

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 Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir”

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

AUTORA: Rosero García Carmen Tatiana

ASESORA: Ing. Jeaneth Lucia Bastidas Guerrón

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Carmen Tatiana Rosero García con el número de cédula 040164216-0 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: *“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir”*.

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.

Ing. Jeaneth Lucia Bastidas Guerrón

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, Carmen Tatiana Rosero García con cédula de identidad número 040164216-0 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....
Carmen Tatiana Rosero García
Tulcán, 04 de Agosto de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Carmen Tatiana Rosero García, declaro ser autora 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

Carmen Tatiana Rosero García
CI 040164216-0

AGRADECIMIENTO.

“Lucha por tus sueños, por tus ideales. Los caminos pocas veces están llenos de rosas, la mayoría lo están de espinas”

Al finalizar el presente proyecto de tesis agradezco a Dios, y a la Virgen María, por bendecirme y permitir cumplir mis sueños día a día.

A mi padre Fridicio y a mi madre Josefina, por el esfuerzo y apoyo de principio a fin de mi carrera universitaria, a mis hermanos Paúl, Jhonatan y David por ser el motor de cada uno de mis esfuerzos, a mis familiares, amigos, a quienes se sumaron a mi vida hacerme compañía con sus abrazos, alientos de superación y sonrisas de ánimo, mil gracias a todos.

A mi asesora de Tesis, Ing. Jeaneth Bastidas, por su apoyo incondicional, gracias a sus conocimientos que impartió conmigo ha logrado que pueda terminar mi proyecto de tesis con éxito.

A mis profesores que durante mi carrera compartieron sus conocimientos y motivaciones diarias apoyándome a mi formación profesional y personal, convirtiéndose en más que profesores, unos buenos amigos.

Carmen Tatiana Rosero García

DEDICATORIA.

A Dios y a Nuestra Señora Virgen de las Lajas, por permitirme llegar a este momento inolvidable de mi vida, por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a saberme reponer de cada caída, y a valorar cada momento de la vida.

A mis padres pilares fundamentales por ellos soy lo que soy, con su amor, apoyo, comprensión, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, de manera especial aquella persona que desde pequeña siempre me ha apoyado incondicionalmente en cada uno de mis pasos.

A mis hermanitos Paúl, Jhonatan, David, y a mis primos Majo, Dany, Josué y Nico, por estar conmigo en los momentos más difíciles, los quiero mucho mis pequeños gigantes.

“No hay absolutamente ninguna otra forma de triunfar en la vida si no es por el constante esfuerzo.”

Arnold Schwarzenegger

ÍNDICE

CERTIFICADO.	i
AUTORÍA DE TRABAJO.	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
DEDICATORIA.	v
RESUMEN EJECUTIVO.	xvi
ABSTRACT.	xviii
INTRODUCCIÓN.	xx
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	3
1.3. DELIMITACIÓN.	3
1.4. JUSTIFICACIÓN.	3
1.5. OBJETIVOS.	5
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.	5
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	5
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	6
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	8
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	10
2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS PARA LA INVESTIGACIÓN.	10
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.	11

2.4.1. MERCADO.....	11
2.4.2. COMERCIALIZACIÓN	12
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO	13
2.6. IDEA A DEFENDER.	15
2.7. VARIABLES.....	15
2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	15
2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE	15
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.	16
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	16
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	16
3.3. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	19
3.4.1 MÉTODOS.....	22
3.4.2 TÉCNICAS.....	22
3.4.3 INSTRUMENTOS	23
3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	23
3.6. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	25
3.6.2. PROYECCIONES DE ESTUDIO	28
3.7. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS PARA IDENTIFICAR MERCADOS INTERNACIONALES	30
3.7.1 ANÁLISIS DE MERCADOS INTERNACIONALES	30
3.7.2. FACTORES SOCIOECONÓMICOS	31
3.7.3. FACTORES POLÍTICOS	37
3.7.4. FACTORES LEGALES	44

3.7.5. FACTORES CULTURALES.....	56
3.7.6. FACTORES GEOGRÁFICOS.....	56
3.8. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO	61
3.9. PERFIL DEL CONSUMIDOR QUEBEC- CANADÁ	64
3.9.1. GUSTOS Y PREFERENCIAS- PRODUCTO	64
3.9.2. PRECIO PROMEDIO DEL PRODUCTO	65
3.9.3. PLAZA DEL PRODUCTO	66
3.9.4. IMPORTACIONES- EXPORTACIONES.....	67
3.9.5. COMPETENCIA.....	69
3.9.6. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	70
3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	71
3.10.1. PROYECCIONES DE ESTUDIO- CONSUMO NACIONAL APARENTE	73
3.10.2. OFERTA EXPORTABLE DE MANGO	74
3.11. DEMANDA INSATISFECHA.....	75
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
4.1. CONCLUSIONES.....	78
4.2. RECOMENDACIONES.....	80
CAPÍTULO V. PROPUESTA	81
5.1. TÍTULO	81
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	81
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	81
5.4. OBJETIVOS.....	82
5.4.1. OBJETIVO GENERAL	82

5.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO.....	82
5.5 ESTUDIO TÉCNICO.....	83
5.5.1 LOCALIZACIÓN.....	83
5.5.2. DATOS DE LA EMPRESA.....	85
5.5.3. ANÁLISIS FODA.....	86
5.5.4. ESTRATEGIAS.....	87
5.6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	88
5.6.1. OBJETIVOS.....	88
5.6.2. MISIÓN.....	88
5.6.3. VISIÓN.....	88
5.7. ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LA EMPRESA "RG FRUITS".....	89
5.7.1. TALENTO HUMANO.....	89
5.7.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	89
5.7.3. MANUAL DE FUNCIONES.....	90
5.8. PROPUESTA OPERATIVA.....	90
5.8.1 DISEÑO DE LA PLANTA.....	90
5.9. MAPA DE PROCESOS.....	92
5.9.1 EQUIPOS Y MAQUINARIA.....	97
5.10. ESTREATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	99
5.11. PROPUESTA LEGAL.....	102
5.12. PLAN LOGÍSTICO.....	106
5.12.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.....	106
5.12.2. ESTIMACIÓN DE VENTAS.....	110
5.12.3. AGENTE.....	111

5.12.4. TRANSPORTE INTERNO	111
5.12.5. ALMACENAMIENTO	112
5.12.6. SELLO DE ADUANA EN AEROPUERTO.....	112
5.12.7. FLETE INTERNACIONAL.....	112
5.12.8. INCOTERMS	113
5.13. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	115
5.13.1 INVERSIÓN INICIAL.....	115
5.13.2. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	116
5.13.3. CAPITAL DE OPERACIÓN.....	117
5.13.4. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	118
5.13.5. AMORTIZACIÓN	119
5.14. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	120
5.14.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	120
5.14.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS	121
5.14.3. GASTOS DE EXPORTACIÓN	121
5.14.4. GASTOS FINANCIEROS.....	122
5.15. ANÁLISIS DE IMPACTOS	128
5.15.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS.....	128
5.15.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS EN EL COMERCIO EXTERIOR	128
5.15.3. ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL	129
5.15.4. ANÁLISIS DE IMPACTO CULTURAL.....	130
5.16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
5.16.1. CONCLUSIONES	130
5.16.2. RECOMENDACIONES.....	131

CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA.....	133
--------------------------------	-----

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Delimitación de la investigación	3
Tabla 2. Fundamentación Legal.....	9
Tabla 3. Teorías analizadas en la investigación	10
Tabla 4. Población destinada a ofertar materia prima.....	17
Tabla 5. Población demandante de pulpa de mango.....	18
Tabla 6. Operalización de las Variables.....	19
Tabla 7. Recolección de Información	24
Tabla 8. Resultados Entrevista	26
Tabla 9. Cálculo de la oferta de materia prima	27
Tabla 10. Cálculo de materia prima a utilizar	27
Tabla 11. Producción de mango en San Vicente de Pusir.....	28
Tabla 12. Precio de mango.....	28
Tabla 13. Cálculo de los mínimos cuadrados	29
Tabla 14. Proyecciones de pulpa de mango	30
Tabla 15. Producto Interno Bruto Per Cápita (PIB Per Cápita)	31
Tabla 16. Índice de precios al consumo (IPC)	32
Tabla 17. Población (Millones).....	33
Tabla 18. Población Económicamente Activa (millones)	33
Tabla 19. Distribución de ingresos.....	34
Tabla 20. Inflación (%).....	36
Tabla 21. Acuerdos Canadá- Ecuador.....	41

