% de la población, (Neuro, 2012); su educación está basada fundamentalmente en el sistema europeo y es administrado por el gobierno a través del ministerio de educación. El 93% de la población está alfabetizada, uno de los más altos de América Latina. En Chile conduce intensa campaña de educación para adultos, así como un amplio programa de educación escolar y preescolar, (Neuro, 2012).

Predomina un contraste entre dos culturas: una cultura cosmopolita en la población urbana y una cultura más popular que tiene influencia predominantemente española, pero contiene raíces araucanas. Estas influencias son muy marcadas en la música y la danza chilenas. Chile tiene una fuerte tradición literaria, donde se destacan dos Premios Nobel de Literatura: Gabriela Mistral y Pablo Neruda, ambos poetas. La mayoría de la población goza del seguro médico, auspiciado por el Servicio Nacional de la Salud. Los trabajadores reciben pensión y algunos beneficios de salud y seguridad social, NEURO. (2014). Datos Generales. 24 de mayo de 2015, de NEURO Sitio web: <http://neuroc99.sld.cu/chile.htm>.

El gobierno chileno se basó en la Constitución de 1925 hasta el golpe de estado de 1973. Se aprobó una nueva constitución en 1980, pero no se puso en vigor hasta 1989 y su poder ejecutivo se ejerce por el presidente que se elige por elecciones populares por un período de 4 años y se apoya en un gabinete presidencial.

Tabla 28 - DATOS INFORMATIVOS CHILE - ECUADOR

	15.775.000	<u>POBLACIÓN</u>	17,758,046	
	283.561 km ²	<u>SUPERFICIE</u>	756.945 km ²	
	Quito	<u>CAPITAL</u>	Santiago de	
	Dólar americano	<u>MONEDA</u>	Chile Peso chileno	

FUENTE: Webnode

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apraez Lima

Chile, ubicado en el extremo suroeste del continente americano, es uno de los países con mayor crecimiento económico en la región, en la última década. Actualmente las exportaciones se han convertido en un rubro importante de la economía chilena, conllevando a la adopción de políticas de apertura de su mercado hacia el mundo, con un sinnúmero de Acuerdos Comerciales con diversos países, (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2013).

La relación comercial entre Chile y Ecuador se ha profundizado en los últimos años, por lo que se concretó el nuevo Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65 (dejando sin efecto el anterior, ACE No. 32), entrando en vigencia el 26 de julio del 2010, con el fin de mejorar y facilitar las operaciones comerciales entre estos dos países. Este nuevo acuerdo incluye modificaciones principalmente en el campo de la Normativa de Origen, manteniendo las mismas Listas de Excepciones del acuerdo anterior que agrupan cerca del 96% de todo el universo arancelario, Recuperado de: <http://www.lacamara.org>.

Tabla 29 - PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

EXPORTACIONES	NÚMERO	IMPORTACIONES
Petróleo	1	Concentrado para bebidas gaseosas
Banano	2	Medicamentos para uso humano
Vehículos ensamblados (Diésel o semi diésel) para transporte de mercancías	3	Barras de hierro o acero
Fuel oil	4	Manzanas
Grasas y aceites vegetales	5	Alambres de cobre
Atún	6	Fertilizantes
Palmito	7	Conductores eléctricos de cobre
Camarón	8	Papel prensa en bobinas
Piña	9	Tortas y demás residuos de la extracción de aceite de soya
Rosas	10	Papel y cartón multicapas

FUENTE: Banco Central del Ecuador (2014)

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

3.7.2.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR

El mercado chileno tiene varios sectores económicos prósperos en productos alimenticios para animales, productos orgánicos, electrónica e informática; por lo que el comportamiento del consumidor según un estudio de ACNielsen sobre los cambios del mercado chileno, evidencia que el 42% de los habitantes declaran que, al comprar, se guían según el precio del producto; aunque el 68% de los chilenos posee al menos una tarjeta de crédito, el precio sigue siendo un factor decisivo al realizar una compra, pero también entran en juego consideraciones sobre la calidad, la durabilidad, la tecnología, el servicio posventa y la disponibilidad del servicio.

A los chilenos no solo les interesan los productos básicos, más del 50% de ellos compran productos electrónicos como: DVD, teléfonos celulares, equipos de música, computadores, entre otros (Banco Santander, 2015); por lo que el alza del poder adquisitivo en Chile permite invertir más en salud y educación, que son dos elementos fundamentales a futuro; y en cuanto al uso del crédito de consumo se ha desarrollado considerablemente desde los años noventa y representa actualmente el 10% del PIB del país, siendo así que hay más tarjetas de crédito en circulación que habitantes.

Tabla 30 - POBLACIÓN EN CIFRAS

Población Actual	17,758,046
Población urbana	89,2%
Población rural	10,8%
Densidad de la población	24 hab./km ²
Población masculina (en %)	49,5%
Población femenina (en %)	50,5%
Crecimiento natural	0,88%
Edad media	32,0
Orígenes étnicos	90% descendientes de europeos, 5% amerindios, de los cuales 87% de la etnia mapuche

FUENTE: Banco Santander

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 31 - GASTOS DE CONSUMO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

CATEGORÍA DE PRODUCTOS	2014
Alimentación y bebidas no alcoholizadas	18,0%
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	13,0%
Bienes y servicios diversos	8,0%
Educación	7,0%
Cultura y entretenimiento	6,0%
Educación	7,0%
Muebles y artículos del hogar	6,0%
Transporte	6,0%
Salud	6,0%
Comunicaciones	4,0%
Vestimenta	4,0%
Hoteles y restaurantes	4,0%
Bebidas alcohólicas, tabaco, estupefacientes	1,0%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El consumo en los últimos años se ha modificado, ya que los chilenos pueden costearse algunos productos que en años anteriores eran difíciles de adquirir; así mismo, el consumidor con bajos ingresos ha podido ampliar su canasta familiar y ha asignado más recursos para la compra de bienes. Los habitantes de Santiago de Chile, capital del país, registran una mayor frecuencia de compra de productos de la canasta básica, mientras que en otras ciudades es superior el volumen de gasto y no la frecuencia de consumo según la Oficina Económica y Comercial de España en Chile.

De igual manera, el ingreso de productos internacionales en el país ha hecho que el consumidor chileno tenga algunos cambios al momento de realizar sus compras, en donde lo que prima son distintos factores como: la seguridad, la salud, lo práctico y la comodidad, que cada vez son más relevantes al momento de tomar la decisión de compra, por lo que un gran número de habitantes de este país cuenta al menos con una tarjeta de crédito y la mayoría de los consumidores chilenos realizan sus compras mediante el uso

de ellas y de créditos bancarios para satisfacer muchas de sus necesidades de consumo.

Jorge Arancibia Moreno, especialista en marketing, menciona que en Chile existen consumidores con un alto poder adquisitivo en comparación con el resto de Latinoamérica y con una orientación muy marcada a buscar productos de mayor calidad; ya que son también un consumidor más exigente, mejor informado y que sabe que tiene derechos y exige a las empresas que se los respete, por lo que es importante que las empresas tengan en claro las responsabilidades que ellas poseen frente al consumidor; entonces es necesario considerar los resultados del censo del 2012 que menciona reforzar algunas de las tendencias en el mercado nacional, como la apertura a nuevos productos y servicios por parte de la creciente clase media, el gran potencial de segmentos especializados como las comidas y bebidas (gourmet y saludables).

En este país gracias a los ingresos alcanzados por los chilenos, se los ubica como un gran consumidor de productos de la categoría gourmet como quesos, vinos, jugos, frutos secos y chocolates, en un nicho de mercado que según estudios crece un 30% cada año y que factura anualmente cerca de 100 millones de dólares; según Euromonitor Internacional el consumo de alimentos en el 2014 movió 28.000 millones de dólares en Chile y existen nichos en los que el crecimiento es muy dinámico, como el de lácteos, en especial los quesos de alta calidad, las pastas, las carnes exóticas –de cordero, jabalí y avestruz-, el agua y los jugos envasados, las pulpas de frutas y los chocolates finos. La demanda de todos estos productos crece a tasas de entre el 7% y el 15% cada año.

Chile es un país en donde casi la mitad de las mujeres trabajan, las familias disponen de menor tiempo para preparar sus alimentos y al ser una de las economías más abiertas de Latinoamérica, provoca que sea una oportunidad de mercado para nuestros exportadores, ya que la demanda de comidas congeladas aumenta a porcentajes superiores por año, lo cual provoca muchas oportunidades para abastecedores nacionales y extranjeros.

3.7.2.4 PRODUCCIÓN NACIONAL – CHILE

No existe información en fuentes oficiales, mediante la que se pueda cuantificar o especificar la producción nacional y la comercialización internacional de la naranjilla desde Chile; pero según la FAO, en la actualidad dicha fruta se cultiva de manera comercial en Ecuador y Colombia, mientras que en Perú, Chile, Panamá, Costa Rica y Honduras se lo hace en pequeña escala tan solo para cubrir los requerimientos de consumo nacional. En cuanto a la superficie cultivada con frutas, Chile presenta una estimación de 683 hectáreas, en donde la fruta más cultivada es la manzana, con una superficie estimada de 144 hectáreas, otras importantes frutas que el país produce son las frambuesas con 122 hectáreas, la palta con 100 hectáreas y los kiwis con 81 hectárea, además de su vasta producción de uvas.

Tabla 32 - SUPERFICIE CHILENA PLANTADA CON FRUTAS

FRUTAS	2012	2013	2014
Almendros	8.621	8.548	8.569
Cerezos	15.198	16.243	16.933
Ciruelos	18.929	18.554	17.408
Damascos	1.234	1.406	1.094
Duraznos	13.926	13.848	12.928
Kiwis	11.916	11.086	10.632
Limoneros	7.714	7.094	5.993
Manzanas	36.579	37.545	37.207
Naranjos	8.004	7.836	7.452
Nectarinos	5.317	5.338	5.209
Nogal	18.256	18.989	24.404
Olivos	16.650	18.307	19.737
Paltos	35.679	36.355	31.727
Perales	6.720	7.185	7.299
Vid de mesa	53.523	53.727	52.234
Otras frutas	36.597	38.001	38.218
TOTAL	294.865	300.061	297.044

FUENTE: ODEPA – Ministerio de Agricultura de Chile

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Según la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias de Chile actualmente la industria de la fruta exporta a más de 100 países en el mundo más 60 diferentes especies, cifras que muestran el constante compromiso de satisfacer las necesidades que el mercado actual mantiene; por lo que Chile ha sido catalogado y clasificado en el mundo como el principal exportador de fruta fresca en una categoría de productos que incluyen producciones significativas de manzanas, paltos y vid de mesa.

3.7.2.5 EXPORTACIONES DEL MUNDO

La oferta de la naranjilla no varía por parte de los productores durante el año, por lo que la oferta es constante con ligeras variaciones de precios debido a las condiciones económicas del país lo que incide en los costos de mantenimiento de las plantaciones. De esta forma, desde el punto de vista situacional de la oferta de la naranjilla los precios comerciales de este fruto en el Ecuador no varía en gran manera, por lo que los productores maximizan sus destinando parte de su producción a la exportación, en donde se obtiene un menor precio un ejemplo es España quien quintuplica el valor real de la naranjilla.

Tabla 33 - PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE NARANJILLA

EXPORTADORES	VALOR FOB (MILES DE USD)	% PARTICIPACIÓN	CANTIDAD EXPORTADA (TONELADAS)
Israel	49919	23.5	6333
Países Bajos (Holanda)	11753	19.0	6544
Estados Unidos	9498	10.4	4390
México	1880	3.8	1188
España	1120	2.2	780
Italia	648	1.3	247
Brasil	342	0.7	14
Guatemala	298	0.6	197
Reino Unido	102	0.2	62
Chile	55	0.1	38

FUENTE: Trade Map – Trade Statistics for International Business Development

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Sin embargo, el porcentaje que se destina a la exportación permite cubrir costos, obtener una ganancia y ampliar el mercado, por lo que se puede hacer una proyección futura de las ganancias que se podría obtener aumentando el porcentaje de naranjilla destinado a la exportación, por ejemplo en el año 2005 Ecuador exportaba naranjilla a dos países y ahora se ha incrementado totalmente siendo España, Colombia, Estados Unidos, Francia, Italia y Países Bajos.

Tabla 34 - PARTICIPACIÓN MUNDIAL

EXPORTADORES	EXPORTACIÓN (EN MILES DE DÓLARES)	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	% PARTICIPACIÓN
Brasil	342	14	24,429	0,7
Guatemala	298	197	1,513	0,6
Japón	247	21	11,762	0,5
Portugal	240	173	1,387	0,5
Haití	158	48	3,292	0,3
Indonesia	158	277	0,570	0,3
Camerún	152	11	13,818	0,3
República Dominicana	111	255	0,435	0,2
Malasia	109	213	0,512	0,2
Reino Unido	102	62	1,645	0,2
Honduras	93	1193	0,078	0,2
Turquía	85	61	1,393	0,2
Mozambique	83	45	1,844	0,2
Trinidad y Tobago	69	29	2,379	0,1
Egipto	61	36	1,694	0,1
Chile	55	38	1,447	0,1

FUENTE: Trade Map – Trade Statistics for International Business Development

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

3.7.2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La naranjilla es una fruta originaria de la región interandina, específicamente del sur de Colombia, Ecuador y Perú, que según sus variedades tradicionalmente producidas es la pulpa para jugos, sin embargo, en Ecuador existe una variedad dulce que se consume normalmente en la mesa, pero en determinadas zonas del país es de gran producción la naranjilla híbrida,

específica para el consumo gourmet en ciertos países, por lo que empresas productoras en su intento de incursionar en nuevos mercados internacionales e intentando cumplir con los requerimientos del consumidor, deciden procesar la fruta en natural para obtener un producto con valor agregado.

Según investigaciones realizadas por instituciones en los países, no se ha logrado establecer un mercado importante de las importaciones de naranjilla y sus derivados, por lo que en la actualidad es mejor limitar los nichos de mercado en alimentos gourmet, siendo que el principal exportador de naranjilla en estado natural es Ecuador y la comercialización de dicha fruta se limita a negociaciones limítrofes entre países productores, estimando que el principal mercado para este producto se debe desarrollar a partir de la comercialización de su pulpa o jugo.

3.7.2.7 PRODUCCIÓN NACIONAL – ECUADOR

Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, esto se da gracias a la posición geográfica en la que se encuentra ubicado y a la existencia de microclimas que hacen que la producción sea de excelente calidad, además la producción es todo el año, especialmente en los meses de: febrero, abril, mayo, septiembre y noviembre.

A continuación se presentan las principales empresas ecuatorianas exportadoras de naranjilla y sus derivados.

Tabla 35 - PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE NARANJILLA

PRODUCTOS	EMPRESA	TONELADAS MENSUALES
Pulpa de naranjilla	PowerCard S.A	0.3
	Colegio Gamboa	0.6
	ExoticBlends	5
	Kotre Romero	8
	Frelan	10
	LeenrikeFrozenFoods	15

FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

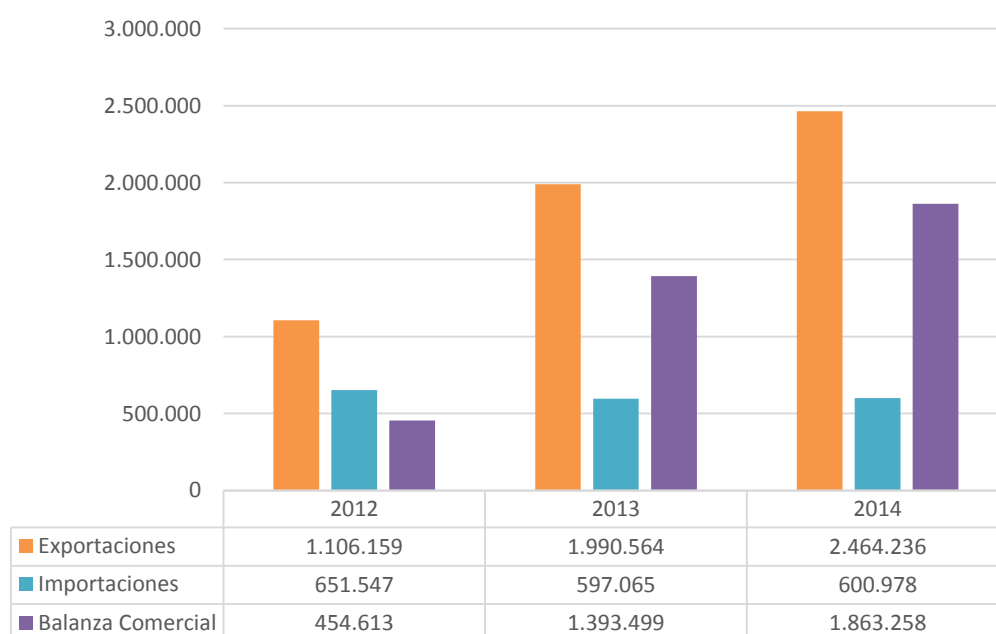
En Ecuador el cultivo de la naranjilla esta dado en una superficie de 24 km con una producción anual de 63.000 toneladas, en valles y laderas de Orellana, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora y Pastaza, mientras que el 10% de la producción es a menor escala en provincias como: Bolivar, Imbabura, Pichincha y Tungurahua.

En el país se determinan 7.83 hectáreas de plantaciones de naranjilla que según el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria, las variedades producidas son: Baeza, septentrional, agria, dulce común e híbridas, así como estima una pérdida de plantaciones por plagas y enfermedades en una superficie de 405 hectáreas, no tan significativas a comparación de la producción.

3.7.2.8 ANÁLISIS SITUACIONAL – ECUADOR

FACTORES SOCIOECONÓMICOS

Ilustración 4 - BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR - CHILE

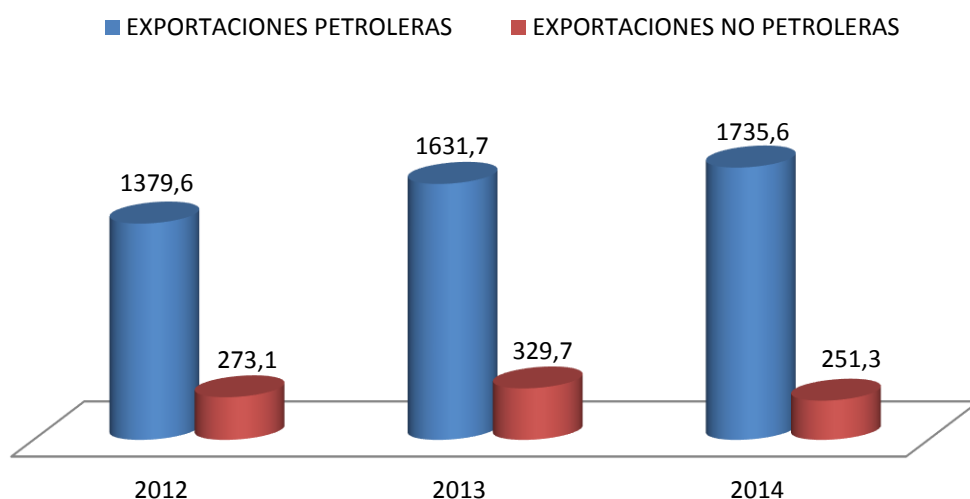


FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El GRÁFICO No. 4 refleja que en los últimos años las exportaciones superan a las importaciones ecuatorianas y más en el 2014 con 1.863.258 miles de dólares, logrando así una balanza comercial favorable para nuestro país debido a que las exportaciones petroleras son las que hacen mayor énfasis en ello, como también las facilidades que brinda el Gobierno para las exportaciones que se fortalecen cada vez más, por lo que es necesario que las exportaciones no petroleras aumenten de manera que permitan cubrir aún más la salida de divisas por las importaciones.