Tabla 22. Acuerdos España- Ecuador	42
Tabla 23. Acuerdos Estados Unidos- Ecuador	42
Tabla 24. Balanza Comercial (millones)	43
Tabla 25. Productos de prohibida importación.....	48
Tabla 26. Cuotas.....	51
Tabla 27. Requisitos de etiquetado.....	55
Tabla 28. Idioma	56
Tabla 29. Indicadores Básicos de Canadá	57
Tabla 30. Indicadores básicos España	58
Tabla 31. Indicadores básicos Estados Unidos	59
Tabla 32. Matriz POAM.....	61
Tabla 33 Etiquetado.....	65
Tabla 34. Precios del Producto para exportación	66
Tabla 35. Bróker- Quebec- Canadá	67
Tabla 36. Importaciones Canadá - Mundo	67
Tabla 37. Exportaciones Ecuador- Canadá	69
Tabla 38. Indicadores básicos	71
Tabla 39. Balanza comercial Ecuador	72
Tabla 40. Consumo nacional aparente	74
Tabla 41. Proyección de oferta exportable	74
Tabla 42. Demanda Insatisfecha	76
Tabla 43. Cantidad de pulpa a ofrecer.....	77
Tabla 44. Ponderación de puntos	83
Tabla 45. Análisis FODA.....	86

Tabla 46. Talento Humano	89
Tabla 47. Negociación Internacional.....	93
Tabla 48. Materia prima	94
Tabla 49. Documentación de exportación.....	95
Tabla 50. Distribución física internacional.....	96
Tabla 51. Descripción del proceso.....	97
Tabla 52. Descripción del producto.....	100
Tabla 53. Precios del Producto para exportación	101
Tabla 54. Bróker- Quebec- Canadá.....	102
Tabla 55. Cubicaje pallets.....	107
Tabla 56. Cubicaje brigadier y cajas	108
Tabla 57. Datos básicos del producto.....	109
Tabla 58. Información básica del embarque	109
Tabla 59. Información adicional	110
Tabla 60. Proyección de ventas.....	110
Tabla 61. Agentes.....	111
Tabla 62. Transporte Interno	111
Tabla 63. Almacenamiento	112
Tabla 64. Transporte internacional	112
Tabla 65. Detalle de los Incoterms.....	113
Tabla 66. Inversión Inicial	116
Tabla 67. Estructura de Financiamiento	116
Tabla 68. Activos Fijos- Inversión Fija	117
Tabla 69. Capital de Operación	118

Tabla 70. Gastos de Constitución	118
Tabla 71. Tabla de Amortización	119
Tabla 72. Costos de Producción	120
Tabla 73. Estructura de Financiamiento- Proyecciones.....	120
Tabla 74. Gastos Administrativos- Proyecciones.....	121
Tabla 75. Gastos de exportación- Proyecciones.....	122
Tabla 76. Balance General	123
Tabla 77. Estado de Resultados	124
Tabla 78. Flujos de Efectivo Con Financiamiento	125
Tabla 79. TIR- VAN.....	125
Tabla 80. Punto de Equilibrio- Con Financiamiento	127
Tabla 81. Análisis de impactos socioeconómicos	128
Tabla 82. Impactos en el comercio exterior	128
Tabla 83. Impactos ambientales	129
Tabla 84. Impacto cultural.....	130

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Exportaciones pulpa de mango de Ecuador- Mundo	25
Figura 2. Distribución de ingresos.....	35
Figura 3. Gobierno de Canadá.....	38
Figura 4. Gobierno de España.....	39
Figura 5. Gobierno de Estados Unidos	40
Figura 6. Balanza Comercial.....	43
Figura 7. Requisitos FDA.....	54

Figura 8. Empresas exportadoras ecuatorianas de pulpa de mango	69
Figura 9. Canal de distribución en Ecuador	70
Figura 10. Canal de distribución en Quebec- Canadá	70
Figura 11. Balanza Comercial Ecuador	72
Figura 12. Mapa localización	84
Figura 13. Mapa micro localización.....	85
Figura 14. Logo de empresa	85
Figura 15. Organigrama de la empresa	89
Figura 16. Logo de la empresa	99
<i>Figura 17. Tabla nutricional Canadá</i>	<i>99</i>
Figura 18. Tabla nutricional Ecuador	100
Figura 19. DFI (Distribución física internacional)	106
Figura 20. INCOTERMS FCA	115

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la demanda existente de pulpa de mango en tres países de estudio: España, Estados Unidos, Canadá y la comercialización generada en la Provincia del Carchi, Cantón Bolívar, Parroquia San Vicente de Pusir, teniendo como base que esta parroquia se dedica al cultivo de varios productos como hortalizas, verduras, frutos; entre estos se tiene el mango, que es un producto cíclico o temporal.

Para el desarrollo de la investigación se toma principalmente como base los objetivos que son los que permiten conocer qué país tiene mejor estabilidad económica y mayor poder adquisitivo de pulpa de mango, para realizar una negociación internacional favorable para las partes participantes.

De igual manera se necesitó datos secundarios que ayudaron a la sustentación del proyecto mediante los antecedentes y la fundamentación legal del país de destino, también interviene la utilización de teorías que permiten la recolección de información correcta para determinar la viabilidad o no de la investigación.

Con la intervención de metodologías de estudio en la investigación permitieron la determinación de factores que están relacionados a la oferta y la demanda del producto, también interviene el estudio de mercado el mismo que mide la viabilidad del proyecto y a la vez contribuye a las estrategias a tomar en cuenta para la comercialización del producto en el mercado internacional.

Con la información obtenida de datos reales, investigaciones actuales e investigaciones de campo, se pudo identificar de manera clara la factibilidad de exportación del producto (pulpa de mango), al mercado canadiense, tomando como base el análisis del estudio de mercado, el mismo que establece el tamaño del proyecto, de igual manera la localización y la ingeniería aplicada del proyecto, que está focalizado en la parroquia de San Vicente de Pusir en conjunto con los agricultores de esta población.

De la misma manera mediante el plan logístico y estados financieros se llega a deducir las inversiones totales de la investigación y a partir de esto el tiempo de recuperación de la misma, contribuyendo al análisis minuciosos de la factibilidad de la realización del proyecto que fue valorado en base a los estudios realizados en cada una de las etapas del mismo, por medio de indicadores financieros como el TIR y el VAN, que demuestran la rentabilidad económica que se obtiene a partir de las exportaciones realizadas en el transcurso del año para el mercado de Canadá- Quebec, contribuyendo a la estabilidad económica de los agricultores de la comunidad y de igual manera a la economía del país, generando exportaciones de productos no tradicionales.

ABSTRACT

This research project aims to determine existing demand for mango pulp in three countries of study: Spain, The USA, Canada and generated marketing in Carchi province, Bolívar Canton, Parish San Vicente of Pusir, on the basis that this parish is dedicated to the cultivation of various products such as vegetables and fruits; among these there is mango, which is a cyclic or temporary product.

The development of the research is mainly taken on the objectives which are those that reveal which country has better economic stability and increased purchasing power of mango pulp to make a favorable international trading for participating parties.

Similarly secondary data helped to lift the project through the background and the legal basis of the country of destination was needed, also it involved the use of theories that allowed the collection of accurate information to determine the viability of the investigation.

With the intervention of research methodologies which allowed determining factors related to supply and demand for the product, is also involved the market study the same which measures the viability of the project and also contributes on strategies to take into account for the marketing of the product in the international market.

With the information gathered from real data, ongoing research and field investigations, could clearly identify the feasibility of exporting the product (Mango Pulp), the Canadian market, based upon the analysis of market research, the same as sets the size of the project, just as the location and applied engineering project, which is focused on the parish of San Vicente de Pusir together with farmers in this population.