Ilustración 5 - EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS



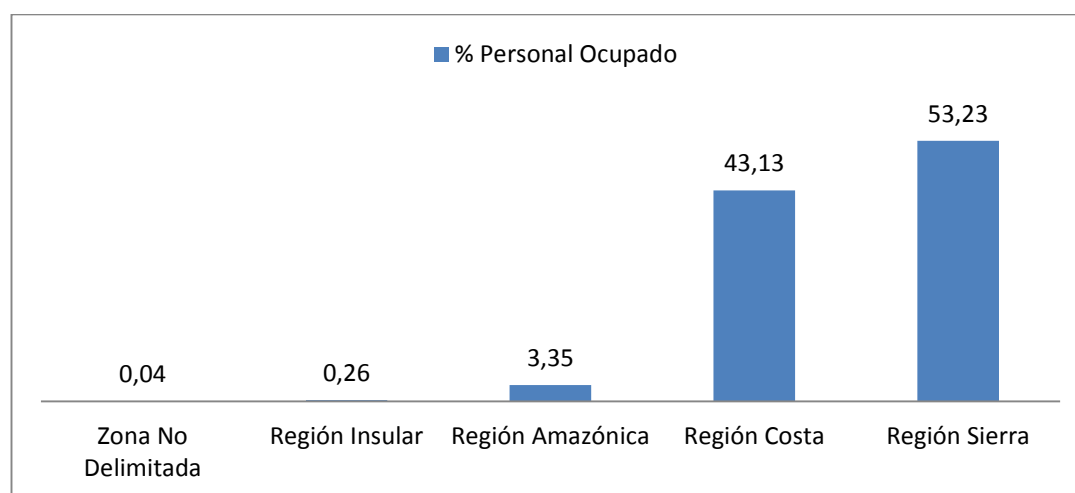
FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Las exportaciones petroleras en el país siempre han sido significativas hacia Estados Unidos, pero las realizadas a Chile son un bien que genera saldo comercial positivo para el Ecuador, mientras que las exportaciones de productos no tradicionales tienen presencia en dicho mercado pero no están ampliamente desarrolladas, lo que brinda varias oportunidades de ingresar productos novedosos o con valor agregado ya que están en las expectativas de sus consumidores conjuntamente ayudando al desarrollo y avance económico del país.

Ya que el Ecuador tiene una gran variedad de producción en cualquier actividad económica se puede analizar las distintas zonas o regiones de desarrollo del país y se observa que el personal ocupado se encuentra distribuido de la siguiente manera según el Censo Nacional Económico 2010: región sierra 52,23%, región costa 43,13%, región amazónica 3,4%, región insular 0,26% y zonas no delimitadas 0,04% esta distribución hace evidencia a la mayor concentración de personal en las regiones sierra y costa, por otro lado, la provincia de Pichincha es la que tiene mayor porcentaje (59,69) de personal ocupado y el Carchi tan solo ocupa el 1,38% del porcentaje total ocupacional, lo que evidencia que las personas ocupadas se concentran en la capital del Ecuador.

Ilustración 6 - PORCENTAJE DE PERSONAL OCUPADO EN ECUADOR



FUENTE: INEC, Censo Nacional Económico 2010

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Es así que el presente proyecto tiene la finalidad de generar y aumentar una fuerte producción en una de las provincias del Ecuador como lo es el Carchi, ya que tiene varias fuentes productivas impulsando la continua revolución productiva que presenta el país.

3.7.2.9 ACTIVIDAD ECONÓMICA EN CARCHI – ECUADOR

La provincia de Carchi se encuentra ubicada en la Zona 1, la misma que tiene características de ser un territorio de frontera internacional; los datos del último

censo poblacional del 2010, indican que Carchi tiene 165 mil habitantes, un 5.69% más que el anterior censo (2001), ésta es la provincia con el menor número de habitantes dentro de la Zona 1, con una participación de 13% a nivel regional y del 1% a nivel nacional, con una extensión es de 3,605 km^2 aproximadamente y la mayoría de sus habitantes están concentrados en la zona rural.

Según la división política actual, la provincia de Carchi tiene 6 cantones y 32 parroquias, los mismos que están constituidos por: Tulcán con 10 parroquias, Bolívar con 6 parroquias, Espejo con 4 parroquias, Mira con 4 parroquias, Montúfar con 6 parroquias y San Pedro de Huaca con 2 parroquias.

Ilustración 7 - ESTRUCTURA SECTORIAL DE CARCHI



FUENTE: Ministerio de Coordinación de la Producción y Empleo y Competitividad (2011)
ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Según datos del INEC la población económicamente activa en la provincia del Carchi está constituida por más de 87 mil personas, lo cual representa un 18% de la PEA regional y el 1% de la PEA nacional. La producción bruta hasta el 2013 ha sido constate con 313 millones de dólares, lo que implica el 7% de la

producción regional y 1% de la producción total. En la provincia, el empleo está concentrado en su mayoría en el sector agropecuario con casi la mitad de la población económicamente activa, mientras que las actividades comerciales ocupan un segundo lugar, ya que es una provincia fronteriza y la actividad de intercambio con Colombia es bastante significativa.

Tabla 36 - ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA PEA EN CARCHI

ACTIVIDAD	No. DE PERSONAS	% DE PARTICIPACIÓN
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	42.139	48%
Pesca	74	0%
Explotación de minas y canteras	96	0%
Industrias manufactureras	7.621	9%
Suministro de electricidad, gas y agua	68	0%
Construcción	3.356	4%
Comercio al por mayor y menor	14.246	16%
Hoteles y restaurantes	1.715	2%
Transporte, almacenamiento y común.	5.651	6%
Intermediación financiera	375	0%
Act. Inmob. Empresas y de alquiler	679	1%
Administración pública y defensa	2.769	3%
Enseñanza	4.131	5%
Servicios sociales y de salud	460	1%
Otras actividades de servicio comunitario	2.288	3%
Actividades de hogares privados	1.400	2%
TOTAL	87.070	100%

FUENTE: Ministerio de Coordinación de la Producción y Empleo y Competitividad (2011)

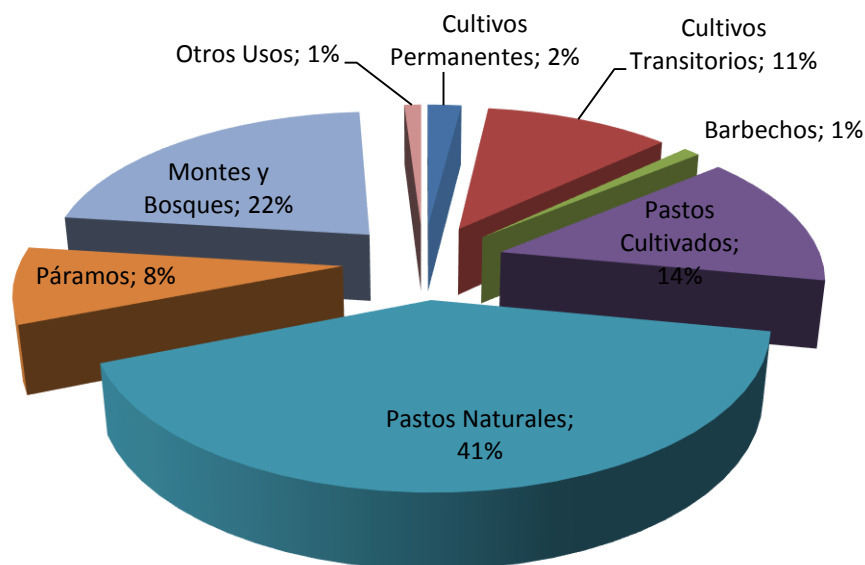
ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, el comercio al por mayor y menor es la actividad que genera mayor valor en la provincia, aportando con el 20% a la zona 1 a partir de la década de los 90 con el establecimiento de la zona de libre de comercio entre los países andinos, dando lugar a un dinamismo importante en el comercio fronterizo. La segunda actividad más importante es la agricultura, aportando a la economía con más de 64 millones de dólares, lo que implica el 20% del total de producción en la provincia.

En tercer lugar están los servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones, que aportan el 12% en la provincia, siendo así un

complemento importante en el desarrollo del comercio, de ahí su significativo crecimiento durante los últimos años y en cuarto lugar está la manufactura, que contribuye a la economía con 26 millones de dólares en cuanto a la producción bruta provincial, esto significa el 8% del desarrollo manufacturero a nivel de la Zona 1.

Ilustración 8 - USO DEL SUELO EN CARCHI



FUENTE: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Según la encuesta de superficie y producción agropecuaria realizada en el país en el 2011, la provincia del Carchi tiene 179 mil hectáreas de tierra en uso, en las cuales existe una importante producción de papa, hortalizas, cereales y leche, además de la existencia de áreas protegidas que son base importante para el turismo. Los datos arrojados por la encuesta demuestran que más del 87% de las fincas en la provincia son de pequeños productores, los mismos que cuentan con un promedio de 4.5 hectáreas por finca.

Si bien la superficie sembrada de la provincia se direcciona a la producción de cultivos transitorios, en gran cantidad existen plantaciones de plátano, aguacate, naranjilla, caña de azúcar, tomate de árbol, etc.; en donde la mayoría de estos productos se destinan al consumo interno, aunque cultivos como el de aguacate y la caña de azúcar han sufrido un proceso de

transformación en productos con valor agregado que en muchos de los casos son exportados al mercado internacional.

Tabla 37 - PRINCIPALES CULTIVOS PERMANENTES EN CARCHI

CULTIVO	SUPERFICIE (HA)	TONELADAS (TM)	% PARTICIPACIÓN SUPERFICIE
Plátano	552	1.272	22%
Aguacate	374	1.570	15%
Naranja	269	688	11%
Caña de azúcar otros usos	232	-	9%
Caña de azúcar para azúcar	138	12.767	5%
Limón	120	206	5%
Banano	112	359	5%
Tomate de árbol	103	648	4%
Guayaba	99	84	4%
Guaba	73	113	3%
Otros	461	867	18%

FUENTE: Censo Nacional Agropecuario, INEC – MAGAP

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Los cultivos transitorios representan el 10% del total de la producción en la provincia y los cultivos tradicionales sin duda alguna son los más significativos y en los cuales se encuentran la papa, fréjol seco, cebada, maíz suave, arveja, cebolla, haba y una cierta cantidad de trigo, pero la mayoría de cultivos se destinan al consumo en el mercado interno mientras que el fréjol seco y la cebolla se exportan. En el Carchi los sembríos y la producción tienen tecnología tradicional y con la maquinaria que cuentan es bastante insuficiente para el desarrollo productivo, a parte de la deficiente infraestructura con la que cuentan ciertas empresas productoras, siendo así una de las debilidades más latentes dentro del sector.

Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta la producción significativa de la parroquia El Chical la misma que ocupa una planicie de aproximadamente 500 hectáreas, situada al Noroccidente de la provincia del Carchi a 103 Km. de la Ciudad de Tulcán, ya que las actividades principales de sus habitantes son: la agricultura, la ganadería y el comercio; con lo antes expuesto se puede determinar que Chical es una parroquia próspera; sin

embargo, no existen proyectos que logren impulsar la productividad de sus tierras, para así lograr el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia, ya que se generaría nuevas fuentes de trabajo.

3.7.3.0 FACTORES POLÍTICOS – LEGALES

Tabla 38 - INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES DE ECUADOR

INCENTIVOS
Incentivos Generales: ✓ Reducción de 10 puntos de la tarifa del Impuesto a la Renta por reinversión en activos productivos. ✓ Exoneración de pago del Anticipo Mínimo del Impuesto a la Renta por 5 años, para las nuevas empresas que se constituyan en el país. ✓ Exoneración del pago del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador. Incentivos para zonas fronterizas y deprimidas: ✓ Deducción del 100% adicional para el cálculo del Impuesto a la Renta, los gastos en sueldos y salarios por generación de nuevo empleo en zonas determinadas, por 5 años. Incentivos medioambientales: ✓ Deducción del 100% adicional para el cálculo del impuesto a la renta, de la depreciación de maquinaria que se utilice para producción más limpia y para la implementación de sistemas de energías renovables (solar, eólica o similares) o la mitigación del impacto ambiental. Incentivos a Medianas Empresas: ✓ Deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta, capacitación técnica, investigación e innovación, estudios de mercado y competitividad, viaje, estadía y promoción comercial para aperturar nuevos mercados.
BENEFICIOS
El Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en su art. 128 menciona que: Los ministerios, secretarías de Estado, instituciones financieras públicas, institutos públicos de investigación, capacitación, fomento y promoción y las demás entidades que conforman la Administración Central así como las universidades, los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de sus competencias, diseñarán e implementarán, en favor de las personas y organizaciones parte de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, medidas de acción afirmativa, tales como, márgenes de preferencia, flexibilización de requisitos y entrega de garantías, simplificación de trámites, mejores condiciones de pago y otros que permitan el acceso en condiciones favorables a: 1. Líneas de crédito otorgadas por las instituciones financieras públicas 2. Fondos concursables 3. Financiamiento y cofinanciamiento de proyectos productivos y de capacitación

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">4. Seguro agrícola, ganadero, pesquero artesanal y acuícola, subsidiado por el Estado5. Sistemas simplificados de tributación establecidos por ley o por el ente estatal competente6. Planes, programas y proyectos habitacionales y de infraestructura productiva. |
|---|

FUENTE: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, COPCI, ProEcuador

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Para lograr exportar y vender la producción del país, el Estado ecuatoriano canaliza mediante mecanismos, incentivos y demás instrumentos a través de entidades de fortalecimiento del sector productivo, como lo expuso el ministro de comercio exterior, instituciones como: la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), PRO Ecuador, Servicio de Rentas Internas (SRI) y Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), todas con el propósito de unificar objetivos nacionales orientados al cambio de la matriz productiva por medio de la sustitución de importaciones y la diversificación de la oferta exportable con valor agregado.

Es así que existe un sin número de actividades e incentivos que pretenden estimular la industria nacional en donde las empresas locales puedan mejorar su capacidad de producción; esto es una ventaja y una oportunidad enorme para el actual productor y el emprendedor, ya que se estimularían a las exportaciones, se sustituirían las importaciones logrando enfatizar la producción nacional y el consumo de lo nuestro.

3.7.3.1 FACTORES TECNOLÓGICOS

La tecnología es considerada como uno de los principales factores dentro del mejoramiento de procesos, porque permite reducir costos de transformación productiva durante la mejora de la productividad. En el Ecuador la inversión en investigación y desarrollo es relativamente baja, contribuyendo muy poco en la adopción de nuevas tecnologías para poder competir en los mercados globalizados, aunque las empresas ecuatorianas realizan esfuerzos para mantener niveles de competitividad realizando inversiones en nuevas tecnologías con el fin de innovar.

En cuanto a las Tecnologías de la Información (TIC) hay avances notables en el uso de internet y celulares, siendo también hoy en día una de las claves primordiales para aumentar la productividad de las empresas porque permite tener información de las mismas y de la competencia en forma rápida y oportuna. El gobierno ecuatoriano está empeñado en generar programas de desarrollo científico tecnológico y de investigación aplicada, así como también fomentar el acceso a servicios de telecomunicaciones.

Con respecto al área agrícola, la mayor parte de las frutas que llegan a los mercados y ferias locales provienen de la extracción de árboles silvestres y de pequeños huertos de baja productividad, carentes de técnicas avanzadas que posibiliten un mejor rendimiento, existen varios factores que conllevan a esta situación, como por ejemplo la escasa información sobre el manejo y aprovechamiento de las especies locales, la poca infraestructura productiva, de comercialización y transporte que impide el ingreso de los productos en el mercado consumidor nacional y extranjero.

El producto que se pretende exportar a través del presente proyecto, es la pulpa de naranjilla, la cual presenta cualidades nutritivas que hacen de ésta una buena opción para el desarrollo de una cultura sostenible al consumirlo y, a su vez, una alternativa económica productiva visualizada como una de las soluciones a los problemas de desarrollo y de la utilización de los recursos del país.

3.7.3.2 ANÁLISIS FODA

Las siglas F.O.D.A. hacen referencia a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa debidamente analizadas; esta es una herramienta imprescindible para el presente contando con un diagnóstico completo de la situación de la empresa y a futuro, es decisiva a la hora de aplicar medidas correctivas, planificar, plantear objetivos sea a corto, mediano como a largo plazo.

Tabla 39 - ANÁLISIS FODA DE PULPIFRUT

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
✓ Cercanía geográfica al mercado meta. ✓ Oferta exportable con capacidad productiva para incrementar. ✓ Producto netamente nacional. ✓ Producto con alto contenido nutricional. ✓ Disponibilidad de superficie de cultivo	✓ Preferencia de productos sanos y con alto valor nutricional. ✓ Creciente demanda por productos alimenticios elaborados. ✓ Nichos de mercado no atendidos. ✓ Apertura de nuevos mercados.
DEBILIDADES	AMENAZAS
✓ Deficiente conocimiento en negociación comercial. ✓ Desconocimiento de posibles consumidores. ✓ Dificultad de acceso a fuentes de financiamiento.	✓ Consumo de productos sustitutos. ✓ Inestabilidad de precios internacionales. ✓ Incremento de competidores. ✓ Inestabilidad política entre Ecuador y Chile.

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 40 - MATRÍZ DE FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS			
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Cercanía geográfica al mercado meta.	0,18	4	0,72
Oferta exportable con capacidad productiva para incrementar.	0,18	4	0,72
Producto netamente nacional.	0,19	4	0,76
Producto con alto contenido nutricional.	0,15	4	0,60
Disponibilidad de superficie de cultivo	0,10	3	0,30
DEBILIDADES			
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Deficiente conocimiento en negociación comercial.	0,08	2	0,16
Desconocimiento de posibles consumidores.	0,06	2	0,12
Dificultad de acceso a fuentes de financiamiento.	0,06	1	0,06
TOTAL	1,00	5	3,44

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Lo relevante es comparar el peso ponderado total de las fortalezas contra el de las debilidades, determinando si las fuerzas internas de la organización son favorables o desfavorables, o si el medio interno de la misma es favorable o no. En el caso que nos ocupa, las fuerzas internas son favorables a la organización con un peso ponderado total de 3,10 contra 0.34 de las debilidades.

Tabla 41 - MATRÍZ DE FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES			
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Preferencia de productos sanos y con alto valor nutricional.	0,19	4	0,76
Creciente demanda por productos alimenticios elaborados.	0,18	4	0,72
Nichos de mercado no atendidos.	0,22	3	0,66
Apertura de nuevos mercados.	0,13	3	0,39
AMENAZAS			
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Consumo de productos sustitutos.	0,10	2	0,20
Inestabilidad de precios internacionales.	0,07	1	0,07
Incremento de competidores.	0,09	2	0,18
Inestabilidad política entre Ecuador y Chile.	0,02	2	0,04
TOTAL	1,00		3,02

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La clave de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos, consiste en que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas. En este caso el peso ponderado total de las oportunidades es de 2,53 y de las amenazas es 0,49, lo cual establece que el medio ambiente es favorable.

3.7.3.3 PROYECCIONES DE ESTUDIO

En cuanto al cálculo del consumo nacional aparente, se tomó en cuenta el 67% de las personas que tienen edades entre 24 y 25 años que consumen

esta clase de productos alimenticios transformados, de los mismos que el 26,5% hacen preferencia a consumir productos más saludables – gourmet, por ejemplo las pulpas de frutas.

Tabla 42 - POBLACIÓN CONSUMIDORA DE ALIMENTOS GOURMET

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN 67%	ALIMENTOS GOURMET 26,5%
2012	17.464.814	11.701.425	3.100.878
2013	17.619.708	11.805.204	3.128.379
2014	17.758.046	11.897.891	3.152.941
2015	17.917.868	12.004.972	3.181.317
2016	18.079.129	12.113.016	3.209.949
2017	18.241.841	12.222.033	3.238.839
2018	18.406.017	12.332.031	3.267.988
2019	18.571.672	12.443.020	3.297.400
2020	18.738.817	12.555.007	3.327.077

FUENTE: ProChile, INE Chile

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Para obtener el consumo nacional aparente se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{CNA} = (\text{PN} + \text{M}) - \text{X}$$

Dónde:

CNA = Consumo nacional aparente

PN = Producción nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

Tabla 43 - CONSUMO NACIONAL APARENTE

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL CHILENA	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	CNA - TM
2012	0	26.418	115.341	88.923
2013	0	29.799	117.216	87.417
2014	0	33.180	119.091	85.911
2015	0	36.561	120.966	84.405

2016	0	39.942	122.841	82.899
2017	0	43.323	124.716	81.393
2018	0	46.704	126.591	79.887
2019	0	50.085	128.466	78.381
2020	0	53.466	130.341	76.875

FUENTE: Banco Central de Chile

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Cabe recalcar que para el cálculo del consumo nacional aparente no se contará con información sobre la producción de naranjilla en Chile, ya que su ínfima producción solo abastece a los sectores de cultivo es decir para el consumo interno y sobre todo no se presentan estadísticas de producción nacional, es por ello que dichos datos no son tomados en cuenta, pero en necesario indicar que Chile si exporta naranjilla, una vez que sus intermediarios se hayan encargado de importar dicha fruta de los diferentes países.

Tabla 44 - PRODUCCIÓN MENSUAL DE NARANJILLA EN CHICAL

MESES 2015	PRODUCCIÓN TM
Enero	148
Febrero	152
Marzo	133
Abril	145
Mayo	185
Junio	173
Julio	186
Agosto	204
Septiembre	214
Octubre	219
Noviembre	236
Diciembre	246
TOTAL	2240

FUENTE: MAGAP, Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

3.7.3.4 DEMANDA INSATISFECHA

Para realizar la proyección de la demanda se tiene en cuenta datos importantes como:

- Población: 17.758.046
- Crecimiento de la población: 0,88%
- Consumo promedio por persona anualmente: 8,60 kg

Tabla 45 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE NARANJILLA

AÑO	POBLACIÓN SEGMENTADA	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL		DÉFICIT	POBLACIÓN 26,5%	DÉFICIT TOTAL Kg	DEMANDA INSATISFECHA TM
		REAL Kg	RECOMENDADO Kg	Kg			
2012	11701425	7,60	8,60	1,00	3100878	3102953	3103
2013	11805204	7,40	8,60	1,20	3128379	3738556	3739
2014	11897891	7,22	8,60	1,38	3152941	4348878	4349
2015	12004972	7,03	8,60	1,57	3181317	4992005	4992
2016	12113016	6,84	8,60	1,76	3209949	5637329	5637
2017	12222033	6,66	8,60	1,94	3238839	6284869	6285
201 8	12332031	6,48	8,60	2,12	3267988	6934645	6935
2019	12443020	6,30	8,60	2,30	3297400	7586678	7587
2020	12555007	6,12	8,60	2,48	3327077	8240987	8241

FUENTE: MAGAP, Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

3.7.3.5 OFERTA EXPORTABLE

La producción de naranjilla en la parroquia El Chical ya existía hace algún tiempo pero de manera silvestre y desde hace 10 años empezó su cultivo de manera más intensiva, gracias a la fuerte demanda de este producto en los mercados de Quito, Ibarra y Tulcán; la humedad relativa en la cual la naranjilla se desarrolla bien es en zonas con humedad de 78 a 92% y como en la zona solo se producen híbridos, estos se desarrollan bien a plena exposición solar, sin necesidad de adicionar sombra de los árboles.

Debido al gran tamaño de las hojas y las ramas quebradizas, la planta de naranjilla no resiste a lugares ventosos, por lo que es conveniente seleccionar zonas libres de vientos fuertes o protegidas con la vegetación natural de la zona, es así que en la zona de El Chical la naranjilla se desarrolla bajo las siguientes condiciones:

- Clima: temperatura promedio 20,60°C; heliofanía 2,6 horas luz día; precipitación 4000 mm en un promedio de 280 días de lluvia al año; humedad relativa 860/o y nubosidad 7.
- Suelo: laterol amarillo rojizo, están situados por debajo de los 1000 m de altitud y son pobres en materia orgánica, el relieve es ondulado con drenaje normal y pH ácido de 5,0 a 5,6.
- PH: la naranjilla requiere un pH entre 5,3 y 6,0.
- Textura: la naranjilla se desarrolla bien en suelos de textura franca, franco arcilloso o franco arenosa, profundos (mayor a 60 cm), con buen contenido de materia orgánica y con buen drenaje porque no soporta encharcamientos.
- Pendiente: son aconsejables los suelos ligeramente inclinados a inclinados (no mayor a 40%), ya que en suelos planos, las altas precipitaciones hacen que estos se inunden y provoquen la asfixia radicular, pudriciones y muerte de las plantas.
- Distanciamiento de siembra: 2 mts x 2 mts. un total de 2500 plantas por hectárea.

Según los datos proporcionados por el técnico del MAGAP y la investigación de campo, se puede concluir que Chical es una zona factible para la producción de naranjilla híbrida; la cual contiene mayor grado de acidez, exactamente acorde a los requerimientos del consumidor chileno, misma que proporciona características aptas para su cultivo, venta y exportación, según lo expresado en el proyecto en la TABLA No. 44, se expone datos de la cosecha mensual desde enero a mayo con una proyección al mes de diciembre dando como resultado una producción de 2240 toneladas anuales, que según las ventas de los productores realicen a la empresa, se puede cubrir un 10% de la demanda insatisfecha siendo 183 toneladas dispuestas para su transformación en pulpa de naranjilla.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Los productores de la parroquia El Chical consideran que es factible exportar los derivados de la naranjilla porque la producción en la superficie de cosecha es significativa ya que el producto según los compradores ha sido catalogado de calidad y esto ha hecho posible la existencia de una gran oferta de dicha fruta.
- El análisis POAM da como resultado que Chile es el país más opcionado para exportar la naranjilla transformada en pulpa, porque gracias a los cambios de hábitos de consumo en los chilenos, hace posible el consumo de productos con mayor grado nutritivo, siendo así la pulpa de naranjilla uno de ellos. Los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos analizados sobre el país de destino determinan que las condiciones del mercado chileno son muy favorables para poder exportar el producto.
- La investigación de mercado demuestra la demanda insatisfecha en Chile, misma que se obtuvo mediante la estratificación del 67% de las personas que tienen entre 24 y 35 años que adquieren productos alimenticios transformados y a su vez según ProChile el 26.5% de ellos prefiere consumir alimentos gourmet, un ejemplo por citar son las pulpas de frutas.
- Las relaciones comerciales entre Chile y Ecuador gracias al Acuerdo de Complementación Económica No. 65 que entró en vigencia el 25 de enero de 2015 busca administrar una zona de libre comercio de ambas vías a favor de más del 98% de los productos ecuatorianos que se exportan a Chile ingresando con cero arancel a su mercado.

- El impacto ambiental que tendrá el proyecto en la sociedad es muy bajo porque el desperdicio que genera la producción de pulpa de naranjilla no es significativo y tampoco afecta al medio ambiente, es más los residuos que se generen se podrán vender a empresas recicladores de dichos desperdicios.

4.2. RECOMENDACIONES

- Llevar un estricto control de calidad durante la producción de la pulpa, debido a que el producto que se obtendrá depende de los controles que se le dé y logre altos estándares de calidad.
- Estrechar vínculos no solo laborales con los productores de la materia prima, con la finalidad de plantear y aplicar estrategias beneficiosas para el productor y el comprador.
- Motivar a los productores de naranjilla híbrida de la parroquia El Chical para que cultiven con mayor calidad dicha fruta, de tal manera que puedan cumplir con las exigencias del mercado internacional y así también lograr aumentar su cantidad de cosecha.
- La tendencia de consumo hacia los productos naturales es más latente, por lo que la empresa despulpadora debe enfocarse en ésta línea de productos naturales con altos grados de beneficios al consumidor.
- Ecuador en su afán de lograr mayores exportaciones del producto nacional, debería incentivar la implementación de esta clase de proyectos mediante financiamientos acordes al microempresario.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Ecuador ha sido privilegiado con tierras fértiles y un clima variado, acordes para una buena gran producción de muchas clases de alimentos y en particular de frutas destinadas en su mayoría para la comercialización internacional, mismo que exige altos estándares de calidad y a su vez que logren cumplir con los requerimientos y las necesidades de los países a los que se exporte el producto, entre ellas tenemos el banano, el mango, la naranjilla, el kiwi, etc.

La producción de naranjilla en la parroquia El Chical aunque ya existía hace algún tiempo, en los últimos años se ha venido intensificando debido a la fuerte demanda del producto en ciudades como Tulcán, Ibarra y Quito; la fruta se puede desarrollar en ambientes acordes con humedad de 78 a 92% y como en la zona solo se producen híbridos, estos se desarrollan bien a plena exposición solar, sin necesidad de adicionar sombra de los árboles.

Es por eso que una producción de gran magnitud no solo necesita ser vendida en mercados internacionales como fruta natural, sino también proporcionándole un valor agregado, de ahí la finalidad del presente proyecto, transformar la materia prima en alimentos ya procesados con altos estándares nutricionales y sobre todo de calidad.

5.3. JUSTIFICACIÓN

Para poder evaluar este proyecto es necesario considerar cuatro estudios básicos, los cuales son: “estudio de factibilidad de mercado, técnico, medio ambiental y económico- financiero” (Ramírez, et al, 2009, P. 60). El estudio de mercado prácticamente está contemplado y analizado en el Capítulo III, en donde, la parroquia El Chical ofertan frutas en cantidades considerables, pero para no crear ningún tipo de impacto ambiental en primera instancia, se consideró un cierto porcentaje de la misma para comercializarla.

La ubicación estratégica de la empresa despulpadora, será fundamental para poder mejorar las relaciones comerciales y logísticas dentro de esta cadena productiva, ya que los productores podrán negociar sus frutas a un mejor precio, la mercadería podrá ser trasladada al cliente en condiciones y tiempos óptimos, lo que significa reducir costos y transformarlos en utilidad para el propietario.

5.4. OBJETIVOS

Objetivo General

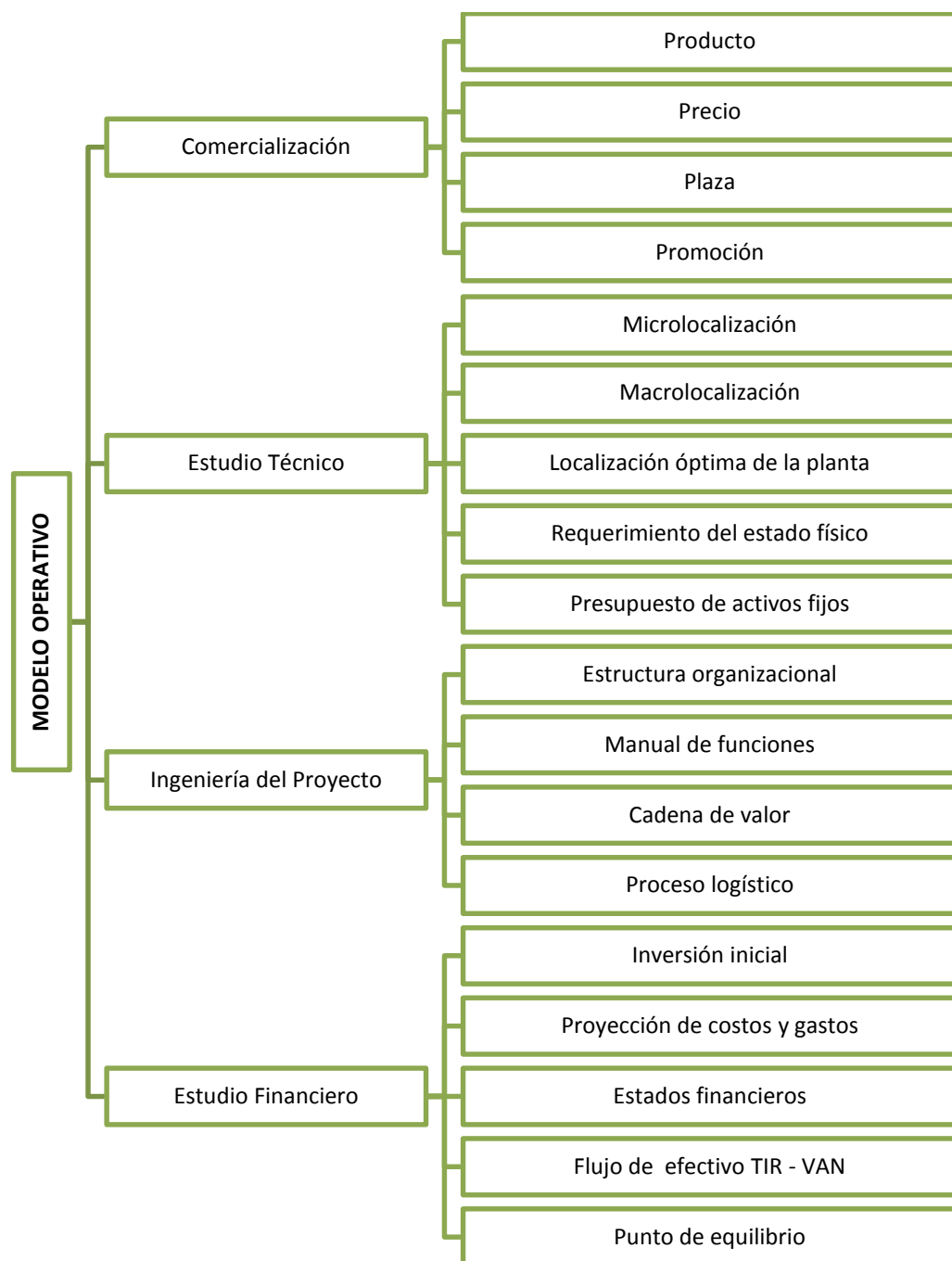
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de naranjilla al mercado de Chile

Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio técnico que permita determinar la micro-macro localización de la planta y los requerimientos del estado físico para su ubicación.
- Desarrollar una ingeniería del proyecto e donde se logre conocer el proceso logístico de la empresa.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la inversión requerida del proyecto y su factibilidad.

5.5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

Ilustración 9 - MODELO OPERATIVO



FUENTE: Adaptado de Baca Urbina, Lerma
ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

5.5.1 COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

Tabla 46 - FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

	
NOMBRE:	Pulpa de Naranja
NOMBRE CIENTÍFICO:	Lulum
DESCRIPCIÓN:	Producto pastoso nada diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL:	Carbohidratos: 6.3 g
	Proteína: 0.6 g
	Lípidos - Grasa: 0.1 g
	Agua: 92 g
	Calorías por 100 g: 25
PRESENTACIÓN DE EMPAQUE:	Bolsa plástica de polipropileno
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS:	COLOR: Intenso y homogéneo, semejante a la naranja, presentado un ligero cambio de color
	AROMA: Característico e intenso de fruta madura y sana
	SABOR: Característico e intenso de fruta madura y sana, libre de cualquier sabor extraño, amargo, etc.
	CONSISTENCIA: Debe sentirse en la boca fluida y homogénea, sin espuma, ni partículas extrañas.
TIPO DE CONSERVACIÓN:	Congelación a temperatura de -18 a -20 °C

ALMACENAMIENTO:	Mantenerlo en congelación constante de -18 a - 20 °C
FORMULACIÓN:	PULPA DE FRUTA: Base de calculo
	Ajustar el pH de 3.5 a 3.8
	CONSERVANTE: 0.02% - 0.05%
VIDA ÚTIL:	480 días a partir del día de su elaboración

FUENTE: Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias
ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 47 - DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

SUBPARTIDA ARANCELARIA	2007999200																				
ETIQUETADO	 Información nutricional Tamaño por porción 1 vaso (50g disueltos 200 ml de agua) Porciones por envase aproximadamente 10 <table border="1"> <tr> <td>Cantidad por porción</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Calorías 50</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa total 0 g</td> <td>%VD *</td> </tr> <tr> <td>Sodio 0 mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Carbohidrato total 13 g</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Azúcar 12 g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteína 0 g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B2</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B3</td> <td>2%</td> </tr> </table> INGREDIENTES: Pulpa de NaranjaJilla, azúcar, fibra natural. Pulpas obtenidas con las mejores frutas cultivadas en el campo. Las frutas contienen muchas vitaminas (A, complejo B, C, E), minerales (calcio y fósforo) y gran contenido de fibra. FABRICADO POR: PULPIFRUT TLC: 0990305244 TULCÁN - CARCHI - ECUADOR Preparación: 1.- Vierta el contenido del sobre en la licuadora. 2.- Agregue agua o leche y licue. 3.- Pruébelo y si desea más agua y azúcar al gusto. CONSERVE SE REFRIGERADO VENCE: LOTE: 	Cantidad por porción		Calorías 50		Grasa total 0 g	%VD *	Sodio 0 mg	0%	Carbohidrato total 13 g	4%	Azúcar 12 g		Proteína 0 g	0%	Vitamina C	20%	Vitamina B2	2%	Vitamina B3	2%
Cantidad por porción																					
Calorías 50																					
Grasa total 0 g	%VD *																				
Sodio 0 mg	0%																				
Carbohidrato total 13 g	4%																				
Azúcar 12 g																					
Proteína 0 g	0%																				
Vitamina C	20%																				
Vitamina B2	2%																				
Vitamina B3	2%																				
EMPAQUE Y ROTULADO	 10 cm - ancho 19 cm - largo 24 cm - alto  38 cm - ancho 50 cm - largo 48 cm - alto																				

	Cualitativas	Cuantitativas
DOCUMENTACIÓN	Permisos de exportación Cuotas Precios oficiales Impuestos antidumping Impuestos compensatorios	Regulaciones sanitarias Regulaciones fitosanitarias Requisitos de empaque Requisitos de etiquetado Regulaciones de toxicidad Normas de calidad, normas de origen Marca de país de origen Regulaciones ecológicas Normas técnicas y otras (ISO 9000, ISO 14000)

FUENTE: ProEcuador, PrChile

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El producto a ofertar es la pulpa de naranjilla con un alto valor nutritivo y de acides según los gustos y preferencias del mercado chileno; para la venta al consumo, el producto es presentado en fundas herméticas de polipropileno, acordes para la conservación y la esterilidad del producto, cuyo contenido es de 500 gramos envasados al vacío al peso neto de empaque que será en cajas de apilamiento de 38x50x48 cm.

El producto está marcado de forma que muestre la calidad, pureza, ingredientes o mezclas, al igual que el peso neto del contenido; las etiquetas son exhibidas en español, detallando todos los ingredientes, aditivos, fechas de fabricación y vencimiento, junto con el nombre de la empresa productora. El tamaño y peso neto del producto esta convertido al sistema métrico y según el art. 421 del Reglamento Sanitario de los Alimentos de Chile, los alimentos de baja acidez es cualquier alimento con un valor de pH sea mayor de 4,5, es por eso que la pulpa de naranjilla producida en Chical cumple con dichos requerimientos.