In the same way using the logistics plan and financial statements we get to deduct the total investment of research and from this recovery time of it, contributing to the meticulous analysis of the feasibility of the project which was valued based on the studies in each of its stages, by means of financial

indicators such as IRR and NPV, which demonstrate the economic profitability obtained from exports in the year for the market of Canada- Quebec by contributing to the economic stability of farmers in the community and the same way to the national economy, generating exports of non-traditional products.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación empieza con la fundamentación documental de temas referentes a la innovación de productos, las oportunidades de mercado y comercialización, posteriormente se analizara los datos y la información para determinar cuál es la más relevante para el proyecto y como punto final diseñar un estudio de factibilidad de oportunidades en donde nos permita verificar, oferta demanda, gustos, preferencias, comercialización, tecnificación análisis económico financiero, análisis de impactos que nos permita determinar la eficiencia y viabilidad del proyecto a desarrollar. Hoy en día lo que más prevalece es el emprendimiento con el que cuentan las personas, y más aún la intervención del gobierno que es un pilar primordial para que estos proyectos nuevos e innovadores se realicen en su totalidad con el fin de progresar tanto el país como el emprendedor. La Provincia del Carchi está ubicada en el norte del país, limita al norte con Colombia, en dicha Provincia se encuentra el Cantón Bolívar, Parroquia de San Vicente de Pusir, el cual se caracteriza por contar con una producción agrícola diversa, debido a la variedad de pisos climáticos que posee; los principales productos que se dan en la zona son: arveja, maíz, cebada, trigo, anís, tomate, aguacates, de igual manera desde tiempos atrás se ha venido incursionando en los cultivos de productos no tradicionales con el objeto de diversificar la agricultura del sector, debido a que en estos cultivos se ha logrado encontrar rentabilidad, es por esta razón que en él sector actualmente podemos encontrar cultivos de mango en pequeñas cantidades a nivel familiar. Esta investigación permitirá determinar las oportunidades de mercado en Canadá y realizar la tecnificación de este producto (mango), con el fin de incursionar en diferentes mercados pero con un nuevo producto como es la pulpa de mango desde la Parroquia de San Vicente de Pusir hacia Quebec, con el objetivo primordial de promover la transformación de la matriz productiva, en el caso del mango añadiéndole un valor agregado, así generando ingresos económicos a los pequeños y medianos productores, e incentivar la comercialización de nuevos producto a diversos mercados para una aceptación de productos innovadores y de alta calidad.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

De acuerdo a la posición geográfica que se encuentra el Ecuador ofrece una gran gama de productos agrícolas de calidad, logrando así proveer al mercado local y nacional, pero aún no han sido explotados en su totalidad debido al desconocimiento de los agricultores en la tecnificación de nuevos productos, además esta actividad agrícola es el sustento de varias familias en su mayoría carchenses como es el caso de la Parroquia de San Vicente de Pusir del Cantón Bolívar Provincia del Carchi, ubicada en el norte del País.

La parroquia San Vicente de Pusir cuenta con una variedad de pisos climáticos, en donde cuya población predominante es mestiza, afrochoteña e indígenas migrantes de Imbabura, estos trabajadores toda una vida se han desempeñado en el ámbito agrícola, ganadero y jornalero debido a las situaciones económicas que son relativamente diferentes a las personas de la ciudad; más aún pese a los años de experiencia en este medio aún no han desarrollado productos nuevos e innovadores, debido al escaso apoyo estatal y privado en la parte económica y solamente han permanecido en la conservación del producto como materia prima, manteniendo un estigma ambiguo de los mismos debido a esto el perfeccionamiento y progreso de la agricultura no es alentador y la vida de los agricultores no ha mejorado mucho durante todos estos años.

Sin embargo, debido a la falta de apoyo gubernamental para las pequeñas y medianas micro empresas y más aun a los agricultores esto no permite la tecnificación necesaria para la producción y elaboración de pulpas, de ahí la necesidad importante de fortalecer esta actividad ya que sin duda alguna con la mejora y fortalecimiento de la agricultura se contribuye enormemente a mejorar la calidad y las condiciones de vida que esta población tiene en la actualidad. (CAPEIPI, 2014)

El desconocimiento previo de como promover un producto nuevo también es una falencia en los agricultores ya que en su mayoría muchos de ellos solamente obtuvieron conocimientos de siembra por parte de sus padres,

abuelos y nada más, pero un conocimiento más técnico y especializado jamás lo han recibido, es una de las características menos favorables para poder producir e innovar un producto. Pero también la reducción de organizaciones y asociaciones en la comunidad es lo que no les permite llegar a las cabezas mayores para obtener ayuda gubernamental con el propósito de generar oportunidades de negocio en diferentes mercados locales.

También se analiza que se han registrado pocos estudios realizados con respecto a los productos no tradicionales, por dicha razón mediante el estudio realizado se plantea buscar las oportunidades de mercado para potencializar al Ecuador y en sí a la Provincia del Carchi en un exportador de productos agrícolas generando valor agregado y no únicamente de productos tradicionales sino también en productos no tradicional como es en el caso del mango para ser competitivo en mercados internacionales.

El Ecuador cuenta con una comercialización de mango en cantidades relevantes a España, Estados Unidos, Colombia, Holanda, Bélgica, entre otros pero en si como materia prima, su producción ha crecido en un 12.8%, según Fecargo (2013), entendiéndose que el sector exportó 10,89 millones de cajas de mango de 4 kg refiriéndose esto como materia prima; pero al hablar como producto con valor agregado comprende las exportación en un 25.26% esto es significativamente irrelevante para la balanza comercial de Ecuador.

Para realizar la presente investigación de exportación del mango con valor agregado como pulpa de mango es necesario investigar lo siguiente, ¿para qué es necesario exportar?, ¿Qué proceso se necesita para exportar pulpa de mango?, ¿Qué dificultades pueden existir al exportar pulpa de mango?, ¿a qué mercados podemos exportar?, ¿Qué normativa es la que direcciona a la exportación de pulpa de mango?, ¿Qué envase y embalaje se debe utilizar para exportar mi producto?; estos son algunos cuestionamientos para poder realizar con éxito mi comercialización de pulpa de mango a Canadá.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo contribuyen las oportunidades de mercado internacional para la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir?

1.3. DELIMITACIÓN.

Para el desarrollo de la investigación de oportunidades de mercado internacional y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir, para atender parte de la demanda en los mercados de Canadá, España y Estados Unidos se identificó los siguientes datos:

Tabla 1. Delimitación de la investigación

OBJETO DE ESTUDIO	Oportunidades
SUJETO DE ESTUDIO	Comercialización
TIEMPO DE APLICACIÓN	2 años
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	San Vicente de Pusir
ÁREA DE CONOCIMIENTO	Comercio Exterior
GRUPO SOCIAL	Pulpa de mango

Fuente: Investigación

Elaborado por: Rosero Tatiana

1.4. JUSTIFICACIÓN.

Inicialmente el Ecuador con respecto a las exportaciones tradicionales y no tradicionales ha tenido un aparato productivo muy reducido y poco tecnificado, el gobierno actual ha hecho énfasis en recurrir a políticas sustitutivas de importaciones para proteger la producción local, estas medidas están ayudando además a promocionar las exportaciones de productos agrícolas con valor agregado y no solamente como materia prima; actualmente la Asamblea Nacional del Ecuador aprobó el "Proyecto de Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones", en donde se plantean políticas de desarrollo productivo para fomentar y diversificar las exportaciones facilitando las operaciones de comercio exterior. Si bien es cierto la comercialización de pulpa de mango identifica que es un producto

óptimo y acorde a las exigencias internacionales, según el COPCI (2009), manifiesta en su artículo 4, “Transformar la matriz productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación”. (COPCI, 2009)

La presente investigación se la efectúa en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, debido a que esta parroquia se dedica al cultivo de varias frutas en especial el mango en grandes cantidades en temporadas del año, teniendo así su mayor producción en el mes de octubre a enero. El precio de la fruta está en base a la oferta y de la demanda, pero en muchas ocasiones la oferta interna es muy grande es por lo que gran parte de la producción hace que se dañe, por tal motivo se ve la necesidad de expandir este producto a otros mercados pero añadiéndole un valor agregado, exportando como pulpa de mango esto ayudará a contribuir a la economía de los pequeños y medianos productores de mango en la Parroquia San Vicente de Pusir de la Provincia del Carchi; de igual manera interviniendo en este proceso beneficiarios de manera indirecta como: choferes, operarios en el área de producción de la pulpa, y profesionales que implementen la empresa; estas actividades productivas son las que generan mayor actividad de ingresos a sus habitantes, con la producción y comercialización de la pulpa de mango lo que se pretende obtener es el mejoramiento económico en esta parroquia.

Esto que se pretende realizar basándonos en el Objeto 10 del plan del Buen Vivir lo que nos manifiesta:

“Impulsar la transformación de la matriz productiva, los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos actores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada”. (República, 2013).

Profesionalmente este tema ayudará a la superación personal y técnica ya que es una gran oportunidad para desarrollar el proyecto de investigación e integrar los conocimientos aprendidos en las aulas; de esta manera emprender a los pequeños y medianos productores de mango a innovar sus

productos a que no queden solo como materia prima sino que sean objetos de exportación como productos terminados para contribuir a la economía del país y el bienestar de los habitantes de la parroquia en sí, abriendo nuevos mercados de venta no tan solo de este fruto sino de la variedad de productos que se dan en esta parroquia.

Académicamente se contribuirá a la mejora continua tanto en la comercialización, distribución y como en la logística que se manejará con la pulpa de mango, se tratará incoterms, sistemas de logística, negociaciones, comercializaciones y muchos términos más relacionados al Comercio Exterior, tomando en cuenta que estos productos no solo se podrán hacer pulpa sino que existen muchos derivados más.

...tomando en cuenta la temática se puede manifestar que el estudio de este mercado será continuo retomando los aspectos que implican en una exportación y así enriquecer más los conocimientos de estos pequeños y medianos productores de frutas de dicha parroquia". (Comercio, 2010)

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Determinar cómo contribuyen las oportunidades de mercado en Canadá para la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi-San Vicente de Pusir.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercado y la comercialización.
- Identificar las oportunidades de un mercado internacional para la comercialización de la pulpa de mango desde la Provincia del Carchi.
- Diseñar un estudio de factibilidad para los mercados internacionales de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi hacia un mercado internacional.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En el desarrollo de la presente investigación se ha solicitado y se ha buscado varias fuentes de información que servirán de base para la elaboración del mismo, los cuales se detallan a continuación.

El primer antecedente es de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), de la Facultad de Ciencias Económicas, realizada por Marcia Vargas Lomas, cuyo título nombra; " Proyecto de inversión para la exportación del mango en almíbar enlatado como un nuevo producto para la Empresa Exofrut S.A.", en el año 2011, a Canadá.

El cuál está basado en aspectos de mayor relevancia como el conocer el comportamiento del mercado ecuatoriano y mundial del mango y sus elaborados, pero al mismo tiempo dicho proyecto está relacionado con la empresa Exofrut S.A, en donde manifiesta que este proyecto busca aprovechar la oportunidad de negocio generada por la demanda mundial de productos elaborados de mango, la misma que no está siendo explotada totalmente por los productores ecuatorianos, proponiendo a la empresa EXOFRUT (una empresa del sector, dedicada a la producción y exportación de elaborados de frutas tropicales) un nuevo producto que a la vez le generará mayor valor agregado y ganancias para la empresa.

También se toma en cuenta que la empresa Exofrut ofrece 3 líneas de productos que son procesados bajo los estándares de calidad y cumplimiento con las normas internacionales en Sistemas para Aseguramiento de Calidad. Estas líneas de productos son los Jugos tropicales, las Frutas exóticas y las Pulpas; todos estos productos cuentan con la Certificación ISO 9001 – 2000 & HACCP concedida por Bureau Veritas Quality International. A continuación una descripción de cada línea de producto. (EXOFRUT, 2015)

Con lo antes mencionado se puede concluir que el proyecto está basado en una idea de mercado que se la está ofertando a la empresa Exofrut S.A, por su capacidad de producción y elaboración de pulpas de frutas, y más aún

por sus antecedentes como empresa exportadora a nivel nacional e internacional estas pulpas. También el mercado al que va destinado es muy demandante de varios productos no solo las pulpas, en este mercado intervienen las flores, mariscos, banano, etc.; pero hoy en día exportar a Canadá resulta menos complicado aunque desde el 12 de febrero del año 2011, los exportadores comenzaron a pagar aranceles por producto de hasta el 35% dependiendo del caso para ingresar al mercado norteamericano.

El segundo antecedente de la Universidad Técnica del Norte, con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico y el proyecto de plan de negocios en donde se puede analizar que dicho proyecto fue realizado con el fin de determinar el impacto económico financiero que con lleva la creación de una microempresa de producción y comercialización de mango en la parroquia de San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, con el fin de proponer una diversificación de productos en este sector y así mejorar las condiciones económicas de las familias, pero al mismo tiempo también se analiza las características agro-económicas, producción, consumo y otras variables del mercado de mango producido en la Parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, esto ha llevado a hacer énfasis en el desarrollo e implementación de la matriz productiva que es un incentivo económico y de desarrollo para las pequeñas y medianas empresas.

Como tercer antecedente analizado es de la Universidad Tecnológica Equinoccial de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios de la Escuela de Comercio Exterior, Integración y Aduanas, con el tema: " Estudio de factibilidad para la exportación de mango fresco al mercado francés en el periodo 2009-2018".

En donde manifiesta que el proyecto fue basado en determinar la pre factibilidad para exportar mango en fruta fresca al mercado francés en el periodo 2009 - 2018, ofertando un producto de calidad de manera que se obtenga una gran rentabilidad.

Al mismo tiempo, al investigar si existe la suficiente producción de mango para poder satisfacer el mercado objetivo y al mismo tiempo determinar el

comportamiento de la demanda del mercado francés en los últimos años con respecto al consumo de mango teniendo en cuenta las diferentes restricciones como barreras arancelarias y no arancelarias que se debe cumplir para poder exportar mango al mercado francés.

Sin embargo la fundamentación hace gran realce a la exportación de mango desde el Ecuador, que contribuye a la mejora continua de los productos que se dan en el país y al mismo tiempo se hace conocer las oportunidades que brindan los países vecinos para poder llegar a ellos y satisfacer las diferentes necesidades.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

En esta sección se detalla todos los reglamentos y normas vigentes para realizar el proyecto de investigación tanto en el país de origen San Vicente de Pusir- Provincia del Carchi- Ecuador y en el país de destino de Canadá

Tabla 2. Fundamentación Legal

Normativa	Descripción	Relación con la investigación
Constitución de la República del Ecuador 2008	Art. 306. Exportación de pequeños y medianos productores. Art. 416. Relaciones Internacionales, fomento el sistema de comercio e inversión.	Existe el apoyo del gobierno especialmente a los pequeños y medianos productores de parte de las Mypimes, como en este caso para la Provincia del Carchi que ayuda al fortalecimiento y fomento, de las exportaciones de productos con valor agregado.
Plan Nacional de Buen Vivir 2009 - 2013	Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva Estrategias 6.3. Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones, y destinos mundiales.	Con la implementación de dicha matriz productiva el gobierno quiere lograr lo que el objetivo 10 de la Constitución establece que es mejorar la calidad de vida de los productores.
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)	Art. 93. Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones.	Los productores de mango deben realizar una óptima utilización de los factores productivos para incrementar los niveles de producción a gran escala, siendo competitivos, con un valor agregado y estar en la capacidad de ser proveedores de mercados internacionales.
Reglamento del COPCI.	Art. 158 Exportación Definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o ZEDE según las disposiciones establecidas en la normativa legal.	La pulpa de mango para su exportación hacia Canadá debe de cumplir con la normativa legal de Ecuador.
Decisión 416 del Acuerdo de Cartagena	Art. 1 El origen de la mercancía deberá ser comprobada con el certificado de origen.	Al exportarse producto ecuatoriano cualquier sea el caso debe de salir del país con el Certificado de Origen pertinente para garantizar el producto o productos que se están exportando sean de calidad.
Resolución 241, Registro Oficial del Ecuador	Procedimientos Armonizados de Certificación Fitosanitaria para Exportación y Reexportación	Sabido que la pulpa de mango es un producto de consumo humano se obtiene el certificado fitosanitario que acredite la calidad es decir que está libre de enfermedades, sustancias e impurezas que pueden afectar al consumidor.
Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria	Artículo 42. Los Certificados Fito y Zoosanitarios para Exportación serán utilizados para asegurar que se están cumpliendo todos y cada uno de los requisitos establecidos para la importación.	