El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración expresa que Chile en el 2006 comenzó con la aplicación de la medida que obliga a detallar el aporte nutricional de todos los alimentos envasados y bebidas, tanto para los productores locales como para los importadores; así mismo en el ingreso de la mercadería los pallets deberán haber tenido un tratamiento y sello que

certifique que la madera está fumigada, esta exigibilidad es expuesta por la NIMF n° 15 de Chile.

PRECIO

Para poder especificar un precio para el mercado de consumo, se debe elegir una adecuada estrategia de precios, ya que es un paso fundamental dentro del proceso de fijación del mismo porque establece las directrices y límites para: la fijación del precio inicial y los precios que se irán estableciendo a lo largo del ciclo de vida del producto, todo lo cual, apunta al logro de los objetivos que se persiguen con el precio. Por ello, resulta imprescindible tener un buen conocimiento acerca de varios puntos a considerar al momento de diseñar una estrategia de este tipo.

Se establece el precio de venta al público (P.V.P) en base a los resultados del proceso logístico de exportación en comparación con los precios existentes en el mercado y que estén dirigidos al mismo segmento, es decir se considerará a la competencia como referencia para fijar un precio similar; con esto se establecerá una estrategia inicial de penetración, es decir mantener precios bajos en el mercado, para facilitar la distribución y comercialización del producto.

La existencia de un alto porcentaje de competencia, hace que sea más difícil permanecer en un mercado como este, pero en el caso de la pulpa de naranjilla se tiene un mercado amplio de aceptación ya que la fruta no es producida significativamente en Chile, es por ello que se aplicará la estrategia de demanda de mercado, ya que los precios se elevarán de acuerdo a la demanda del mismo. El precio inicial que se fijara para la venta será de 1,87 dólares, por cada contenido de 500g.

PLAZA

Los consumidores chilenos por lo general prefieren adquirir frutas en ferias libres, debido a la gran disposición y variedad de los productos que se ofertan, pero de igual manera aunque a mayor precio y solo fruta seleccionada se tiene

a disposición en supermercados, en donde se realiza y una exposición directa de la pulpa de naranjilla con mejores estándares de calidad, ya que la preferencia por las frutas tropicales no tradicionales provenientes de Ecuador cada vez va aumentando gracias al conocimiento de la calidad que el país ofrece.

Chile debido a la mala alimentación que la población ha venido manteniendo durante décadas, ha visto factible realizar varias campañas incentivando el consumo de alimentos saludables mediante el consumo 5 al día, que pretende promover el consumo de cinco porciones de frutas y verduras de distintos colores cada día, proveyendo de recetas con ideas atractivas de fácil preparación en los lugares de abastecimiento con mayor concurrencia.

Según ProCHile éste programa de alimentación saludable fue creado en Chile en el año 2006 formado por el sector académico, privado y con el apoyo del gobierno a través de los Ministerios de Salud y Agricultura y de los Organismos Internacionales; la principal razón por la que se incluyen frutas, en la alimentación diaria, es por los beneficios que brinda para la salud y por tener pocas calorías, otorgando mayor vitalidad, energía, hidratación y vitaminas, así como también previene el envejecimiento. Generalmente, las mujeres dentro del hogar tienen mayor injerencia en la compra de alimentos o en el diseño de la dieta alimentaria, por esta razón las campañas de promoción para el consumo de frutas suelen estar enfocadas hacia las mujeres.

Características de presentación del producto por canal de distribución

En Chile, para el mercado de la pulpa de fruta fresca importada existen dos canales principales de comercialización dependiendo quien sea el consumidor final y como regla general, el producto se presenta de las siguientes maneras:

- En envases con pequeñas cantidades (nichos o gourmet), en el mercado retail.

- Además de presentaciones congeladas o industrializadas, dependiendo de la fruta específica que se esté comercializando.

PROMOCIÓN

Debido a que es un producto relativamente nuevo en el mercado, hay que lograr que la gente conozca de él, que se familiarice con el mismo, que lo identifique y lo prefiera para llegar a un posicionamiento y top of mind deseado; posteriormente la empresa optará por tomar los elementos más importantes de la promoción, uno de ellos es dar a conocer el producto en ferias o rondas de negocios que Chile realiza constantemente, así familiarizando al consumidor con su posible producto de consumo.

La creación de una página web ayudará a mantener una comunicación efectiva tanto con el importador como con los consumidores que adquieran el producto; esta página web, contará con la historia de la empresa, la descripción del producto que se oferta y el precio del mismo. Una parte interesante que permite la interacción de los interesados en el producto con la página son las pestañas de receta y nutrición, en estas existirán varias recetas fáciles y rápidas para elaborar con pulpa de naranjilla y además con datos interesantes y curiosos acerca de la alimentación y nutrición de las personas; además se establecerá una opción “contáctenos” en la cual cada consumidor o importador podrá escribir cualquier inquietud, pregunta o pedido a realizarse y será respondido inmediatamente.

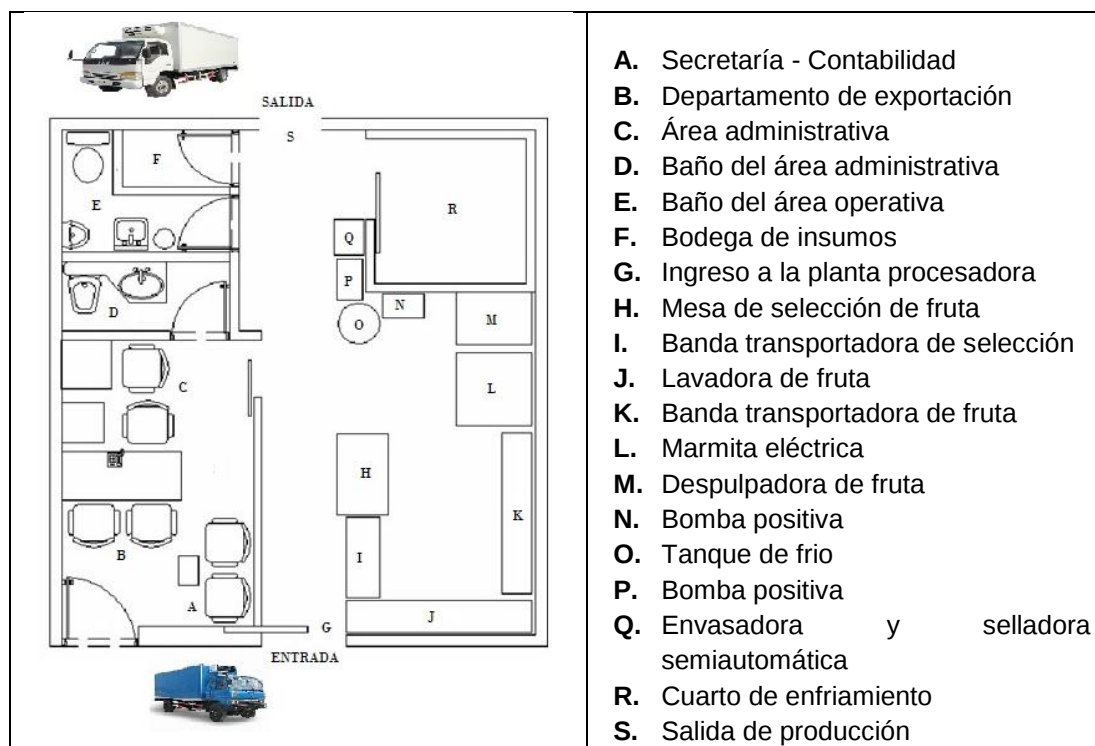
5.5.2 ESTUDIO TÉCNICO

MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización en el estudio técnico permite determinar todos los aspectos físicos y operativos necesarios para la producción de pulpa de naranjilla, estableciendo los espacios y el tamaño ideal para todo el proceso de transformación de la materia prima en producto transformado. El espacio

que se requiere para la implementación de la empresa procesadora de la pulpa consta de varias áreas como: área administrativa, área de recolección de la materia prima y área de transformación de la misma.

Tabla 48 - MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



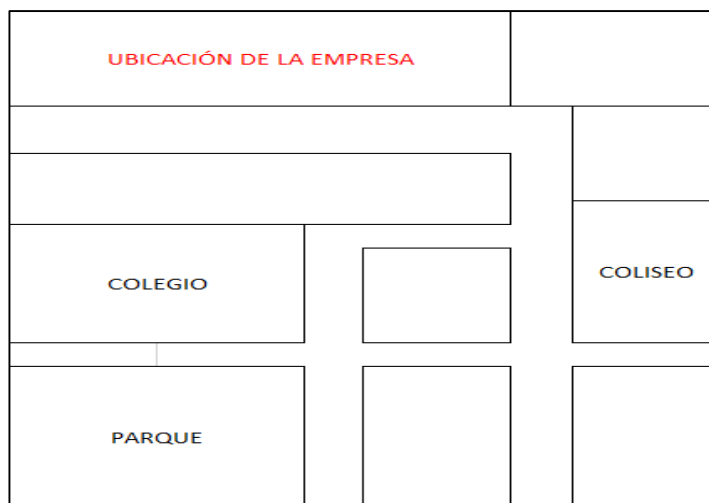
FUENTE: Despulpadora Ecoserv

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

MACROLOCALIZACIÓN

Los productores de naranjilla de la parroquia El Chical consideran factible la ubicación de la empresa despulpadora dentro de la parroquia como se expone en la Tabla No. 48; las instalaciones estarán en la vía a la piscina ya que las hectáreas para la construcción cuentan con los requerimientos acordes para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 49 - MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



FUENTE: Investigación de campo – Chical

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 50 - LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

FACTOR ZONA	PA %	CHICAL		TULCÁN	
Factores Relevantes		CALF.	CP	CALF.	CP
Cercanía del cliente	30	4	1,2	5	1,5
Costo de edificación	10	3	0,3	6	0,6
Vías de comunicación	20	3	0,6	8	1,6
Mano de obra disponible	10	7	0,7	8	0,8
Disponibilidad de materia prima	20	9	1,8	6	1,2
Aspectos fiscales	10	6	0,6	6	0,6
TOTAL	100	5,2		6,3	

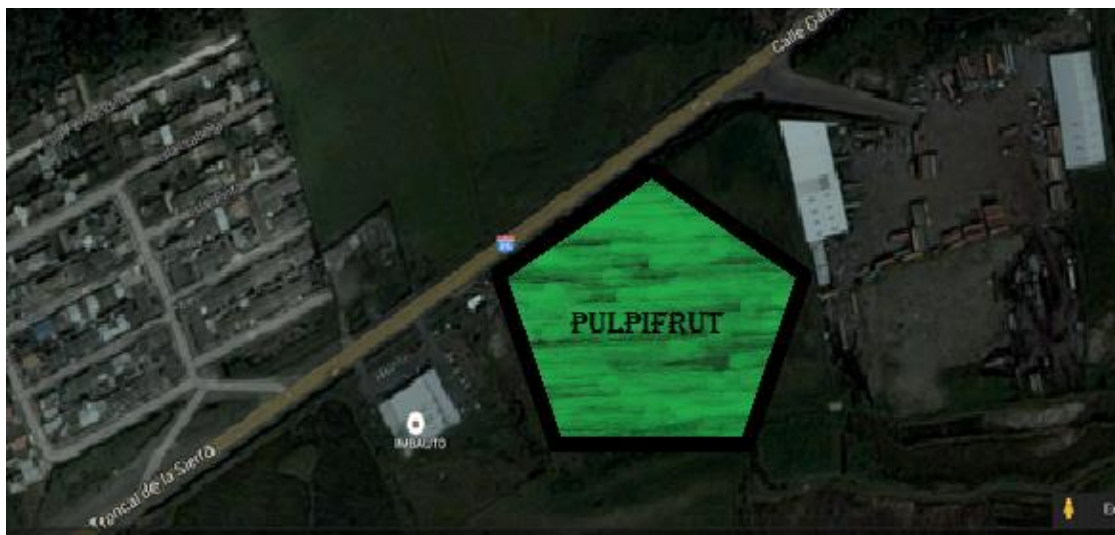
FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Utilizando el método de los factores ponderados se determina que la localización más idónea para la instalación de la empresa despulpado de naranjilla es en la ciudad de Tulcán, debido a que es varios factores son factibles y entre los más preponderantes están: la cercanía al cliente, las vías

de comunicación y la mano de obra disponible, además de es un lugar estratégico por su acceso a tecnologías de la comunicación.

Ilustración 10 - LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

REQUERIMIENTO DEL ESTADO FÍSICO

Al determinar los requerimientos físicos de la empresa, se toma en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 51 - REQUERIMIENTOS DEL ESTADO FÍSICO

No.	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO m^2
1	Secretaría, contabilidad y exportación	6,00
2	Área administrativa	6,00
3	Área de transformación	10,00
4	Baños	5,00
5	Zona de vehículos	7,00
TOTAL		34,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 52 - ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos - Inversión Fija			2.015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			60.000
Edificio	1	60.000	60.000
Maquinaria y Equipo			15.930
Despulpadora de fruta	2	2.000,00	4.000
Envasadora y selladora	1	1.900,00	1.900
Balanza electrónica	1	1.900,00	1.900
Baldes plásticos	3	10,00	30
Banda transportadora	2	2.300,00	4.600
Mesa de acero	1	50,00	50
Lavadora de fruta	1	1.500,00	1.500
Marmita eléctrica	1	950,00	950
Bomba positiva	2	500,00	1.000
Muebles y Enseres			1.464
Sillón Ejecutivo	2	80,00	160,00
Escritorio	2	220,00	440,00
Sillas	8	35,00	280,00
Mesas	4	50,00	200,00
Archivadores	2	70,00	140,00
Teléfono	2	95,00	190,00
Esferos por caja	4	5,00	20,00
Resma de papel	3	4,00	12,00
Carpetas	12	0,25	3,00
Grapadora	2	1,50	3,00
Perforadora	2	1,00	2,00
Calculadora	2	7,00	14,00
Equipo de Computo			3.100
Computadoras	3	800	2.400
Impresoras	2	350	700
Total Activos Fijos - Inversión Fija			80.494

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Como se puede observar, la inversión inicial en activos fijos asciende a 80.494 dólares, de los cuales se tiene como activo de mayor representación el valor del edificio con cuarto frío, pues se requiere de éste para la producción y conservación de la pulpa de naranjilla

Tabla 53 - GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015
Investigación y diseño	1	200,00	200
Abogado	1	150,00	150
Permisos ARCSA	1	750,00	750
Certificados sanitarios	1	50,00	50
Inscripción - Superintendencia de Compañías	1	80,00	80
Certificación ARCSA	1	750,00	750
	1		0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1.980

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

En cuanto a los gastos de constitución, se invierte 1.980 dólares para los distintos permisos que se requieren dentro de la creación de la empresa.

5.5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

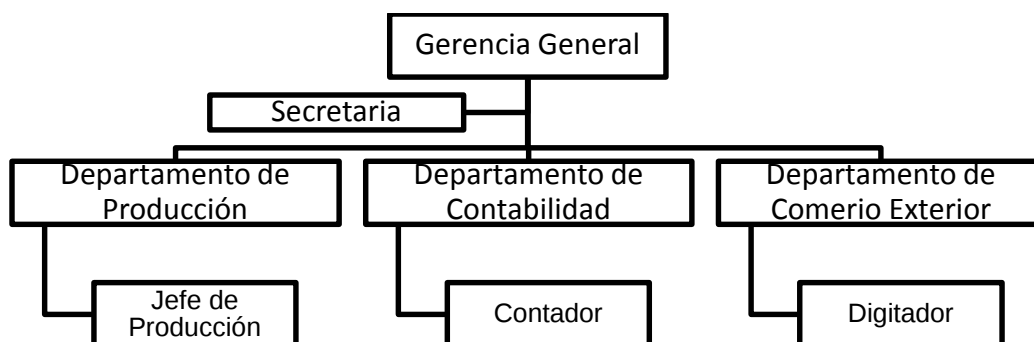
MISIÓN

Mejorar la calidad de vida de las personas, poniendo a su alcance una mejor nutrición de manera sencilla a través de la utilización de frutas naturales, logrando tener una sociedad más saludable y consiente de adquirir productos nutritivos con altos grados de calidad.

VISIÓN

En cinco años establecernos como una empresa productora de pulpas de frutas para promover los mejores productos para el cuidado de la salud de las personas, planteando un mensaje de cambio en los hábitos alimenticios.

Ilustración 11 - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 54 - GERENCIA GENERAL

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente
Área	Directivo
Unidad	Gerencia General
Reporta	N/A
Supervisa	Todos los departamentos de la empresa
Remplaza a	N/A
Coordina con	Departamentos de la empresa
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Manejar adecuadamente los conocimientos que hacen desempeñar su cargo de una manera socialmente responsable, fundamentado en conocimientos teórico - prácticos que aseguren su rendimiento ocupacional.	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Presidir las reuniones de la junta de accionistas y otras reuniones.	
Presentar informes sobre la marcha de la empresa	
Hacer cumplir los estatutos y reglamentos de la empresa	
Representar a la empresa en todas las relaciones externas	
Celebrar toda clase de contratos relacionados con las actividades de la empresa	
Celebrar todas las operaciones civiles o comerciales necesarias para el normal funcionamiento de la empresa	
Ordenar los gastos, según los montos señalados por la empresa	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal	Poseer título universitario en administración de empresas Ser miembro fundador de la empresa
Formación Adicional Conocimientos en:	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación y organización
Experiencia	3 años en desempeño del mismo cargo
Habilidades	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal, tolerancia a la frustración

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 55 - SECRETARIA

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Secretaria
Área	Directivo
Unidad	Secretaría General
Reporta	Gerente General
Supervisa	N/A
Remplaza a	N/A
Coordina con	Gerente General
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Se ocupa de la realización de actividades elementales de oficina, además de ser la estrecha colaboradora del gerente general con el cual colabora, es decir de alguna manera es la gestora de su tiempo para que este no tenga más que preocuparse que en lo que respecta a la toma de decisiones de la empresa para así conseguir mejores resultados	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Personalidad equilibrada y proactiva	
Autoestima positiva	
Capacidad de adaptación a los cambios	
Habilidades comunicativas	
Capacidad e crear, innovar e implementar	
Disposición para trabajar en equipo	
Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal	Poseer título universitario Especialización
Formación Adicional Conocimientos en:	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación y organización, comunicación efectiva oral y escrita y responsabilidad
Experiencia	Estar desempeñando o haber desempeñado el mismo cargo por lo mínimo 2 años
Habilidades	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal, tolerancia a la frustración

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 56 - JEFE DE PRODUCCIÓN

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Jefe de producción
Área	Operativa
Unidad	Departamento de producción
Reporta	Gerente General
Supervisa	Operarios
Remplaza a	N/A
Coordina con	Todos los departamentos
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Coordina las funciones y actividades de la gerencia de producción, así mismo como a los operarios de cada área operativa de la empresa	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Consolidar propuestas, normas y procedimientos de control interno hacia los operarios	
Preparar y presentar al gerente general, dentro de los términos previstos el plan anual de las actividades de los departamento operativos	
Prepara y presentar trimestralmente al gerente general los avances del plan anual de la empresa	
Supervisar la preparación de los procesos productivos	
Ejecutar funciones y actividades dentro de la gerencia de producción	
Las demás actividades señaladas en su contrato laboral y las que le asigne el gerente general	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal	Poseer título universitario en tecnólogo en administración
Formación Adicional Conocimientos en	Toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación y organización, comunicación efectiva oral y escrita y responsabilidad
Experiencia	Tener experiencia profesional mínima de 3 años en cargos similares
Habilidades	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal, tolerancia a la frustración

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 57 - CONTADOR

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Contador
Área	Administrativa
Unidad	Departamento de contabilidad
Reporta	Gerente General
Supervisa	N/A
Remplaza a	N/A
Coordina con	Gerente General, Jefes de los departamentos
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Aplicar, analizar e interpretar la información contable y financiera de la empresa, con la finalidad de diseñar e implementar instrumentos y mecanismos de apoyo a las directivas de la organización en el proceso de toma de decisiones.	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Capacidad de analizar problemas y formular soluciones sobre temas contables financieros	
Capaz de desempeñarse profesionalmente con liderazgo	
Capacidad de trabajo en equipo, que pueda trabajar en distintos grupos de personas	
Poseedor de criterio analítico, creativo, estratégico	
Competente para diseñar, administrar y evaluar información financiera y no financiera	
Reportar mensualmente la situación económica de la empre	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal	Poseer título universitario en contabilidad
Formación Adicional Conocimientos en	Toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación y organización, comunicación efectiva oral y escrita y responsabilidad
Experiencia	Tener experiencia profesional mínima de 3 años en cargos similares
Habilidades	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal, tolerancia a la frustración

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 58 - DIGITADOR

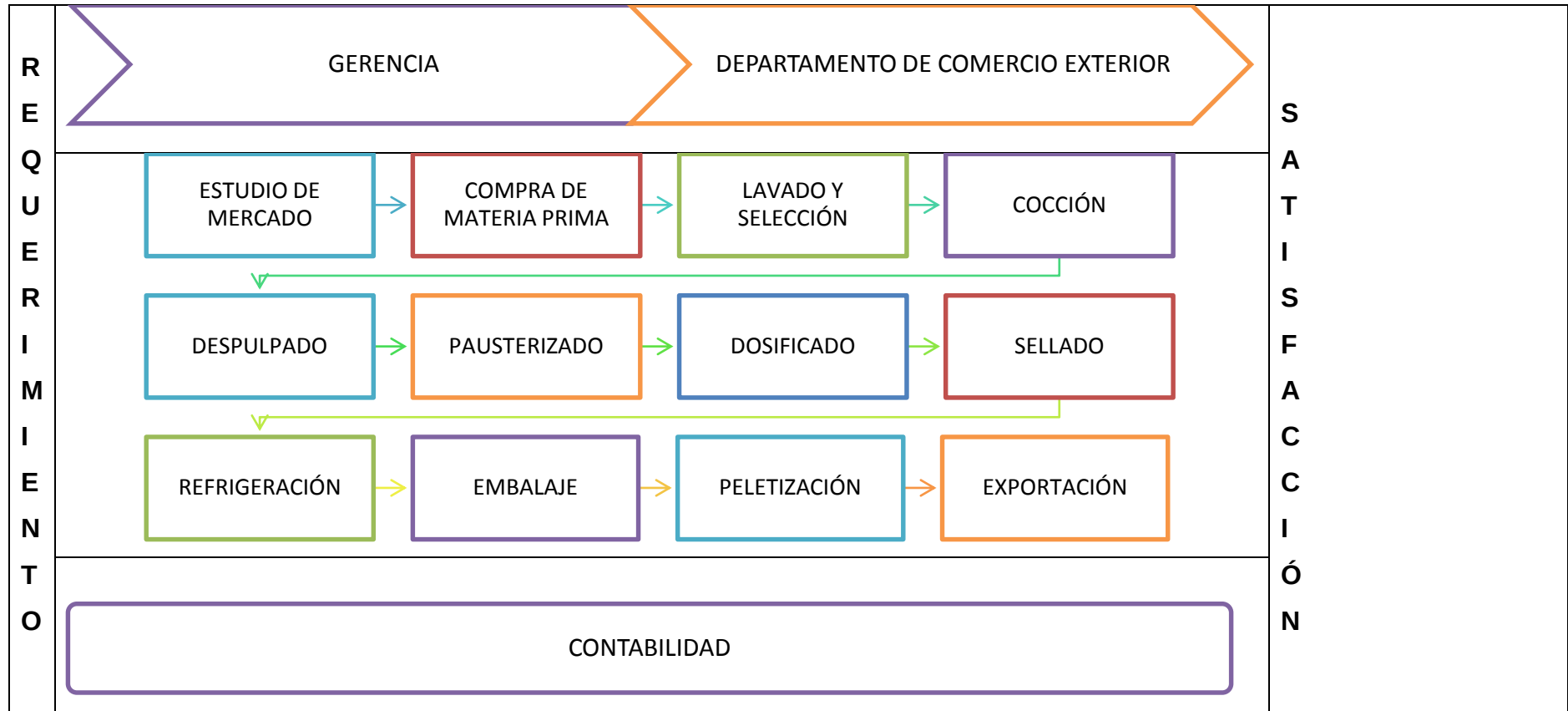
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Digitador
Área	Operativa
Unidad	Departamento de Comercio Exterior
Reporta	Gerente General
Supervisa	N/A
Remplaza a	N/A
Coordina con	Gerente General, Jefes de los departamentos
II. PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Digitar la información de los distintos trámites aduaneros en el sistema operativo ECUAPASS	
III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Capacidad de analizar problemas y formular soluciones sobre temas aduaneros	
Capaz digitar información bajo presión y en períodos de tiempo cortos	
Capacidad de trabajo en equipo, que pueda trabajar en distintos grupos de personas	
Poseedor de criterio analítico, creativo, estratégico	
Competente para evaluar el desarrollo de un proceso de exportación	
Reportar semanalmente la situación aduanera de los trámites	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal	Poseer título de ingeniero en Comercio Exterior
Formación Adicional Conocimientos en	Toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación y organización, comunicación efectiva oral y escrita y responsabilidad
Experiencia	Tener experiencia profesional mínima de 1 año en cargos similares
Habilidades	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal, tolerancia a la frustración

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

CADENA DE VALOR

Ilustración 12 - CADENA DE VALOR

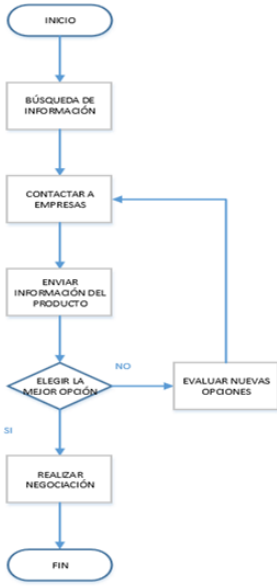


FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

FICHAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Tabla 59 – ESTUDIO DE MERCADO

 Naranjilla	ESTUDIO DE MERCADO			Código:	PO-001
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:	Gerente general				
Objetivo:	Realizará un previo análisis de la demanda de pulpa de naranjilla				
Alcance:	El encargado realizará una investigación de la posible demanda del producto				
1.DETALLE					
Responsable	Detalle			Documento	
Gerente General	1. Buscar en la base de datos del banco central, las empresas demandantes del producto 2. Contactarse con las empresas de mayor demanda 3. Enviar información sobre el producto 4. Según requerimientos, establecer la mejor opción 5. Realizar negociación con la empresa mas ocionada			1. Ficha del producto 2. Ficha de porcentajes de venta	
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> Búsqueda[BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN] Búsqueda --> Contacto[CONTACTAR A EMPRESAS] Contacto --> Enviar[ENVIAR INFORMACIÓN DEL PRODUCTO] Enviar --> Elegir{ELEGIR LA MEJOR OPCIÓN} Elegir -- NO --> Evaluar[EVALUAR NUEVAS OPCIONES] Evaluar --> Contacto Elegir -- SI --> Realizar[REALIZAR NEGOCIACIÓN] Realizar --> FIN([FIN]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	CÁLCULO	RESPONSABLE	
Tiempo de transferencia de información	Día que envió información + número de días que tardo en enviar información	Por calcular	Por envío	Administrador	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente general	Computador, impresora				
REVISADO	APROBADO		FECHA		
GERENTE GENERAL	GERENTE GENERAL		DIA. MES. AÑO		

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

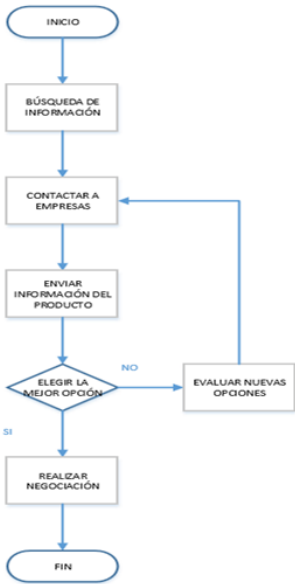
Tabla 60 - PROCESO PRODUCTIVO

	PROCESO PRODUCTIVO			Código:	PO-002
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:	Jefe de Producción				
Objetivo:	Realizarla la compra, recepción y transformación de la materia prima				
Alcance:	El encargado deberá realizar la compra, recepción y transformación de la materia prima desde su recepción hasta poner a disposición para la exportación.				
1.DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
1. Jefe de producción 2. Operario 3. Operario 4. Operario 5. Operario 6. Operario 7. Operario 8. Operario 9. Operario 10. Operario 11. Operario	1. Adquisición de naranjilla fresca a los productores de la parroquia de Chical 2. Lavado de la materia prima 3. Selección de materia prima 4. Cocción de materia prima 5. Despulpado 6. Pausterizado 7. Dosificado 8. Sellado 9. Refrigeración 10. Embalaje de la mercancía 11. Paletización de la mercancía				1. Ficha de recepción de las mercancías 2. Ficha de control de calidad del producto 3. Ficha de control de tiempo en procesos
2. FLUJOGRAMA					
					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	CÁLCULO	RESPONSABLE	
Calidad del producto	Número producido - Número desechado	Por calcular	Por producción	Jefe de producción	
Tiempo de producción	Tiempo de lavado + tiempo de refrigeración	Por calcular	Por producción	Jefe de producción	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Jefe de producción	Tanque de plástico, Olla de aluminio, Licuadora semi industrial, Despulpadora, Pasteurizadora, Selladora, Balanza eléctrica, Mesa con cubierta de aluminio, Gaveta de plástico		Guantes, Mandiles, Mascarilla		
REVISADO		APROBADO		FECHA	
GERENTE GENERAL		GERENTE GENERAL		DÍA. MES. AÑO	

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 61 – CONTACTO CON EL CLIENTE

	CONTACTO CON EL CLIENTE			Código:	PO-001
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:	Gerente general				
Objetivo:	Realizará un previo análisis de la demanda de pulpa de naranjilla				
Alcance:	El encargado realizará una investigación de la posible demanda del producto				
1.DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
Gerente General	1. Buscar en la base de datos del banco central, las empresas demandantes del producto 2. Contactarse con las empresas de mayor demanda 3. Enviar información sobre el producto 4. Según requerimientos, establecer la mejor opción 5. Realizar negociación con la empresa mas ocionada				1. Ficha del producto 2. Ficha de porcentajes de venta
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> BUSQUEDA[BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN] BUSQUEDA --> CONTACTAR[CONTACTAR A EMPRESAS] CONTACTAR --> ENVIAR[ENVIAR INFORMACIÓN DEL PRODUCTO] ENVIAR --> ELEGIR{ELEGIR LA MEJOR OPCIÓN} ELEGIR -- NO --> EVALUAR[EVALUAR NUEVAS OPCIONES] EVALUAR --> CONTACTAR ELEGIR -- SI --> REALIZAR[REALIZAR NEGOCIACIÓN] REALIZAR --> FIN([FIN]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	CÁLCULO	RESPONSABLE	
Tiempo de transferencia de información	Día que envió información + número de días que tardo en enviar información	Por calcular	Por envio	Administrador	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente general	Computador, impresora				
REVISADO		APROBADO	FECHA		
GERENTE GENERAL		GERENTE GENERAL	DIA, MES, AÑO		

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 62 – LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN		Código:	PO-003
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable:	Digitador			
Objetivo:	Realizar la exportación de la mercancía			
Alcance:	El encargado deberá realizar el embalaje, paletización y exportación del producto			
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
1. Operario 2. Operario 3. Ingeniero en C. Exterior 4. Ingeniero en C. Exterior 5. Operario 6. Ingeniero en C. Exterior 7. Ingeniero en C. Exterior	1. Realizar el embalaje de la mercancía 2. Paletizar la mercancía 3. Digitar información en ECUAPASS 4. Contratación de transporte interno 5. Manipulación de la mercancía en despacho 6. Entrega de lista de empaque 8. Despacho de la mercancía	1. Ficha de utilización de embalaje 2. Ficha de despachos 3. Ficha de control de errores en el ECUAPASS		
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> DIGITAR[Digitar en el ECUAPASS] DIGITAR --> CONTRATAR[Contratar transporte] CONTRATAR --> MANIPULACION[Manipulación de la mercancía] MANIPULACION --> ENTREGA[Entrega de documentación] ENTREGA --> DESPACHO[Despacho de la mercancía] DESPACHO --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	CÁLCULO	RESPONSABLE
Control de embalaje	Embalaje utilizado - desperdicios	Por calcular	Por envío	Ing. Comercio Exterior
Tiempo de despacho del producto	Tiempo de manipulación + tiempo de despacho	Por calcular	Por envío	Ing. Comercio Exterior
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO
Ing. Comercio Exterior		Embalaje, pallets, computador, impresora, teléfono		Casco, guantes
REVISADO		APROBADO		FECHA
GERENTE GENERAL		GERENTE GENERAL		DIA. MES. AÑO

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

Tabla 63 - MODELO OPERATIVO

DATOS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Oferta Exportable TN	140	147	154	162	170	179
Demanda insatisfecha	4.992	5.637	6.285	6.935	7.587	8.241
% de cobertura de la demanda	2,80%	2,61%	2,46%	2,34%	2,24%	2,17%
Frecuencia de Envío	Bimestral	Bimestral	Bimestral	Bimestral	Bimestral	Bimestral
Numero de Envíos al Año	6	6	6	6	6	6
Tamaño del Embarque Tn	23,33	24,50	25,73	27,01	28,36	29,78
Nº de empaques / embalajes Cajas	1.167	1.225	1.286	1.351	1.418	1.489
Nº de Pallets	6	6	6	7	7	7
Nº de contenedores 40 pies	3	3	3	3	4	4
Estimación De Ventas Según Embalajes Por Envío Cajas	1167	1225	1286	1351	1418	1489
Estimación De Ventas Según Unidad Comercial (Fundas 500gr)	46.667	49.000	51.450	54.023	56.724	59.560
Estimación De Ventas Según Empaques / Embalajes Al Año	7.000,0	7.350,0	7.717,5	8.103,4	8.508,5	8.934,0
Estimación De Ventas Según Unidad Comercial Al Año	280.000,0	294.000,0	308.700,0	324.135,0	340.341,8	357.358,8

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 64 - PROCESO LOGÍSTICO

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	37.399	40.347	45.133	49.385	54.060	59.180
EXW	37.399	40.347	45.133	49.385	54.060	59.180
Manipulación local X	240	251	262	274	382	400
Unitarización	66	63	66	80	84	87
FCA/FAS	37.705	40.661	45.461	49.739	54.526	59.667
Transporte interno	1.604	1.725	1.804	1.886	2.629	2.749
Manipuleo Embarque	240	251	262	274	287	400
Agentes	200	209	229	261	312	390
Documentación	178	187	204	233	278	348
Capital e inventario país de origen	726	783	872	953	1.056	1.156
Bancarios	377	407	455	497	545	597
FOB	41.031	44.222	49.286	53.844	59.633	65.306
Flete Internacional	11.400	11.919	12.462	13.029	18.163	18.990
CFR	52.431	56.141	61.748	66.873	77.796	84.296
Seguro Internacional	1.048,61	1.122,82	1.234,96	1.337,46	1.555,91	1.685,92
CIF	53.479	57.264	62.983	68.210	79.352	85.982
Capital e inventario tránsito internacional	10	11	12	13	15	16
Manipuleo desembarque	360	376	360	360	480	480
DAT	53.849	57.651	63.355	68.583	79.847	86.478
Almacenamiento temporal	320	335	350	366	382	400
Documentación	190	199	208	217	227	237
Agentes	400	418	457	522	624	780
Transporte interno	1.440	1.506	1.574	1.646	2.294	2.399
DAP	56.199	60.108	65.944	71.334	83.375	90.294
Aduaneros	10.771	14.252	14.530	14.813	15.102	15.397
Capital e inventario país de destino	98	105	115	125	146	158
DDP	67.068	74.465	80.589	86.273	98.623	105.849

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El término de negociación que se utilizó en la negociación es FOB cumpliendo con todas las obligaciones en el país de origen y logrando un valor inicial de 41.031 dólares y logrando un precio de venta al público de 1,70 dólares incluido 0,16 de utilidad para cada unidad de producto.

Los requisitos que se deben cumplir para poder exportar son los siguientes:

- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.
- ✓ Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador o Security Data
- ✓ Calificarse como exportador en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y registrarse el Sistema aduanero ECUAPASS que consta en la página web.

Los documentos necesarios que el exportador debe tener para comercializar el producto en el mercado chileno son:

- ✓ Declaración aduanera de exportación (DAE): en la cual se registra los datos del exportador, descripción de la mercadería, datos del consignate, destino de la carga, cantidades, pesos de la mercadería; este formulario es un compromiso que se adquiere entre el Servicio de Nacional de Aduana del Ecuador y el exportador.
- ✓ Factura comercial: emitida por el vendedor de las mercaderías y en la cual debe constar la siguiente información: nombre y fecha de expedición, nombre y dirección del comprador, descripción de la mercancía, cantidad, precio unitario y precio total, moneda de la transacción comercial, lugar y condiciones de entrega de la mercancía y el término Incoterms.
- ✓ Certificado de Origen: documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales, según el COPCI y el ACE No.65.

- ✓ Certificado Fitosanitario: documento que se lo obtiene en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) en el cual se detalla las condiciones de salubridad que se encuentra el producto.
- ✓ Lista de empaque: en la que se detalla los artículos empacados, descripción unitaria, cantidad, peso, forma de embalaje de la mercadería.
- ✓ Carta de crédito: documento donde se establecen los términos de crédito y se garantiza el cumplimiento de pago por parte del importador.

TRANSPORTE INTERNO

El envío de la pulpa de naranjilla se realizará hasta el puerto de Guayaquil por medio de un contenedor refrigerado de 40' el cual tiene un costo por transporte de 550 dólares para trasladar 1.167 cajas bimestralmente que contienen cada una 40 unidades de pulpa de 500gr, con un peso total de 20 kg cada caja.

Los costos detallados en la siguiente tabla son valores para realizar el trámite de exportación de pulpa de naranjilla.

Tabla 65 - COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Empaque	840,0
Embalaje	7.000,0
Unitarización	66,0
Manipuleo en el local del exportador	240,0
Documentación	178,4
Transporte interno	1.604,2
Manipuleo Embarque	240,0
Agentes	1,1
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN	
Bancarios	377
capital e inventario país de origen	726
TOTAL COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	11.273
VALOR ExWORK	37.399
VALOR FCA	37.705
VALOR FOB	41.031

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Los costos detallados en la siguiente tabla son valores para realizar el tránsito internacional de pulpa de naranjilla.