Fuente: Constitución 2008, Reglamento al COPCI.

Elaborado por: Rosero Tatiana

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS PARA LA INVESTIGACIÓN.

Las teorías utilizadas para la investigación están basadas en la nueva teoría del comercio internacional y la ventaja absoluta que permitirán realizar un análisis de comercialización y de la demanda de pulpa de mango.

Tabla 3. Teorías analizadas en la investigación

Teoría	Características	Relación con la investigación
Nueva teoría del comercio internacional (Calva, J. 2010)	La nueva teoría del comercio se centra en el análisis de las economías de escala a nivel de empresas o la industria y en las imperfecciones del mercado, lo cual genera beneficios económicos para firmas particulares.(pág. 23)	El comercio internacional se relaciona con la investigación ya que las empresas que se dedican a la producción y comercialización de pulpa de mango lo realizan con el objetivo de obtener una utilidad que les permita mejorar sus condiciones de vida, estabilidad financiera permitiendo expandir su producto a diferentes mercados internacionales.
Teoría de la ventaja absoluta (Martínez, C. 2010)	De acuerdo con la formulación original de Smith un país exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviese ventaja (desventaja) absoluta de costes, esto es, aquellas mercancías cuyo coste total en términos absolutos fue inferior (superior) en dicho país con respecto a los costes derivados de producir la misma mercancía en el otro país considerado. (pág. 16)	Luego de realizar la investigación acerca de la demanda de pulpa de mango, se pueden llegar a identificar la ventaja absoluta que tendrá para comercializar el producto con un valor agregado a un bajo costo de exportación, obteniendo resultados positivos con propósitos de esparcimiento del producto.

Fuente: Teorías de Comercio Exterior

Elaborado por: Tatiana Rosero

- **Nueva teoría del comercio internacional.-** Son aspectos de ventajas comparativas en el intercambio que se da entre diferentes países tomando en cuenta aspectos como: recursos, mano de obra, capital, entre otros. Es decir producir con la mejor especialización para ser competitivo entre los mercados existentes, el intercambio mejora el bienestar mundial ya que el comercio puede entenderse como un método indirecto de producción, en vez de producir un bien por sí mismo, un país puede producir otro bien e intercambiarlo por el bien deseado.
- **Teoría de la ventaja absoluta.-** Teoría de Adam Smith (1723-1790); postuló que bajo libre cambio, se especializa en producir mercancías que tenga ventaja absoluta, a menor costo de producción en términos

de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

El presente proyecto de investigación enmarca su sustentabilidad en la fundamentación conceptual, que son aportes de varios especialistas en la rama que compete a la comercialización y a las oportunidades de mercado. A continuación se muestra los aportes a ser estudiados y utilizados para respaldo del estudio.

2.4.1. MERCADO

Desde el punto de vista económico mercado es el lugar donde confluye la oferta y la demanda. Si hablamos desde el punto de vista comercial es el conjunto de actuales y posibles compradores.

➤ MERCADO INTERNACIONAL

El ofertante comercializa sus bienes y servicios en el extranjero, en uno o varios países, llamando a esto procesos de exportación e importación y alianzas estratégicas o compañías subsidiarias en el exterior.

El mercado nace de la necesidad que se adquieren bienes y servicios, en el que existen compradores y vendedores en el que se realizan intercambios en un espacio físico o virtual en el que se puede ofertar un producto, el que participa una organización que sirve para establecer un transacción comercial para adquirir un producto o servicio a un determinado precio.

➤ OPORTUNIDAD DE MERCADO

Es el análisis de futuros compradores mediante estudios realizados para la detectar las necesidades, tendencias de compra, gustos y preferencias que plantean los clientes. Con estos estudios la empresa tiene la oportunidad de crear e innovar nuevos productos con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

2.4.2. COMERCIALIZACIÓN

Es la acción de poner en venta un producto con las mejores condiciones de distribución.

➤ **COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**

Cubre un aspecto más amplio, se refiere a la relación de intercambio entre dos o más países o bloques económicos como aquellos formados por procesos de integración económica mediante acuerdos comerciales.

La OMC administra los acuerdos comerciales mundialmente a través de: reglas mundiales, tratados del libre comercio aranceles y leyes locales, como es el servicio aduanero que se encarga de hacer cumplir la normas y controla el comercio internacional.

➤ **NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

Son las actividades comerciales que se desarrollan en más de un país. El concepto incluye las transacciones gubernamentales y las transacciones privadas, interviniendo varios mercados exteriores, el cual se refiere a las condiciones, formas de vida, cultura, costumbres y tradiciones, leyes, lenguaje y regulaciones nacionales para poder manejar una negociación internacional es muy importante conocer y analizar al país con el que se va a relacionar.

Para una negociación comercial es importante tomar en cuenta las 4 del marketing:

- **PRODUCTO:** Es un bien o servicio producido con el fin de ser comercializado ya sea al mercado interno o externo.
- **PRECIO:** Es la medida en dinero que se da a un valor por el bien o servicio satisfaciendo la necesidad y deseo de quien lo adquiera.
- **PLAZA:** Es un mercado objetivo donde se selecciona al comprador, cliente consumidor o usuario internacional.
- **PROMOCIÓN:** Es un conjunto de proceso y mecanismos estimulados al comprador, ya sea un diseño de campañas de comunicación, propaganda y promoción comercial.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

➤ **Comercio Internacional**

Es el intercambio de bienes y servicios entre un país y otro. Se aplica al proyecto con la salida de mercancías de un país de diversa índole como es el caso de la pulpa de mango ofertada por el Ecuador a los países de Canadá, Estados Unidos y España (exportaciones) y la entrada de mercancías (importaciones), generando beneficios económicos entre países.

➤ **Comercialización**

Cumple con varias funciones que se van desarrollando en el proceso de producción hasta llegar al consumir final, el presente proyecto está basado en la pulpa de mango, el mismo que es un sustento económico a varias familias de la Provincia del Carchi, pero con la comercialización internacional el crecimiento económico aumentará.

➤ **Sistemas de comercialización**

Existen diferentes sistemas como el marketing y la mercadotecnia, la comercialización vincula a los aspectos productivos, articulando al sistema agroindustrial y fundamentalmente con el consumidor de esos productos de forma directa e indirecta.

➤ **Mercadotecnia**

Es un sistema local de actividades mercantiles cuya finalidad es planear, fijar precios, promover y distribuir productos, servicios o ideas que satisfacen las necesidades partiendo de una previa planificación.

➤ **Estrategias de comercialización**

Es toda acción específica orientada a conseguir un objetivo propuesto, trata de desarrollar ventajas competitivas sostenibles en productos, combinando recursos, ya sean humanos o materiales, aprovechando las oportunidades del entorno para llegar a la meta prevista por la empresa.

➤ **Estrategia de Precio**

Al desarrollar las estrategias de comercialización se tiene el producto para vender en los mercados extranjeros y es necesario considerar varios factores para decidir los precios de forma adecuada. (Kim, 2008)

Con dichos factores lograremos llegar a un mercado optimista, con precios adecuados y sobre todo con un producto de alta calidad de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente.

➤ **Canales de Distribución**

Dichos canales en si son medios de distribución por los cuales se llega a los posibles consumidores aplicando estrategias de comercialización ya que son las que permiten realizar la actividad de comercio exterior y a la vez generan competitividad entre los mercados y productores existentes de pulpas de frutas.

➤ **Oportunidades de mercado**

Al mismo tiempo se puede manifestar que las oportunidades de mercado pueden ser muchas o puede ser una las que se puede encontrar en los mercados a estudiar en el presente proyecto.