Tabla 66 - ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	
COSTOS DIRECTOS	COSTO
Flete Internacional	11.400
Valor CFR	52.431
Seguro Internacional	1.049
Valor CIF	53.479
Manipuleo Desembarque	360
COSTOS INDIRECTOS	
CAPITAL E INVENTARIO	10
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	12.819
VALOR DAT	53.849

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Tabla 67 - COSTOS DIRECTOS DE IMPORTACIÓN

COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO
Almacenamiento temporal	320
Manipuleo desembarque	360
Documentación	190
Agentes	400
Transporte interno	1.440
VALOR DAP	56.199
Aduaneros	10.771
CAPITAL E INVENTARIO	98
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	13.579
VALOR DDP	67.068

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

Las anteriores tablas expresan una negociación con medio de transporte marítimo por las facilidades de ingreso al país de Chile, cada uno de los valores que se generan durante el proceso, en donde se entregaría en el puerto de destino, es decir el puerto de Iquique después de haber sido descargada la mercancía. Para el pago de la exportación de la pulpa de

naranjilla se realiza un giro directo; una vez llegada la mercadería a destino la importación está bajo la responsabilidad de la agencia de aduanas Browne, para continuar con el proceso de nacionalización y para ello se deberán presentar los siguientes documentos:

- ✓ Declaración aduanera de exportación - DAE
- ✓ Factura Comercial
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ B/L (Bill of lading) o conocimiento de embarque
- ✓ Certificado fitosanitario
- ✓ Lista de Empaque
- ✓ Carta de crédito

La inversión en activos fijos de la empresa comprenderá en maquinaria, muebles y enseres, equipos de computación y equipos de oficina, que serán necesarias para la ejecución adecuada de las operaciones de producción de la empresa, inversión inicial en activos fijos que da un total de 80.494,00 dólares, mismos que se especifican a continuación:

Tabla 68 - BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	82.049	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	82.049	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	60.000	Préstamos Bancarios	98.714
Maquinaria y Equipo	15.930	Total Pasivos Largo Plazo	98.714
Muebles y Enseres	1.464	Total Pasivos	98.714
Equipo de Computo	3.100		
Total Activos Fijos	80.494		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.980	Capital Social	65.809
Total Activos Diferidos	1.980	Total Patrimonio	65.809
Total Activos	164.523	Total Pasivo + Patrimonio	164.523

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por el uso, el desuso, insuficiencia técnica u otros factores de carácter operativo y tecnológico.

Para disponer del monto total de la inversión inicial, es necesario contar con fuentes de financiamiento, por lo que se ha visto conveniente dividir el monto de inversión en dos partes, de las cuales el 60% se puede financiar a través de crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 9.96% anual para 3 años plazo; mientras el 40% restante de la inversión se financiará mediante aporte propio.

Tabla 69 - ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	65.809
Capital Ajeno	60%	98.714
Total	100%	164.523

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El capital de trabajo que requerirá la empresa está compuesto por varios elementos indispensables en el funcionamiento de la misma, pues constituyen el conjunto de recursos necesarios.

Para el caso de la comercialización de la pulpa de naranjilla, se considera necesario presupuestar la inversión en capital de trabajo que será necesario para el funcionamiento de la empresa en los primeros meses, pues una vez que se inicie la comercialización del producto, ya se podrá contar con ingresos para poder saldar las obligaciones a corto plazo que se le presente durante ese período.

Para determinar las ventas de la empresa, se ha considerado la capacidad de producción que tendría en primera instancia, la cual es de 140 toneladas al año, lo que significa una cantidad de 280.000 unidades a un precio establecido en 1,70 dólares cada funda de pulpa en el país de destino. La proyección se ha realizado hacia el año 2020, por lo que el crecimiento de la cantidad de

fundas de pulpa de naranjilla para cada año se encuentra en base al 4,42% que representa la inflación de Chile a nivel mundial, al igual que el precio se proyecta con la misma tasa y un riesgo país de 2,62%.

Tabla 70 - ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS						
Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas	295.421	318.397	354.862	387.676	429.355	470.203
Cantidad	280.000	294.000	308.700	324.135	340.342	357.359
Precio	1,06	1,08	1,15	1,20	1,26	1,32
- Costo de Ventas	187.633	204.751	229.954	251.607	275.364	301.429
Utilidad Bruta en Ventas	107.788	113.646	124.908	136.069	153.992	168.774
- Gastos Operacionales	58.515	60.580	65.764	71.456	82.432	90.407
Gastos Administrativos	36.759	37.332	40.843	44.701	48.994	53.650
Gastos de Exportación	21.756	23.248	24.921	26.755	33.439	36.757
Utilidad Operacional	49.273	53.066	59.144	64.613	71.559	78.367
- Gastos Financieros	-	10.282	6.596	2.442	-	-
Interés Bancario	-	10.282	6.596	2.442	-	-
U.A.T.I	49.273	42.785	52.548	62.170	71.559	78.367
- 15% Particip. Trabajadores	7.391	6.418	7.882	9.326	10.734	11.755
Utilidad Antes de Impuestos	41.882	36.367	44.666	52.845	60.825	66.612
- 22% Impuesto a la Renta	9.214	8.001	9.826	11.626	13.382	14.655
Utilidad Neta	32.668	28.366	34.839	41.219	47.444	51.957

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

PUNTO DE EQUILIBRIO

Una empresa al ubicarse en el punto de equilibrio no pierde ni gana, debido a que los ingresos recibidos son iguales a los egresos realizados. Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{ingresos}}}$$

En dicha fórmula se considera los gastos administrativo, gastos de ventas y gastos financieros que pertenecen a los intereses generado generados, por

otro lado los costos variables son el rubro de la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos que pertenecen a lo generado por las variaciones de la producción.

Para el cálculo de la formula expresada anteriormente se muestran en la siguiente tabla los siguientes datos:

Tabla 71 - PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO												
	Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019		Año 2020	
Costo de Producción	Fijos	Variable	Fijos	Variable	Fijos	Variable	Fijos	Variable	Fijos	Variable	Fijos	Variable
MPD		110.080		115.092		132.047		144.647		158.464		173.618
MOD		40.603		44.623		49.040		53.895		59.231		65.095
Costos Indirectos Fabricación		185.533		197.963		223.066		244.614				268.147
Asistencia Técnica – Mantenimiento		200		209		219		229		239		250
Agua	720		753		787		823		860		900	
Energía	900		941		984		1.029		1.075		1.124	
Suministros de limpieza	480		502		525		549		574		600	
Depreciaciones	-		4.593		4.593		4.593		4.593		4.593	
Total Costo de Producción	2.100	336.216	6.789	357.677	6.889	404.153	6.993	443.156	7.102	217.934	7.217	506.860
Gastos Operacionales	36.759	21.756	37.332	23.248	40.843	24.921	44.701	26.755	48.994	33.439	53.650	36.757
Gastos Administrativos	36.759		37.332		40.843		44.701		48.994		53.650	
Gastos de Exportación		21.756		23.248		24.921		26.755		33.439		36.757
Gastos Financieros	-		10.282		6.596		2.442		-		-	
Interés Bancario			10.282		6.596		2.442					
Costos y Gastos Totales	38.859	357.972	54.402	380.925	54.328	429.074	54.137	469.911	56.096	251.373	60.867	543.617
Unidades	280.000		294.000		308.700		324.135		340.342		357.359	
Costos y Gastos Unitarios	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2
Total Costos y Gastos Unitarios	1		1		2		2		1		2	
% Utilidad	20%		20%		20%		20%		20%		20%	
Precio de venta Unitario	1,70		1,78		1,88		1,94		1,08		2,03	
P.E Unid. = Costos Fijos / (P-CV)	92.033		113.059		111.060		110.400		162.359		119.668	

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

El flujo de efectivo a continuación expuesto, expresa todos los ingresos y egresos que se necesitan hacer en los próximos años de forma que se logre obtener el flujo proyectado dando a conocer mediante los datos si la producción de pulpa de naranjilla es viable financieramente y en donde se evidencia que desde el primer año el flujo es positivo.

Tabla 72 - FLUJO DE EFECTIVO

FLUJO DE EFECTIVO NETO						
Entradas de efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta		28.366	34.839	41.219	47.444	51.957
+ Depreciaciones		5.773	5.773	5.773	5.826	5.826
+ Amortizaciones		396	396	396	396	396
Liquidación del Proyecto						54.878
Recuperación Capital de Operación						82.049
Préstamos Bancarios	98.714					
Total Entradas	98.714	34.535	41.008	47.388	53.666	195.107
Salidas de Efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión Inicial	164.523					
Amortización de la Deuda		29.063	32.749	36.902	-	-
Reposición de Activos				3.543		
Total Salidas	164.523	29.063	32.749	40.445	-	-
= Flujo de efectivo Neto	- 65.809	5.472	8.259	6.942	53.666	195.107
Flujo de caja acumulado		-60.337	-52.078	-45.136	8.530	0,04

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

En cuanto al cálculo del TIR y del VAN se tienen varios datos como la tasa pasiva, la tasa activa, el riesgo país de Chile, un promedio de la inflación durante los últimos años y los porcentajes de recursos propios y financiados.

Tabla 73 - CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 65.809		
1	5.472	0,87	4.784
2	8.259	0,76	6.313
3	6.942	0,67	4.639
4	53.666	0,58	31.355
5	195.107	0,51	99.660
		ΣFE	146.751
		- I.I.	65.809
		VAN	80.942
		TIR	37,46%
		PR	3
		C/B	2,23

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

TASA INTERNA DE RETORNO

Para su cálculo se utilizará la siguiente formula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

Según los resultados, la tasa interna de retorno es de 37,46%, siendo muy superior al costo de capital, por lo que el proyecto es factible de realizar.

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos asociados con la inversión, en donde si el VAN es positivo la inversión puede aceptarse y si es negativo se debería rechazar.

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

En base a los resultados arrojados en la anterior tabla, se demuestra que el valor actual neto del proyecto es de 80.942 dólares siendo positivo, por lo que es factible para su realización.

Una vez obtenido los datos del TIR y del VAN y más aún que son factibles para la realización del proyecto, se logra identificar que el costo beneficio es de 2,23 dólares en un periodo de recuperación de tres años.

5.7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La empresa exportadora PULPIFRUT realiza su negociación en termino FOB con un valor de 42.361 dólares, pero por motivos de explicación en el proceso logístico se realiza todo el análisis de costos que conlleva el envío de la mercancía hasta el punto de destino.
- La inversión inicial que se realiza es de 164.523 dólares con un 40% de capital propio y 60% de capital financiado por un préstamo bancario en la Cooperación Nacional de Fomento a una tasa pasiva de 5,54% y una tasa activa referencial de 8,54%, obteniendo una utilidad neta para el primer año de 32.668 dólares.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) según el financiamiento elegido es de 37,46%, la cual es rentable y normal en este tipo de negocio; el Valor Actual Neto (VAN) es de 80.942 dólares, siendo así que la ejecución del proyecto sería muy rentable por lo que la recuperación del proyecto es relativamente rápida, ya que en el tercer año se logra recuperar la inversión.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda capacitar a los productores de la zona para lograr mayores cantidades de producción de naranjilla y así convertir la fruta en un producto con valor agregado de exportación rentable que represente una fuente de ingresos a la provincia y pueda cumplir con las necesidades del mercado internacional.
- Al emprender el proceso logístico, es importante tomar en cuenta la situación financiera para tener una buena administración de los recursos con la finalidad que los gastos durante el proceso no afecten al desarrollo de las otras actividades.
- Poner en práctica este proyecto ya que cumple con todas las condiciones para su ejecución y gracias a esto es posible recuperar la inversión y obtener rentabilidad para la empresa.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- ALADI. (2013). *ALADI*. Obtenido de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/acd6175bf7a37c4f03256ced005f12af/d787b9ca24053d060325770c0044ecef/\\$FILE/F_OC_CL_004_10_EC.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/acd6175bf7a37c4f03256ced005f12af/d787b9ca24053d060325770c0044ecef/$FILE/F_OC_CL_004_10_EC.pdf)
- Arango, L. (2014). *Biblioteca Virtual*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/balanza_comercial
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (2015). Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Belio, J. L. (2013). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid: Wolters.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (Junio de 2013). *Cámara de Comercio de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/prueba/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20chile.pdf>
- Carrasco, F. (25 de Abril de 2012). *CIO América Latina*. Obtenido de <http://www.cioal.com/2012/04/25/chile-es-un-referente-tecnologico-para-el-continente-latinoamericano/>
- Cázares, S. (2011).
- DANE. (2014). *DANE*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf
- Dirección de Estudios CIG. (Abril de 2011). *Cámara de Industrias de Guayaquil*. Obtenido de http://www.industrias.ec/archivos/documentos/acuerdos_comerciales.pdf
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones . (Julio de 2011). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PM2011L-FRUTAS-TROPICALES-FRESCAS-CHILE.pdf>
- ENCICLOPEDIA FINANCIERA. (2014). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/macroeconomia/politica-economica.htm>
- Fernández, S. (2005). *Técnicas de Negociación*. España: Ideaspropias.
- Garay, J. d. (2008). *Filosofía de Mercado*. Madrid : Plaza y Valdéz Editores.
- García, R. (2004). *Moneda, Banca, Política y Monedería*. San José: EUNED.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2008). *Comercio y Marketing Internacional*.
- Lozano, J. R. (2009). *La nueva normativa de los envases y embalajes*. Madrid.

- Ministerio de Comercio Exterior. (Marzo de 2013). *Ministerio de Comercio Exterior*.
Obtenido de http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/001_Chile-CHL255.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. (2013). *Ministerio de Economía y Finanzas*.
Obtenido de https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es
- Mittelman, J. H. (2002). *El Síndrome de la Globalización*. Buenos Aires: Veintiuno Editores.
- Neuro. (2012). Obtenido de <http://neuroc99.sld.cu/chile.htm>
- PROECUADOR. (2014). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Quilindo. (2015).
- Ramírez, A. (2013). *Contabilidad de Costos por ordenador*.
- Restrepo, A. (24 de Enero de 2008). *Blogspot*. Obtenido de <http://procesodefrutas.blogspot.com/>
- Roca, J. M. (2012). InformeTIC.
- SIISE. (2013). Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Poblaci%C3%B3n/ficpbl_D01.htm
- SIISE. (2013). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador - SIISE*.
Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/RES/Empleo/ficemp_T01.htm
- Spencer, M. H. (2009). *Demanda Contemporánea*. Barcelona: Reverte.
- UNAC. (22 de MAYO de 2015). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA*.
Obtenido de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%208/cap8_b_b.htm

ANEXOS

Anexo No. 1 – Etiqueta del Producto

PULPIFRUT
PULPA DE NARANJILLA

"El placer de lo natural"



Producto alimenticio para
preparar bebidas 100% naturales

Peso Neto: 500 g.

Información nutricional

Tamaño por porción 1 vaso
(50g disueltos 200 ml de agua)

Porciones por envase aproximadamente 10

Cantidad por porción	
Calorías 50	
	%VD *
Grasa total 0 g.	0%
Sodio 0 mg.	0%
Carbohidrato total 13 g.	4%
Azúcar 12 g.	
Proteína 0 g.	0%
Vitamina C	20%
Vitamina B2	2%
Vitamina B3	2%

INGREDIENTES: Pulpa de Naranjilla, azúcar, fibra natural.

Pulpas obtenidas con las mejores frutas cultivadas en el campo. Las frutas contienen muchas vitaminas (A, complejo B, C, E), minerales (calcio y fósforo) y gran contenido de fibra.

FABRICADO POR: PULPIFRUT
TLF: 0990305244
TULCÁN – CARCHI – ECUADOR

Preparación:

- 1.- Vierta el contenido del sobre en la licuadora.
- 2.- Agregue agua o leche y licue.
- 3.- Pruébelo y si desea más agua y azúcar al gusto.



CONSERVE SE REFRIGERADO

VENCE:
LOTE:



18003334160

ANEXO No. 2 – Factura Comercial

[illegible]

ANEXO No. 3 – Lista de Empaque



Packing List

Date	
Invoice #	
P.O. No.	

Bill To	

Ship To

Ocean Carrier:
Discharge Port:
Port of Entry:

Gross Weight-KGS	
ETD	
ETA	
Terms	

[illegible]

ANEXO No. 4 – Declaración Aduanera de Exportación


 REPUBLICA DEL ECUADOR
 DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

del 10/11/18

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE			
---------------	--	--	--

Información de general

Código de la distrito		Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho		Código del declarante	

Información de Exportador

Nombre del exportador	Teléfono del exportador
Dirección del exportador	
Número de documento de	Ciudad del exportador
CIU	Número de documento de
Nombre del declarante	
Dirección del declarante	
Código de forma de pago	Código de moneda

Información de carga

Puerto de carga	Puerto privado desde
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de
Nombre del consignatario	
Dirección del	
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga
Almacén de lugar de	Medio de transporte
Pais de destino final	

Totales

Código de moneda	Tipo de cambio
Total moneda transacción	Cantidad de ítem
Peso neto total	Peso total
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales
Código de la mercancía de despacho urgente	Código de solicitud de aforo
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque

Item



Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo Subpartida	Codigo Complementario	Codigo Suplementario	Descripcion de Mercancias	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U.Comerciales

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

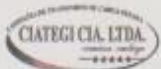
Observaciones de oce - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision

ANEXO No. 5 – Guía de Remisión

 CIATEGI CIA. LTDA. Dirección: Río Napo y Juan Ramón Asilano Telefax: 2984445 Cel: 097 987 340 E-mail: jalnemilton@yahoo.com TULCÁN - ECUADOR	CIATEGI CIA. LTDA. Dirección: Río Napo y Juan Ramón Asilano Telefax: 2984445 Cel: 097 987 340 E-mail: jalnemilton@yahoo.com TULCÁN - ECUADOR	R.U.C. 0491507373001 Aut. SRL: 1111740468	GUÍA DE REMISIÓN Serie 001-001 Nº 0002497
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD			
Fecha de iniciación del transporte: _____		Comprobante de Venta _____	
Fecha de terminación del transporte: _____		Fecha de emisión: _____	
MOTIVO DEL TRANSPORTE:			
☐ COMPRA ☐ VENTA ☐ TRASLADO ☐ IMPORTACIÓN ☐ EXPORTACIÓN ☐ OTROS			
FECHA DE EMISIÓN: _____			
DESTINATARIO: _____			
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____			
RUC / C.I.: _____			
PUNTO DE LLEGADA: _____			
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE:			
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____			
RUC O C.I.: _____			
PLACAS Nº: _____		COLOR: _____	TIPO DE VEHÍCULO: _____
			MODELO: _____
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA CARGA	
OBSERVACIONES:			
IMPRESA "TULCÁN" - TRUJILLO LUIS MANOLO ALFONSO - RUC: 940530079001 - AUTORIZACIÓN 7802 FECHA DE AUTORIZACIÓN: 05/OCTUBRE/2012 * DEL 99022011 AL 9902700 - FECHA DE CADUCIDAD: 05/OCTUBRE/2013 ORIGINAL - Cliente: COPA AMARILLA - Ecuador 1ª COPIA VERDE: S.R.L. 2ª COPIA ROSADA: Sin Valor Tributario _____ Firma Responsable _____ Firma del Conductor			

ANEXO No. 6 – Conocimiento de Embarque



Carrier Name

NON-NEGOTIABLE COPY

SHIPPER		DOCUMENT NUMBER	
CONSIGNEE		EXPORT REFERENCES	
NOTIFY PARTY		FORWARDING AGENT REFERENCES	
PRECARRIAGE BY *		PLACE OF RECEIPT *	
VESSEL / VOYAGE NO		PORT OF LOADING	
PORT OF DISCHARGE		PLACE OF DELIVERY	
POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)		DOMESTIC ROUTING/EXPORT INSTRUCTIONS (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)	
FL - FLORIDA		FINAL DESTINATION (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)	

PARTICULARS FURNISHED BY THE MERCHANT					PAGE 1			
Container No., Seal No.; Marks & No's	No. of Containers or Packages	H * M	Kind of Packages; Description of Goods	Gross Weight/Code	Measurement/Code			
TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)								
ITEM NUMBER	WEIGHT	MEASUREMENT	CUR.	RATE	BASIS	P/C	PREPAID	COLLECT

LADEN ON BOARD THE VESSEL	Number of Original Bills of Lading	Place of Bills of Lading Issue	Prepaid at	Payable at
DATE	THREE			
BY				

(TERMS OF BILL OF LADING CONTINUED FROM BACK HEREOF) ENLARGED VERSION OF BACK CLAUSES IS AVAILABLE UPON REQUEST FROM THE CARRIER. In witness whereof, the undersigned, on behalf of _____, the Master and the owner of the Vessel, has signed the number of Bill(s) of Lading stated above, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void.

Dated _____
Month _____ Day _____ Year _____ B/L No. _____

Declared Value (U.S. \$) _____

ANEXO No. 7 – Certificado de Origen

CERTIFICADO DE ORIGEN ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN ASOCIACAO LATINO - AMERICANA DE INTEGRACAO

Nro: 23106956

PAÍS EXPORTADOR:		PAÍS IMPORTADOR:	
Nro. Orden	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCIAS	

DECLARACIÓN DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial Nro cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose :

Nro. Orden	Normas (3)
Fecha :	
Razón Social, sello y firma de exportador o productor	

OBSERVACIONES :

CERTIFICACIÓN DE ORIGEN Certifico la verdad de la siguiente declaración, que sello y firmo en la ciudad de a los Nombres, Sello y Firma de la Entidad Certificadora

- NOTAS :**
- (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercancías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
 - (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando el número de registro.
 - (3) En esta columna se identifica la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por su número de orden.
 - (4) El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o eliminadas.

ANEXO No. 8 – Certificado Fitosanitario



MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA - MAGAP

AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ALIMENTOS

N° 001

I. TIPO DE SOLICITUD

Inscripción
Modificación
Ampliación
Renovación
Código de registro

II. REGISTRO COMO:

Productor
Exportador
Comercializador
Acopiador
Agencia de Carga

III. INFORMACIÓN GENERAL:

1. Razón social/nombre del Productor: _____ 2. RUC: _____

3. Nombre del representante legal: _____ 4. Cargo: _____

5. Teléfono: _____ 6. Fax: _____ 7. Celular: _____

8. E-mail: _____

9. Dirección de las oficinas: _____

10. Ciudad: _____ 11. Provincia: _____ 12. Cantón: _____

IV. INFORMACIÓN DE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN (FINCAS) E INSTALACIONES:

13. Lugar de producción: _____ 14. Centro de Acopio _____ 15. Planta de Procesamiento _____ 16. Patio de Consolidación _____

17. Planta de Tratamiento _____ 18. Sala de pesquería _____ 19. Agencia de Carga _____ 20. Empacadora _____ 21. Otro _____

22. Nombre del lugar de producción e instalación: _____

23. Dirección: _____

24. Provincia: _____ 25. Cantón: _____

26. Parroquia: _____ 27. Sector: _____

28. Marcas comerciales: _____

29. Superficie total _____ 30. Superficie de cultivos (Ha), e instalaciones: _____

Si marca con una X en el numeral IV indique lo siguiente

V. PRODUCTOS VEGETALES A EXPORTAR:

Presentación del producto	Nombre cultivo	Nombre botánico	País de destino	Ha cultivadas

VI. PROVEEDORES DE PRODUCTOS VEGETALES:

31. Números de proveedores:

Registro AGROCALIDAD	Razón Social	Nombre del Producto	Nombre botánico

En caso de requerir más espacio, llenar en una hoja adicional con el mismo formato

Nota: Si posee más de un lugar de producción, centro de acopio, etc, debe llenar una solicitud por cada uno

Adjuntar copia del certificado de registro como operador o la factura emitida por el proveedor

Fecha de la solicitud _____

Av. Amazonas y Elías Altamir, Edif. MAGAP, piso 9, Telf.: (593) 2 2567 232

www.agrocalidad.gub.ec; direccion@agrocalidad.gub.ec

RAREM-01-AGC

ANEXO No. 9 – Producción de Naranjilla



ANEXO No. 10 – Cálculo del Cubicaje

CÁLCULO DE CUBICAJE										
Pallets	Cálculo del Cubicaje	Empaque / Embalaje (cajas)	Unidad de carga (caja)	Estimación del espacio	Nº de vehículos a utilizar año 0	Nº de vehículos a utilizar año 1	Nº de vehículos a utilizar año 2	Nº de vehículos a utilizar año 3	Nº de vehículos a utilizar año 4	Nº de vehículos a utilizar año 5
	Nº de unidades	40	200		6	6	6	7	7	7
	Largo mts	0,52	5,5	10						
	Alto mts	0,48	2,2	4						
	Ancho mts	0,38	2,2	5						
	volumen total del embarque m3		26,62	280,660						
	Peso por unidad kg	20	4000,00	200,000						
	Peso total del embarque tm	0,02	4,00	200,00						
	SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS				1.143	1.201	1.261	1.324	1.390	1.459
Contenedor 40 pies	Cálculo del Cubicaje	Empaque / Embalaje	Unidad de carga	Estimación del espacio	Nº de contenedores a utilizar año 0	Nº de contenedores a utilizar año 1	Nº de contenedores a utilizar año 2	Nº de contenedores a utilizar año 3	Nº de contenedores a utilizar año 4	Nº de contenedores a utilizar año 5
	Nº de unidades	200	2		2,92	3,06	3,22	3,38	3,55	3,72
	Largo mts	5,5	12	2						
	Alto mts	2,2	2,4	1						
	Ancho mts	2,2	2,4	1						
	volumen total del embarque m3		69,12	2,60						
	Peso por unidad kg	4000	8000	2						
	Peso total del embarque tm	4,000	8,000	2						
	SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS				- 1.161	- 1.219	- 1.280	- 1.344	- 1.411	- 1.482

ANEXO No. 11- Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
			110.080	115.092	132.047	144.647	158.464	173.618
Materia prima - Naranja por bulto	2.614	40	104.560	109.320	126.013	138.338	151.868	166.721
Aditamentos / quintal	12	420	5.040	5.269	5.509	5.760	6.022	6.297
Conservantes / cajón	30	11	330	345	361	377	394	412
Preservantes / cajón	15	10	150	157	164	171	179	187
	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-
Mano de Obra			40.603	44.623	49.040	53.895	59.231	65.095
Obreros	1	40.603	40.603	44.623	49.040	53.895	59.231	65.095
Costos Generales de Fabricación:			36.950	45.037	48.867	53.065	57.669	62.716
Embalajes	7.000	0,15	1.050	1.153	1.265	1.389	1.525	1.674
Bolsas plasticas	280.000	0,12	33.600	36.886	40.494	44.454	48.802	53.575
Asistencia Técnica - Mantenimiento	2	100	200	209	219	229	239	250
Agua	12	60	720	753	787	823	860	900
Energía	12	75	900	941	984	1.029	1.075	1.124
Suministros de limpieza	12	40	480	502	525	549	574	600
Depreciaciones			-	4.593	4.593	4.593	4.593	4.593
Total Costo de Producción			187.633	204.751	229.954	251.607	275.364	301.429

ANEXO No. 12 – Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Sueldos	1	32.055	32.055	35.229	38.716	42.549	46.762	51.391
Servicios Básicos	12	12	144	151	157	165	172	180
Suministros de Oficina	12	15	180	188	197	206	215	225
Arriendo	12	350	4.200					
Suministros de Limpieza	12	15	180	188	197	206	215	225
Depreciaciones			-	1.180	1.180	1.180	1.233	1.233
Amortizaciones			-	396	396	396	396	396
Total Gastos Administrativos			36.759	37.332	40.843	44.701	48.994	53.650

ANEXO No. 13 – Gastos de Exportación

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Manipuleo en el local de exportador	6	320	1.920	2.007	2.099	2.194	2.294	2.998
Unitarización	6	730	4.380	4.830	5.247	5.760	6.381	6.971
Documentación	6	178	1.070	1.119	1.223	1.398	1.671	2.087
Transporte interno	6	2.005	12.031	13.801	14.429	15.086	15.773	20.614
Manipuleo de embarque	6	320	1.920	2.007	2.099	2.194	2.294	2.399
Agentes	6	200	1.200	1.255	1.371	1.567	1.873	2.340
Costos bancarios	6	385	2.311	2.489	2.781	3.043	3.330	3.650
Capital e inventario - país de origen	6	750	4.501	4.860	5.409	5.905	6.454	7.142
Total Gastos de Exportación (Ventas)			29.334	32.369	34.660	37.149	40.070	48.202

ANEXO No. 14 – Proyección de Sueldos

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	600	600	7.200	354	600	300	600	680	875	9.929
Secretaria	1	400	400	4.800	354	400	200	400	454	583	6.737
Contador	1	420	420	5.040	354	420	210	420	476	612	7.056
Jefe de comercio exte	1	500	500	6.000	354	500	250	500	567	729	8.333
Jefe Producción	1	500	500	6.000	354	500	250	500	567	729	8.333
Obreros	5	400	2.000	24.000	354	2.000	1.000	2.000	2.268	2.916	32.270
Total	10	2.820	4.420	53.040	2.124	4.420	2.210	4.420	5.012	6.444	72.658

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	649	649	7.784	383	649	324	649	736	946	10.734
Secretaria	1	432	432	5.189	383	432	216	432	490	630	7.284
Contador	1	454	454	5.449	383	454	227	454	515	662	7.629
Jefe de comercio exte	1	541	541	6.487	383	541	270	541	613	788	9.009
Jefe Producción	1	541	541	6.487	383	541	270	541	613	788	9.009
Obreros	5	432	2.162	25.946	383	2.162	1.081	2.162	2.452	3.152	34.887
Total	10	3.049	4.778	57.341	2.296	4.778	2.389	4.778	5.419	6.967	78.550

Año 2017	N° Empleado s	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	701	701	8.415	414	701	351	701	795	1.022	11.604
Secretaria	1	468	468	5.610	414	468	234	468	530	682	7.874
Contador	1	491	491	5.891	414	491	245	491	557	716	8.247
Jefe de comercio exte	1	584	584	7.013	414	584	292	584	663	852	9.739
Jefe Producción	1	584	584	7.013	414	584	292	584	663	852	9.739
Obreros	5	468	2.338	28.050	414	2.338	1.169	2.338	2.651	3.408	37.716
Total	10	3.296	5.166	61.991	2.482	5.166	2.583	5.166	5.858	7.532	84.920

Año 2018	N° Empleado s	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	758	758	9.097	447	758	379	758	860	1.105	12.545
Secretaria	1	505	505	6.065	447	505	253	505	573	737	8.513
Contador	1	531	531	6.368	447	531	265	531	602	774	8.916
Jefe de comercio exte	1	632	632	7.581	447	632	316	632	716	921	10.529
Jefe Producción	1	632	632	7.581	447	632	316	632	716	921	10.529
Obreros	5	505	2.527	30.325	447	2.527	1.264	2.527	2.866	3.684	40.774
Total	5	3.563	5.585	67.018	2.684	5.585	2.792	5.585	6.333	8.143	91.807

Año 2019	N° Empleado s	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	820	820	9.835	484	820	410	820	929	1.195	13.563
Secretaria	1	546	546	6.557	484	546	273	546	620	797	9.203
Contador	1	574	574	6.885	484	574	287	574	651	836	9.639
Jefe de comercio exte	1	683	683	8.196	484	683	342	683	775	996	11.383
Jefe Producción	1	683	683	8.196	484	683	342	683	775	996	11.383
Obreros	5	546	2.732	32.784	484	2.732	1.366	2.732	3.098	3.983	44.081
Total	10	3.852	6.038	72.453	2.901	6.038	3.019	6.038	6.847	8.803	99.251

Año 2020	Nº Empleado s	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Gerente	1	886	886	10.633	523	886	443	886	1.005	1.292	14.663
Secretaria	1	591	591	7.089	523	591	295	591	670	861	9.949
Contador	1	620	620	7.443	523	620	310	620	703	904	10.421
Jefe de comercio exte	1	738	738	8.861	523	738	369	738	837	1.077	12.306
Jefe Producción	1	738	738	8.861	523	738	369	738	837	1.077	12.306
Obreros	5	591	2.954	35.443	523	2.954	1.477	2.954	3.349	4.306	47.655
Total	10	4.164	6.527	78.328	3.137	6.527	3.264	6.527	7.402	9.517	107.300

ANEXO No. 15 - Amortizaciones

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				98.714
1	2291,58	987,14	3278,72	96.422
2	2314,49	964,22	3278,72	94.108
3	2337,64	941,08	3278,72	91.770
4	2361,01	917,70	3278,72	89.409
5	2384,62	894,09	3278,72	87.025
6	2408,47	870,25	3278,72	84.616
7	2432,55	846,16	3278,72	82.184
8	2456,88	821,84	3278,72	79.727
9	2481,45	797,27	3278,72	77.245
10	2506,26	772,45	3278,72	74.739
11	2531,33	747,39	3278,72	72.208
12	2556,64	722,08	3278,72	69.651
13	2582,21	696,51	3278,72	67.069
14	2608,03	670,69	3278,72	64.461
15	2634,11	644,61	3278,72	61.827
16	2660,45	618,27	3278,72	59.166
17	2687,05	591,66	3278,72	56.479
18	2713,92	564,79	3278,72	53.765
19	2741,06	537,65	3278,72	51.024
20	2768,47	510,24	3278,72	48.256
21	2796,16	482,56	3278,72	45.460
22	2824,12	454,60	3278,72	42.635
23	2852,36	426,35	3278,72	39.783
24	2880,89	397,83	3278,72	36.902
25	2909,69	369,02	3278,72	33.993
26	2938,79	339,93	3278,72	31.054
27	2968,18	310,54	3278,72	28.086
28	2997,86	280,86	3278,72	25.088
29	3027,84	250,88	3278,72	22.060
30	3058,12	220,60	3278,72	19.002
31	3088,70	190,02	3278,72	15.913
32	3119,59	159,13	3278,72	12.793
33	3150,78	127,93	3278,72	9.643
34	3182,29	96,43	3278,72	6.460
35	3214,11	64,60	3278,72	3.246
36	3246,25	32,46	3278,72	0

ANEXO N. 16 – Depreciaciones

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1.464
1	146	0,10	1.318
2	146	0,10	1.171
3	146	0,10	1.025
4	146	0,10	878
5	146	0,10	732
6	146	0,10	586
7	146	0,10	439
8	146	0,10	293
9	146	0,10	146
10	146	0,10	-

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			3.100
1	1.033	0,33	2.067
2	1.033	0,33	1.033
3	1.033	0,33	-

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			3.543
1	1.181	0,33	2.362
2	1.181	0,33	1.181
3	1.181	0,33	-

Depreciación Edificios-Construcciones			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			60.000
1	3.000	0,05	57.000
2	3.000	0,05	54.000
3	3.000	0,05	51.000
4	3.000	0,05	48.000
5	3.000	0,05	45.000
6	3.000	0,05	42.000
7	3.000	0,05	39.000
8	3.000	0,05	36.000
9	3.000	0,05	33.000
10	3.000	0,05	30.000
11	3.000	0,05	27.000
12	3.000	0,05	24.000
13	3.000	0,05	21.000
14	3.000	0,05	18.000
15	3.000	0,05	15.000
16	3.000	0,05	12.000
17	3.000	0,05	9.000
18	3.000	0,05	6.000
19	3.000	0,05	3.000
20	3.000	0,05	-

Amortización Gastos de Constitución			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1.980
1	396	0,20	1.584
2	396	0,20	1.188
3	396	0,20	792
4	396	0,20	396
5	396	0,20	-

OBJETIVO:

- La presente entrevista tiene como propósito recolectar información sobre la producción de naranjilla en la parroquia El Chical, con el fin de poder sustentar el proyecto final de tesis de grado para la obtención del título de ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Nombre: Rodrigo Guerra

1. **¿Cuántas hectáreas tiene cultivado de naranjilla?**
Se cultivan alrededor de 3 hectáreas
2. **¿Qué variedad o tipo de naranjilla produce?**
Se produce solamente naranjilla híbrida
3. **¿Qué meses del año son de producción de naranjilla?**
Se tiene cosechas en todos los meses, pero los más productivos son en invierno ya que el suelo se encuentra húmedo y favorece a la siembra para que nazca más rápido.
4. **¿Qué cantidad en kg. usted cultiva mensualmente?**
Es poca la variación entre meses, pero en el mes de abril se cosecho 3000 kilogramos de naranjilla
5. **¿Cuál es el precio de venta de cada recipiente de recolección que usted utiliza?**
Se vende el bulto a 40 dólares
6. **¿En qué lugares vende su producto?**
Se vende a intermediarios, pero en gran cantidad a empresas que elaboran productos derivados de la naranjilla
7. **¿Con qué frecuencia vende usted su producto?**
Se vende todos los meses según como se vaya dando la cosecha
8. **¿Sabe usted como exportar su producto?**
En su totalidad no lo sé, pero ciertos pasos si conozco
9. **¿Considera usted que es buen negocio industrializar la naranjilla?**
Para nosotros como productores es beneficioso que se la industrialice porque así nosotros cosecharíamos con mayor intensidad y sobre todo porque venderíamos nuestra naranjilla para producción, así ya es más reconocido el producto.

GUÍA DE ENTREVISTA

OBJETIVO:

- La presente entrevista tiene como propósito recolectar información sobre la producción de naranjilla en la parroquia El Chical, con el fin de poder sustentar el proyecto final de tesis de grado para la obtención del título de ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Nombre: Hugo Espinoza

1. ¿Cuántas hectáreas tiene cultivado de naranjilla?

Son 3 hectáreas de cosecha

2. ¿Qué variedad o tipo de naranjilla produce?

Naranjilla híbrida

3. ¿Qué meses del año son de producción de naranjilla?

Se cosecha todos los meses, las plantas están en constante producción

4. ¿Qué cantidad en kg. usted cultiva mensualmente?

Se cosecha más o menos 3100 kg en el mes

5. ¿Cuál es el precio de venta de cada recipiente de recolección que usted utiliza?

Se vende el bulto a 39 dólares

6. ¿En qué lugares vende su producto?

Los compradores son de una empresa de Ambato y de supermaxi.

7. ¿Con qué frecuencia vende usted su producto?

Varias veces en el mes, según como se haga la cosecha

8. ¿Sabe usted cómo exportar su producto?

Desconozco lo que tanto implica hacer para poder exportar

9. ¿Considera usted que es buen negocio industrializar la naranjilla?

Si es buen negocio industrializar la naranjilla y cualquier fruta en general, porque ya no solo se vende a la fruta en sí, sino ya un producto elaborado

GUÍA DE ENTREVISTA

OBJETIVO:

- La presente entrevista tiene como propósito recolectar información sobre la producción de naranjilla en la parroquia El Chical, con el fin de poder sustentar el proyecto final de tesis de grado para la obtención del título de ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Nombre: Edwin Montenegro

1. ¿Cuántas hectáreas tiene cultivado de naranjilla?

Se cultivan alrededor de 2 hectáreas

2. ¿Qué variedad o tipo de naranjilla produce?

Cosechamos solamente naranjilla híbrida porque esa es la que se da en la zona

3. ¿Qué meses del año son de producción de naranjilla?

Todos los meses son de constante producción, aunque producen un poco más pero no es mucha la diferencia de los otros meses

4. ¿Qué cantidad en kg. usted cultivó el mes anterior?

En el mes de abril se cultivaron 2200 kilogramos

5. ¿Cuál es el precio de venta de cada recipiente de recolección que usted utiliza?

El bulto de naranjilla es vendido de 35 a 40 dólares

6. ¿En qué lugares vende su producto?

Se vende a los compradores de las empresas que transforman la fruta, en sí a intermediarios

7. ¿Con qué frecuencia vende usted su producto?

Todos los meses son constantemente vendidos los bultos de naranjilla

8. ¿Sabe usted como exportar su producto?

No conozco el proceso que se hace para exportar

9. ¿Considera usted que es buen negocio industrializar la naranjilla?