➤ **Mercado**

Con respecto a mercado se denominará a "contexto en donde tienen lugar los intercambios de servicios y bienes. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas". (Economías W.S, 2007)

➤ **Oferta**

"Se refiere a la relación completa entre la cantidad ofrecida y el precio de un bien. La ley de la oferta establece que si los demás factores permanecen constantes, cuanto más sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien, menor será la cantidad ofrecida". (Parkin, 2007)

➤ **Demanda**

“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo”.
(Aquino, 2008)

Los anteriores conceptos se aclararán diciendo que la oportunidad de mercado se resume en una acción de obtener o cumplir un objetivo planteado en un encuentro de comercialización o negociación sea a corto o largo plazo.

2.6. IDEA A DEFENDER.

El identificar las oportunidades de mercado internacionales permitirá la comercialización de pulpa de mango desde la provincia del Carchi- San Vicente de Pusir.

2.7. VARIABLES.

2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Oportunidades de mercado

2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Comercialización

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de la investigación del presente proyecto de investigación será mixto, es decir actuarán los dos enfoques tanto cuantitativos como cualitativos, debido a que el primer enfoque se utiliza para la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación, previamente establecidas, control numérico, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud modelos de comportamiento.

Y en cambio el enfoque cualitativo contribuirá para el estudio de los factores sociales y culturales que enmarcan el proceso de exportación desde la Provincia del Carchi a los distintos países factibles, también a entender el comportamiento de las variables de estudio.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Para el presente trabajo se realizará la investigación no aplicada, pero contribuye en recopilar información del objeto de estudio y plantear la alternativa de solución para los productores a través de la ejecución de un plan estratégico de oportunidades para la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi hacia los mercados internacionales opcionales como lo son España, Estados Unidos y Canadá, pertinentemente.

Es necesaria la aplicación de la investigación exploratoria debido a que se debe mitigar el lugar de los hechos conociendo su situación actual, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción, población, procesos de comercialización de mango como materia prima y su situación actual si es que lo hubiere como producto innovador.

Además, si es posible acotar la investigación de tipo documental, se la realizará con la revisión de material bibliográfico, libros revistas, documentos oficiales de gobierno referente a la temática de estudio, proporcionando datos relevantes verídicos y actualizados, a la que se pueda concurrir como

fuente secundaria o referencia en cualquier momento, a la misma vez siendo este un aporte académico para la sociedad.

3.3. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Para determinar la población de la investigación se considera dos poblaciones, la población ofertante de materia prima, que son los productores de la Parroquia San Vicente de Pusir.

Tabla 4. Población destinada a ofertar materia prima

Grupo Ofertante
País: Ecuador Provincia: Carchi Parroquia: San Vicente de Pusir Productores: 150 personas Producto: mango
Técnicas: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Observación ➤ Entrevista
Instrumentos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fichas ➤ Guía de entrevista.
Para el estudio de la oferta se ha considerado tomar en cuenta la población total de la parroquia por tratarse de un área pequeña de territorio, la población se encuentra orientado al sector agropecuario y dentro del sector agrícola uno de los cultivos que en mayor cantidad que se produce es el mango (MAGAP), ya que la mayoría de los habitantes se dedican a la misma actividad. Y serán los proveedores de materia prima para la empresa en estudio para la obtención de pulpa de mango.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010

Elaborado por: Rosero Tatiana

La población demandante que abarca tres países: España, Estados Unidos y Canadá.

Tabla 5. Población demandante de pulpa de mango

Países	2014	
	Ciudad	Millones
Estados Unidos	Washington D.C	658.893
España	Barcelona	1.611.822
Canadá	Quebec	8.629.760
<p>CIUDAD: Quebec Según estudios realizados por la USAID manifiesta que en Canadá- Quebec existen grandes oportunidades de negocio especialmente para el sector de productos procesados, por tal situación para el desarrollo del presente proyecto de ha tomado en cuenta Quebec puesto que es la ciudad más grande de Canadá en el cual se centra la actividad comercial, financiera e industrial donde se encuentran las principales empresas, es por eso importante introducir en este mercado para nuevas negociaciones comerciales.</p> <p>Poder adquisitivo Canadá es un país con un elevado Producto Interno Bruto, cuenta con una población con alto poder adquisitivo, su economía crece de manera sostenida, por lo que debe ser visto como un país con gran potencial para convertirse en un importante socio comercial del Ecuador. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2012)</p>		

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores 2012

Elaborado por: Rosero Tatiana

Ciudad: España- Barcelona
<p>Poder Adquisitivo:</p> <p>El poder adquisitivo es una medida de la renta disponible per cápita, incluidas las prestaciones estatales recibidas, después de la deducción de los impuestos y las contribuciones caritativas. Por lo que se puede extraer la capacidad de compra por persona, por año, en euros, de acuerdo a esto se puede manifestar que España se encuentra con relación al poder adquisitivo en torno a un 5% por debajo de la media de Europa y a un 22% de la media de los 28 estados miembros de la Unión Europea.</p>
Ciudad: Estados Unidos- Washington D.C
<p>Poder Adquisitivo:</p> <p>El poder adquisitivo de los latinos que viven en Estados Unidos es tres veces mayor que el de otros grupos y aunque esta población representa un bajo porcentaje, es tan sólo el 16.7% de la población total de los EEUU, lo que la convierte en la mayor minoría étnica del país, siendo responsable por el 50% del aumento en el consumo en los últimos años. (Georgia, 2011)</p>

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 6. Operalización de las Variables

Idea a defender: El conocimiento de las oportunidades de mercado internacionales permitirá la comercialización de pulpa de mango desde la provincia del Carchi- San Vicente de Pusir.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI. OPORTUNIDAD DE MERCADO	Entorno (perfil de oportunidades y amenazas del medio)	<ul style="list-style-type: none"> Socioeconómicos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB en Canadá, España, Estados Unidos? ¿Cuál es el índice inflacionario de Canadá, España, Estados Unidos? ¿Cómo está constituida la población Canadá, España, Estados Unidos? ¿Cuál es el índice de población económicamente activa, Canadá, España, Estados Unidos? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de Canadá, España, Estados Unidos? 	Observación	Análisis linkográfico	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		<ul style="list-style-type: none"> Políticos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica? ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		<ul style="list-style-type: none"> Legales (medidas arancelarias, no arancelarias) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de pulpa de mango? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de pulpa de mango? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? ¿Cuáles son los requisitos técnicos para la exportación del producto? 			

	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> Perfil del consumidor (necesidades, motivaciones, hábitos de compra, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuáles son los hábitos de compra de la pulpa de mango? 			
	Producto	<ul style="list-style-type: none"> Exportaciones Producción nacional Demanda insatisfecha Precios del producto Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución? 			

Idea a defender: El conocimiento de las oportunidades de mercado internacionales permitirá la comercialización de pulpa de mango desde la provincia del Carchi- San Vicente de Pusir.

Variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
VD: COMERCIALIZACIÓN	Entorno	<ul style="list-style-type: none"> Político / legal (medidas arancelarias, arancelarias) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de pulpa de mango? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de pulpa de mango? ¿Cuál es la balanza comercial del Ecuador? 	Observación Entrevista	Análisis linkográfico, Análisis bibliográfico Ficha guía de entrevista	Páginas oficiales del Gobierno Internet: archivos, sitios web. Libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		<ul style="list-style-type: none"> Factores económico socio Grupo ofertante 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación económica actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 			

	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características del producto • Costos de producción • Oferta exportable 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál son las características del producto? • ¿Cuáles son los proveedores del sector? • ¿Cómo se calcula el costo de producción del producto? • ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? 	Fichaje Observación Entrevista	Fichas	Productores
1	Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución • Red de transporte • Proceso logístico 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características del envase y embalaje? • ¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Canadá? • ¿Cuáles son los costos en origen? • ¿Cuáles son los costos en transporte? • ¿Cuáles son los costos en destino? 	PROPUESTA		
2	Estudio de factibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de mercado • Análisis Técnico • Análisis Financiero 				

Fuente: Formato Taller Escuela de Comercio Exterior (2014)

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.4.1 Métodos

En la presente investigación se utilizará el método inductivo permitiendo realizar el enfoque desde lo particular a lo general, en donde por medio de información primaria se puede constatar el aprovechamiento de tierras fértiles y productivas como lo tiene la Parroquia de San Vicente de Pusir para ofertar materia prima para que sea transformada en pulpa y vender a un mercado internacional.