La mejora siempre es buena y si al producto se lo puede industrializar pues sería lo mejor para la producción en Chical

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL



LICETH TAMARA APRÁEZ LIMA

Egresada de la carrera de ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Ponente con el tema “Proceso operativo del ECUAPASS en relación al transporte de carga pesada – exportaciones” en el Encuentro Binacional, El Comercio Binacional Colombo – Ecuatoriano “Una mirada académica desde los jóvenes”.

Participante en los Seminarios: Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos, Proyecto de Desarrollo Productivo de la Industria del Rencauche, I Jornada Internacional de Comercio Exterior, Sistema Nacional de Calidad y Desarrollo Productivo, Encuentro Binacional: El comercio binacional Colombo – Ecuatoriano “Una mirada académica desde los jóvenes”, Misión Académica de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (Ecuador) a la Universidad del Valle – Colombia.

Oportunidades de Mercado de Chile y la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical

***Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
liceth.apraez@gmail.com***

Resumen

El proyecto de investigación tiene como objetivo determinar las oportunidades de mercado en Chile y la comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical, logrando de esta manera analizar la producción de la fruta natural y que los agricultores de la zona logren aprovechar su producción de transformándola en producto con valor agregado, logrando así el establecimiento de la planta procesadora de pulpa de naranjilla en donde no sólo se benefician los productores sino también a la población en general ya que se crea nuevas fuentes de trabajo y produce una mejor calidad de vida de la población.

**Oportunidades de Mercado de Chile y la Comercialización de pulpa de naranjilla desde la parroquia de Chical
Liceth Tamara Apráez Lima - Ecuador**

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

Esta investigación proporciona suficiente información a los agricultores de naranjilla de la parroquia en cuanto al nivel de producción de la zona, la instalación industrial necesaria para la producción y comercialización del producto terminado, analizando la oferta nacional y extranjera hacia el mercado meta, la demanda potencial, el perfil del consumidor y los requisitos necesarios para lograr una exportación satisfactoria de la pulpa de naranjilla. Por otra parte el estudio de la demanda se lo realizó utilizando fuentes secundarias de distintas instituciones que contengan información real y valedera. Para la recolección de información se utilizó la técnica de la entrevista, misma que se realizó a tres productores de la zona sobre la capacidad productiva, además fueron investigadas fuentes secundarias.

Los resultados del proyecto investigativo logran determinar que el mercado más opcionado para realizar la exportación de la pulpa de naranjilla es el mercado de Chile, ya que presenta varios aspectos que hacen factible dicha comercialización, a parte que el Acuerdo de Complementación Económica firmado entre ambos países ayuda al correcto desarrollo del exportación del producto hacia un mercado abierto a nuevas ofertas de consumo, siempre y cuando éste cumpla con todos los requerimientos que el país y el consumidor presente.

Abstract

The research project aims to identify opportunities for international markets and market pulp of naranjilla from the parish of Chical, thus achieving analyze the production of natural fruit and that local farmers achieve leverage production of transforming it into value-added product, achieving the establishment of processing plant pulp of naranjilla where not only producers but also to the general population as new jobs are created and produces a better quality benefit of life of the population.

This research provides enough information to farmers of naranjilla parish in the level of production in the area, the necessary industrial facility for the production and marketing of the finished product, analyzing domestic and foreign supply to the target market, potential demand, the consumer profile and the requirements for successful export of pulp of naranjilla. Moreover the study of the demand was made using secondary sources from different institutions that contain real and valid information. The interview technique, same as three producers in the area was made on the productive capacity also were investigated secondary sources was used for data collection.

The results of the research project succeed in identifying the most optioned export market for pulp of naranjilla is the Chilean market, as it has several aspects that make

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

it feasible such marketing, besides the Economic Complementation Agreement signed between the two countries helps the proper development of the export of the product to an open market new consumer offerings, provided it meets all the requirements that the country and the present consumer.

1. Introducción

Según datos de ProEcuador, se considera que la naranjilla podría comercializarse exitosamente en Estados Unidos, Chile, España y otros países. Los principales canales de distribución a nivel mundial para frutas tan exóticas y no tradicionales como la naranjilla ya que son potenciales comercializadores y distribuidores de frutas especiales, en especial Chile que se direcciona hacia frutas exóticas utilizadas en la cocina gourmet y en el caso de la naranjilla se la adquiere con mayor grado de acidez, mismas que son producidas en la región de la parroquia El Chical.

Comercializar efectivamente un producto conlleva a varios aspectos como su presentación, el tratamiento que se le ha dado, la industrialización que este tiene y en el presente proyecto de investigación se lo realiza como pulpa de naranjilla. Pulpa es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de estas mediante procesos tecnológicos adecuados. Además, es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, maduras y limpias, (Restrepo, 2008).

La realización de este proyecto está direccionada hacia un mercado en el cual los gustos por las frutas y bebidas con menor porcentaje de químicos, no han presentado un cambio representativo a lo largo de los años y la pulpa de naranjilla a más de cumplir con estos requisitos, amplía la diversidad de frutas al momento de su elección, por lo que esta investigación hace estudio a las oportunidades en los mercados internacionales y que a su vez involucra la aplicación de la gran mayoría de los conceptos y teorías aprendidos durante los semestres, especialmente los aprendidos en la materia de Comercio Exterior, Marketing, Técnicas de Estudio, Negociación Internacional, Ética Profesional, Inteligencia de Mercados, Finanzas Internacionales, Contabilidad General, que sin duda constituyen la base teórica más importante para la realización de este proyecto.

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

2. Materiales y métodos

En el desarrollo de la investigación se ha tomado distintas modalidades, lo que permitió reconocer el comportamiento de los productores nacionales y consumidores internacionales de naranjilla, pudiendo determinar valores que ayudan al reconocimiento de una posible exportación; en la recolección de la información se aplicó la técnica de la entrevista a los productores de naranjilla en la parroquia El Chical, quienes evidencian diariamente la problemática planteada en la presente investigación sobre las oportunidades de negocio y la comercialización de pulpa de naranjilla.

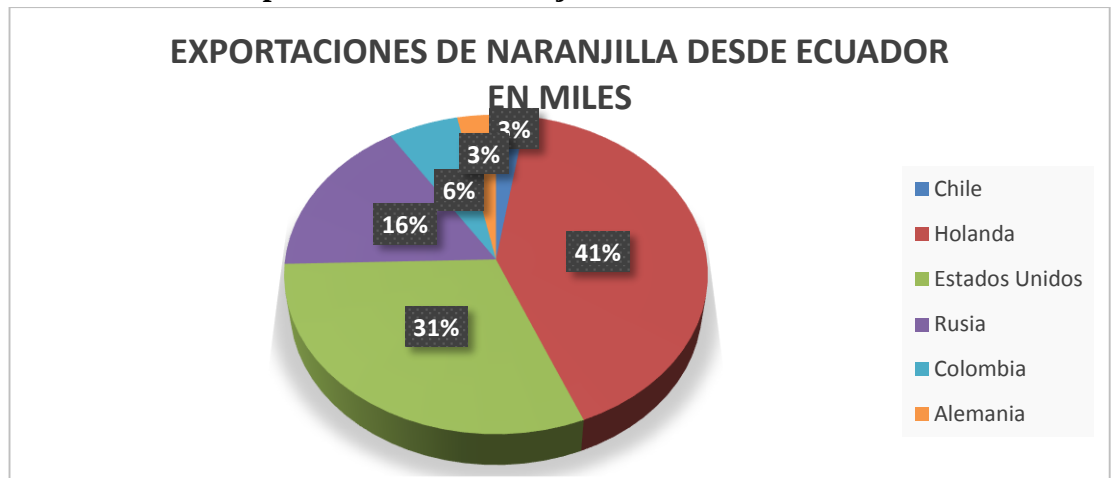
A través de la investigación cuantitativa se determinó mediante herramientas estadísticas los efectos de variabilidad tanto de la oferta como de la demanda, logrando establecer las diferentes condiciones y características del estudio inherentes a cada uno de los aspectos y factores contemplados en las variables, logrando establecer características relacionadas con la oferta exportable desde la parroquia El Chical, la situación del país y las condiciones que determinaron la factibilidad de exportación al país demandante, además se investigó el estado actual de la oferta y de la demanda para comparar con años anteriores de manera que amplíe nuestra visión y así determinar si la oferta actual de la parroquia cumple con los estándares y requerimientos de la demanda, para lograr facilitar las decisiones a los productores en cuanto a mantener o aumentar la producción de naranjilla.

3. Resultados y discusión

En base a los resultados del POAM, se concluye que los factores económicos de Chile muestran que es un país que se ha mantenido estable en estos indicadores según los años analizados, es decir que se tiene una mayor cantidad de oportunidades que amenazas aunque Alemania y Colombia presentan similares condiciones; en cuanto a lo político en Chile se evidencia una igualdad ya que los acuerdos comerciales son una gran oportunidad a diferencia de Ecuador que tiene como fundamento disminuir las importaciones.

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

Gráfico No. 1 – Exportaciones de Naranja desde Ecuador



FUENTE: Liceth Tamara Apráez Lima

Dentro del aspecto social existe un respaldo positivo en lo que tiene que ver con la tasa de crecimiento poblacional y se evidencia una amenaza mínima ya que el nivel de desempleo en los últimos años ha venido aumentando paulatinamente pero no en cifras tan considerables; por otra parte Chile como país ha desarrollado las telecomunicaciones y el acceso a internet, generando así una óptima satisfacción de las necesidades de las personas; es de importancia mencionar que en el aspecto geográfico el Ecuador tiene tres puertos de acceso a Chile, lo que facilitaría el ingreso del producto a dicho país en tiempos eficientes y con costos accesibles.

En cuanto a la relación comercial entre Chile y Ecuador en los últimos años se ha profundizado, para muestra de eso es el nuevo Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65, mismo que ha dejado sin efecto el ACE No. 32, entrando en vigencia el 26 de julio del 2010 con la finalidad de mejorar y facilitar las operaciones comerciales entre ambos países; éste nuevo acuerdo incluye modificaciones principalmente en el campo de la Normativa de Origen, manteniendo las mismas Listas de Excepciones del acuerdo anterior que agrupan cerca del 96% de todo el universo arancelario.

Según los datos proporcionados por el técnico del MAGAP y la investigación de campo, se concluye que la parroquia El Chical es una zona factible para la producción de naranjilla híbrida; la cual contiene un grado de acidez, exactamente acorde a los requerimientos del consumidor chileno, misma que proporciona características aptas para su cultivo, venta y exportación, siendo así que al analizar los datos recabados durante la investigación se logra determinar que la

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

producción de pulpa de naranjilla tendrá una cobertura sobre la demanda insatisfecha y según los datos de cosecha mensual desde enero a mayo con una proyección al mes de diciembre dando como resultado una producción de 2240 toneladas anuales, mismas que abastecen el 26,5% de los consumidores chilenos que consumen productos gourmet.

El producto a ofertar es la pulpa de naranjilla con un alto valor nutritivo y de acides según los gustos y preferencias del mercado chileno; para la venta al consumo, el producto es presentado en fundas herméticas de polipropileno, acordes para la conservación y la esterilidad del producto, cuyo contenido es de 500 gramos envasados al vacío al peso neto de empaque que será en cajas de apilamiento de 38x50x48 cm.

El producto está marcado de forma que muestre la calidad, pureza, ingredientes o mezclas, al igual que el peso neto del contenido; las etiquetas son exhibidas en español, detallando todos los ingredientes, aditivos, fechas de fabricación y vencimiento, junto con el nombre de la empresa productora. El tamaño y peso neto del producto esta convertido al sistema métrico y según el art. 421 del Reglamento Sanitario de los Alimentos de Chile, los alimentos de baja acidez es cualquier alimento con un valor de pH sea mayor de 4,5, es por eso que la pulpa de naranjilla producida en Chical cumple con dichos requerimientos.

Utilizando el método de los factores ponderados se determina que la localización más idónea para la instalación de la empresa despulpado de naranjilla es en la ciudad de Tulcán, debido a que es varios factores son factibles y entre los más preponderantes están: la cercanía al cliente, las vías de comunicación y la mano de obra disponible, además de es un lugar estratégico por su acceso a tecnologías de la comunicación.

La inversión en activos fijos de la empresa comprenderá en maquinaria, muebles y enseres, equipos de computación y equipos de oficina, que serán necesarias para la ejecución adecuada de las operaciones de producción de la empresa, inversión inicial en activos fijos que da un total de 80.494,00 dólares; para disponer del monto total de la inversión inicial de 164.523 dólares, es necesario contar con fuentes de financiamiento, por lo que se ha visto conveniente dividir el monto de inversión en dos partes, de las cuales el 60% se puede financiar a través de crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 9.96% anual para

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

3 años plazo; mientras el 40% restante de la inversión se financiará mediante aporte propio.

Tabla No. 1 – Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio												
	Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019		Año 2020	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		110.080		115.092		132.047		144.647		158.464		173.618
MOD		40.603		44.623		49.040		53.895		59.231		65.095
Costos Indirectos Fabricación		185.533		197.963		223.066		244.614				268.147
Asistencia Técnica - Mantenimiento		200		209		219		229		239		250
Agua	720		753		787		823		860		900	
Energía	900		941		984		1.029		1.075		1.124	
Suministros de limpieza	480		502		525		549		574		600	
Depreciaciones	-		4.593		4.593		4.593		4.593		4.593	
Total Costo de Producción	2.100	336.216	6.789	357.677	6.889	404.153	6.993	443.156	7.102	217.934	7.217	506.860
Gastos Operacionales	36.759	21.756	37.332	23.248	40.843	24.921	44.701	26.755	48.994	33.439	53.650	36.757
Gastos Administrativos	36.759		37.332		40.843		44.701		48.994		53.650	
Gastos de Exportación		21.756		23.248		24.921		26.755		33.439		36.757
Gastos Financieros	-		10.282		6.596		2.442		-		-	
Interés Bancario			10.282		6.596		2.442					
Costos y Gastos Totales	38.859	357.972	54.402	380.925	54.328	429.074	54.137	469.911	56.096	251.373	60.867	543.617
Unidades		280.000		294.000		308.700		324.135		340.342		357.359
Costos y Gastos Unitarios	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2
Total Costos y Gastos Unitarios		1		1		2		2		1		2
%Utilidad		20%		20%		20%		20%		20%		20%
Precio de venta Unitario		1,70		1,78		1,88		1,94		1,08		2,03
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		92.033		113.059		111.060		110.400		162.359		119.668

ELABORADO POR: Liceth Tamara Apráez Lima

La Tasa Interna de Retorno (TIR) según el financiamiento elegido es de 37,46%, la cual es rentable y normal en este tipo de negocio; el Valor Actual Neto (VAN) es de 80.942 dólares, siendo así que la ejecución del proyecto sería muy rentable por lo que la recuperación del proyecto es relativamente rápida, ya que en el tercer año se logra recuperar la inversión.

4. Conclusiones

- Los productores de la parroquia El Chical consideran que es factible exportar los derivados de la naranjilla porque la producción en la superficie de cosecha es significativa ya que el producto según los compradores ha sido catalogado de calidad y esto ha hecho posible la existencia de una gran oferta de dicha fruta.
- El análisis POAM da como resultado que Chile es el país más opcionado para exportar la naranjilla transformada en pulpa, porque gracias a los cambios de hábitos de consumo en los chilenos, hace posible el consumo de productos con mayor grado nutritivo, siendo así la pulpa de naranjilla uno de ellos.
- Los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos analizados sobre el país de destino determinan que las condiciones del mercado chileno son muy favorables para poder exportar el producto.

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

- La investigación de mercado demuestra la demanda insatisfecha en Chile, misma que se obtuvo mediante la estratificación del 67% de las personas que tienen entre 24 y 35 años que adquieren productos alimenticios transformados y a su vez según ProChile el 26.5% de ellos prefiere consumir alimentos gourmet, un ejemplo por citar son las pulpas de frutas.
- Las relaciones comerciales entre Chile y Ecuador gracias al Acuerdo de Complementación Económica No. 65 que entró en vigencia el 25 de enero de 2015 busca administrar una zona de libre comercio de ambas vías a favor de más del 98% de los productos ecuatorianos que se exportan a Chile ingresando con cero arancel a su mercado.
- La inversión inicial que se realiza es de 164.523 dólares con un 40% de capital propio y 60% de capital financiado por un préstamo bancario en la Cooperación Nacional de Fomento a una tasa pasiva de 5,54% y una tasa activa referencial de 8,54%, obteniendo una utilidad neta para el primer año de 32.668 dólares.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) según el financiamiento elegido es de 37,46%, la cual es rentable y normal en este tipo de negocio; el Valor Actual Neto (VAN) es de 80.942 dólares, siendo así que la ejecución del proyecto sería muy rentable por lo que la recuperación del proyecto es relativamente rápida, ya que en el tercer año se logra recuperar la inversión.

5. Recomendaciones

- Existen los gustos y preferencias del mercado chileno para consumir productos naturales con mayor grado nutricional y que brinden importantes beneficios a la salud de los consumidores.
- El mercado objetivo al cual está dirigido este proyecto de investigación son las persona de 24 a 35 años de edad ya que son ellos quienes adquieren productos alimenticios transformados, mismos que el 26,5% son consumidores de productos gourmet.
- Las relaciones comerciales entre Ecuador y Chile permiten realmente que este proyecto pueda ser implementado factiblemente en el mercado, incentivando así a los pequeños productores a exportar, dando a conocer las frutas no tradicionales producidas en la parroquia.
- Motivar a los productores de naranjilla híbrida de la parroquia El Chical

OPORTUNIDADES DE MERCADO DE CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARROQUIA DE CHICAL

para que cultiven con mayor calidad dicha fruta, de tal manera que puedan cumplir con las exigencias del mercado internacional y así también lograr aumentar su cantidad de cosecha.

6. Referencias bibliográficas:

- Garay, J. d. (2008). Filosofía de Mercado. Madrid: Plaza y Valdéz Editores.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2008). Comercio y Marketing Internacional.
- Lozano, J. R. (2009). La nueva normativa de los envases y embalajes. Madrid.
- Arango, L. (2014). Biblioteca Virtual. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/balanza_comercial
- Banco Central del Ecuador. (2015). Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Belio, J. L. (2013). Claves para gestionar precio, producto y marca. Madrid: Wolters.
- PROECUADOR. (2014). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 008-2-AS-CEYNI/2014

A los veinte y siete días del mes de febrero de 2014, siendo las 10:00H, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Ing. Iván Realpe, PRESIDENTE; MSc. Germán Ruiz, VOCAL y MSc. Milena Gutiérrez SECRETARIA para sustentar el Proyecto de Grado titulado: "OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE NARANJILLA DESDE LA PARRROQUIA DE CHICAL" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación de la estudiante APRÁEZ LIMA TAMARA LICETH del IX nivel "A" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante APRÁEZ LIMA TAMARA LICETH APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

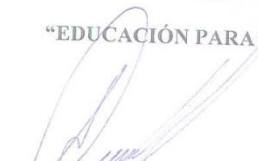
1. Exposición del Proyecto de Grado3,07.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas.....3,00.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo0,93.....

Obteniendo como nota final 7.00 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:
Profundizar el estudio de investigación para el estado del arte
Justificar su estudio relacionándolo con la política comercial que mantiene Ecuador frente a las exportaciones y el cambio de la matriz productiva.
Investigar a profundidad el tema planteado

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y siete días del mes de febrero de dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


Ing. Iván Realpe
PRESIDENTE


Dra. Milena Gutiérrez
SECRETARIA


MSc. Germán Ruiz

Certifico que es fiel copia
del original Tulcán a, 03 AGO. 2015