De la misma manera se apoyará en el método deductivo que al obtener las conclusiones finales se podrá realizar la toma de decisiones, es decir alcanzar objetivos verdaderos.

En cambio el método analítico interviene en la operalización de las variables de manera minuciosa para la obtención de resultados.

El método sintético no es más que el razonamiento de los resultados para ejecutar síntesis del todo de lo que establece el presente proyecto.

3.4.2 Técnicas

- **Observación.-** La técnica de observación es la que permite prestar atención a las personas directamente, en este caso en la recopilación directa de la información de los productores de mango de la parroquia San Vicente de Pusir y la recopilación de información en libros, revistas, tesis, entre otras para documentar las variables en estudio.

- **Entrevista.-** Para la obtención de la información fue necesario aplicar una entrevista al Señor Julio Cosme como representante de San Vicente de Pusir, con el cual realizamos varios encuentros tanto en la Ciudad de Tulcán, como en la misma parroquia, obteniendo resultados importantes para la investigación.

- **Fichaje.-** el fichaje se utilizó con el fin de recopilar antecedentes bibliográficos, como datos históricos y actuales para poder realizar comparaciones de información.

3.4.3 Instrumentos

- **Fichas.-** las fichas se las realizó para el estudio de gusto y preferencias con el objetivo de determinar el mercado más beneficioso para la exportación con los requerimientos necesarios.
- **Guía de entrevista.-** la entrevista fue guiada por el tutor y estudiante, formulando 6 preguntas respecto a la siembra y cosecha y 11 direccionadas a la carrera. Ver anexo No. 01
- **Diseño plan logístico.-** Este diseño se lo utiliza para el plan logístico de acuerdo a la negociación y al país que se va a dirigir, tomando en cuenta las rutas más convenientes.

3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Con respecto a la recolección de información se puede decir que se ha obtenido información de manera directa o primaria, pero también se ha utilizado información secundaria a partir de libros, revistas y de tesis sobre exportaciones realizadas anteriormente.

- **Información primaria.-** se aplicó el proceso de recopilación de información del objeto de estudio y plantear la alternativa de solución para los productores, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción.

Mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información en datos primarios (entrevista), para esto se tomó en cuenta San Vicente de Pusir es una Parroquia que pertenece a la Provincia del Carchi y la mayoría de sus habitantes son productores de mango, con los cuales se analizó la

capacidad de proveer materia prima a una empresa en estudio para elaborar pulpa de fruta.

Tabla 7. Recolección de Información

Actividad	Actores	Duración	Lugar de aplicación
1. Elaboración y aprobación de la herramienta de recolección de información (entrevista)	Asesor del proyecto. Autor (a) del proyecto	1-4 días	UPEC/ Tulcán
2. Primer encuentro con el representante San Vicente de Pusir	Autor (a) del proyecto	1 día	Municipio de Tulcán-Tulcán
3. Visita a la parroquia de San Vicente de Pusir	Autor (a) del proyecto	1 día	San Vicente de Pusir
4. Aplicación de la herramienta de recolección de información (primaria)	Asesor del proyecto. Autor (a) del proyecto	1-3 días	Provincia del Carchi, Parroquia San Vicente de Pusir, instalaciones de la Parroquia.
5. Procesamiento y análisis de la información	Asesor del proyecto. Autor (a) del proyecto	1-30 días	UPEC/ Tulcán

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

- **INFORMACION SECUNDARIA.-** En cambio como información secundaria se tomó en cuenta exportaciones que Ecuador ha realizado en años anteriores a varios países, el producto en sí no solo como fruta, sino también como producto terminado, quiere decir que existe un historial anterior en donde hace referencia a que los países antes nombrados si consumen productos ecuatorianos en baja y mediana escala.

Importadores	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014 ▼
Mundo	16.973	18.243	20.744	21.924	30.146
Estados Unidos de América	7.959	8.223	11.185	11.639	17.528
Países Bajos	4.298	4.819	4.951	5.526	6.201
Alemania	694	875	600	1.036	1.816
Canadá	579	754	1.405	1.242	1.699
Francia	498	391	513	669	536
Japón	147	103	103	123	487
Reino Unido	698	393	424	423	462
Chile	311	651	433	446	353
China	420	209	84	0	204
Bélgica	706	511	144	201	198
Noruega	77	79	99	123	150
Australia	59	369	251	112	132
España	99	68	100	213	104
Brasil	0	0	0	0	100
Corea, República de	45	45	45	74	80
Polonia	0	0	0	0	42
México	279	661	348	13	36
Federación de Rusia	30	21	0	0	17
Italia	1	0	0	81	1
Colombia	0	2	0	0	0
Costa Rica	11	33	59	0	0
Nueva Zelanda	32	0	0	0	0
Perú	0	0	0	2	0
Portugal	21	26	0	0	0

Figura 1. Exportaciones pulpa de mango de Ecuador- Mundo

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.6. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez que se ha obtenido toda la información necesaria, se procedió analizar los datos obtenidos, los mismos que fueron utilizados para la realización del estudio de mercado y de esta manera realizar la propuesta con su respectivo plan logístico, análisis económico financiero y análisis de impactos.

Como técnicas para la presente investigación se utilizó la entrevista, observación y fichaje las mismas que han permitido analizar el mercado ofertante y determinar que si es posible realizar el proceso de producción para la posible exportación a un mercado internacional.

➤ **Análisis de entrevista**

Mediante la entrevista realizada se ha obtenido la siguiente información que es necesaria y esencial para el desarrollo del presente proyecto, tomando en cuenta que el producto que se va a transformar es el mango de variedad Tommy Atkins, es originaria de la Florida. Es una fruta de 13 cm de largo y 450 a 700 gramos de peso, con forma ovoide a casi redonda, color con base morado a rojizo, bastante

resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra, tiene buen sabor y de pulpa jugosa. (Mango Ecuador Foundation, s.f.)

Tabla 8. Resultados Entrevista

Producción actual de mango en TN	Plantas de mango	Productores de mango	Tiempo de cosecha	Tiempo de producción	Producción de c/ planta	Precio c/mango
100 HT	18.000	150 personas	3-4 veces al año	2 años y medio a 3 años	1)cosecha abundante: 120 U 2)cosecha medianamente abundante: 80 U 3)cosecha poco abundante: 50 U	0.10; 0.12 ctvs.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Rosero

Los datos obtenidos de la tabla anterior indican que en la Parroquia San Vicente de Pusir existen aproximadamente 18.000 plantas en producción establecidas en 100 hectáreas aproximadamente, manejadas por 150 agricultores de la zona, con un promedio por agricultor de 120 plantas. Las cosechas se dan cuatro veces al año, pero la cosecha abundante se da en la temporada de octubre a febrero. El precio de la fruta está en base a la oferta y la demanda, sin embargo, se informó el entrevistado que el precio a nivel de finca está entre 0.10 y 0.12 ctvs. De dólares por unidad. Datos obtenidos de la entrevista. Ver anexo No. 01

➤ **Cantidad ofertada y unidad de medida**

Para poder determinar la cantidad ofertada se realizó el cálculo en base a la producción trimestral de mango en la Parroquia San Vicente de Pusir, cabe recalcar que la producción es por temporadas y que cada planta de mango cultivada tiende a producir 50 unidades por trimestre, por práctica de los agricultores consideran que aproximadamente 3 mangos equivalen a 1 kilo, de un promedio de 333 gr. Es decir, cada planta produce 16 kilos trimestralmente y como

cada agricultor maneja 120 plantas entonces cada agricultor produce 1920 kilos aproximadamente por cosecha.

A continuación se detalla la producción de mango de Ecuador:

Tabla 9. Cálculo de la oferta de materia prima

Plantas cosechadas anuales	Hectáreas de producción anuales	Productores	Cada planta produce unidades	Producción U/mango	Kilos	Toneladas
18000	100	150	50	900000	300000	300

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

En la tabla anterior se puede identificar la producción total de San Vicente de Pusir es de 300 toneladas por año, pero para el desarrollo del proyecto se utilizará el 40% de esta producción que vienen hacer 120 toneladas, debido que el 60%, los agricultores la destinan a mercados locales, teniendo así los siguientes resultados.

Tabla 10. Cálculo de materia prima a utilizar

	40% de oferta disponible TN	Kilogramos ofertados	Gramos ofertados	Fundas 500gr
	120	120000	120000000	240000
Pulpa	48	48000	48000000	96000
Desperdicios	72	72000	72000000	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Estimación de pulpa de mango

En una práctica realizada en los laboratorios de la Escuela de Alimentos de la UPEC, se trabajó con 7 libras de mango de variedad Tommy Atkins para obtener pulpa de mango, se procedió a colocar en la despulpadora y se obtuvo los siguientes resultados: en desechos se va el 60%, con estos datos hemos tomado como referencia el porcentaje de pérdida en el proceso, considerando que en los

laboratorios se trabaja con equipo semi industriales, se aduce entonces que en empresas eficaces y eficientes la pérdida sería entre el 40-50%, con esta información trabajaremos para tener una idea de la cantidad de pulpa que se obtendrá luego del proceso, como se indica en la tabla No. 11

3.6.2. Proyecciones de estudio

Tabla 11. Producción de mango en San Vicente de Pusir

Año	Producción Total Trimestral TN.	Producción Total Anual TN.	Mango de Exportación TN. (40%)	Envíos Trimestrales
2014	120	300	120	1
Proyecciones				
2015	105	420	168	1
2016	131	525	210	1
2017	164	656	263	1
2018	205	820	328	1
2019	256	1.025	410	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

Tabla 12. Precio de mango

Años	Precio/kg
2011	0,1
2012	0,15
2013	0,18
PROYECCIÓN	
2014	0,40
2015	0,48
2016	0,50
2017	0,52
2018	0,54
2019	0,56

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

Nota: de la producción total en toneladas, se toma en cuenta para la exportación de pulpa de mango un 40%, debido a que el 60% destinado a mercados locales.

Basándose en la producción que se ha generado en los últimos años, se puede llegar a estimar el volumen de ventas para los próximos periodos.

Considerando que la evolución se da a largo plazo, se utiliza el método de ecuación de la recta y los mínimos cuadrados, para encontrar los distintos coeficientes: ordenada al origen y pendiente:

$$\text{Ecuación de la recta: } Y = a + bx$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

En donde:

Y= ventas de periodos anteriores

n= número de periodos

x= coeficiente

Aplicando las fórmulas:

Tabla 13. Cálculo de los mínimos cuadrados

Año	X	Y	XY	X2
2012	1	31	31	1
2013	2	36	72	4
2014	3	40	120	9
	6	107	223	14

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} = \frac{6}{3} = 2$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{107}{3} = 35.66$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2} = \frac{223 - 71.32}{6} = \mathbf{25.28}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x} = 25.66 - 25.28 = 10.38$$

Luego reemplazamos en la fórmula de línea recta:

$$y = a + bx = 10.38 + 25.28 = 48.3 \neq 48$$

Es decir que para los siguientes años las proyecciones en toneladas serían las siguientes a partir del año 2015.

Tabla 14. Proyecciones de pulpa de mango

Años	Toneladas	Kilos	Gramos	Fundas de 500gr
AÑO 2015	48	48000	48000000	96000
AÑO 2016	50	50400	50400000	100800
AÑO 2017	53	52920	52920000	105840
AÑO 2018	56	55566	55566000	111132
AÑO 2019	58	58344	58344300	116689

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.7. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS PARA IDENTIFICAR MERCADOS INTERNACIONALES

3.7.1 Análisis de mercados internacionales

Para la búsqueda del mercado internacional y la mejor opción de negocio se debe determinar algunos aspectos, los mismos que son tabulados mediante la matriz POAM. Los países en estudios son: España, Estados Unidos y Canadá, tomando en cuenta los siguientes factores y sub factores:

- Factores socioeconómicos:
 - PIB Per Cápita
 - Índice de precios al consumo
 - Población
 - PEA (población económicamente activa)
 - Distribución de ingresos
 - Inflación
 - Riesgo país
- Factores políticos
 - Política comercial




- Acuerdos comerciales
- Balanza comercial
- Factores legales
 - Políticas de barreras arancelaria y no arancelarias
 - Productos de prohibida importación
 - Normas sanitaria/fitosanitarias
 - Requisitos técnicos
- Factores culturales
 - Idioma
- Factores geográficos
 - Panorama general

3.7.2. Factores socioeconómicos

❖ PIB Per Cápita

Se determina que el PIB Per Cápita es la relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año fiscal por la economía de una nación o estado por cada número de habitantes en dicho año.

Tabla 15. Producto Interno Bruto Per Cápita (PIB Per Cápita)

Año Países		2012	2013	2014
		PIB P (USD)	PIB P (USD)	PIB P (USD)
Estados Unidos		44.723,6	44.500,0	45.953,5
España		25.226,3	25.177,2	25.470,1
Canadá		45.653,9	52.000	50.577

Fuente: datosmacro.com

Elaborado por: Rosero Tatiana




Tomando dichos resultados se puede observar que los Estados Unidos siguen en constante crecimiento, debido a que posee una gran gama de productos, los mismos generan una economía relevante, de igual manera España representa porcentajes mediamente relativos debido a que su país no es una gran potencia mundial con relación a exportaciones como lo es Estados Unidos.

De la igual manera el mercado interno de Canadá es un auge en la economía, de preferencia en el sector inmobiliario y de alimentos de bebidas congeladas, en donde participa en Ecuador como país en vías de desarrollo capaz de producir nuevos productos e integrarse a mercados existentes.

❖ Índice de precios al consumo (IPC)

La inflación viene a ser la elevación sostenida de los precios que tiene efectos negativos para la economía de un país, su medición se realiza utilizando diversos índices, entre los que pueden citarse el Índice de Precios al Consumidor (IPC), el mismo que es un indicador que mide la variación de precios de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares del país.

Tabla 16. Índice de precios al consumo (IPC)

Año Países		2013	2014	2015
		IPC %	IPC %	IPC %
Estados Unidos		1.5%	0.8%	0.6%
España		0.3%	-1.0%	0.1%
Canadá		1.2%	1.5%	1.5%

Fuente: Banco Mundial




Elaborado por: Rosero Tatiana

A su vez, el índice de precios al consumidor ayuda como refuerzo para conocer los efectos que causan el crecimiento de los precios como muestra en la tabla anterior España y Canadá; o decrecimiento de los precios como Estados Unidos que es una potencia mundial; conlleva también el cambio de la moneda a nivel local e internacional, a causa de esto se puede o no realizar una negociación.

❖ Población

No es más que el conjunto de personas, entidades o cosas que habitan en un lugar, área o espacio geográfico, respecto sobre las cuales se formula una o varias posibles investigaciones, como se está realizando en la presente investigación.

Tabla 17. Población (Millones)

Países	Año	2013	2014	2015
		#	#	#
Estados Unidos 		316.742.000	319.047.000	325.127.00
España 		46.512.199	46.464.000	47.199.000
Canadá 		35.100.000	35,344,962	35.691.108

Fuente: *ibge.gov.br, countrymeters.info, datosmacro.com, populationpyramid.net*

Elaborado por: *Rosero Tatiana*




A cerca de este indicador se manifiesta que contribuye a determinar el nicho de mercado al cual se está dirigiendo, los tipos de consumidores que existen en cada país referente a la oferta y la demanda del producto para ofrecer en cada uno de estos mercados, en resumen se puede decir que entre más población existe mayor competencia y oportunidades de negocio.

Sabiendo que se puede satisfacer a toda la demanda insatisfecha pero también se logrará cubrir lo necesario con el fin de obtener una población determinada a la cual va dirigido el producto.

❖ PEA (Población Económicamente Activa)

Población Económicamente Activa (PEA).- Segmento de la población en condiciones de trabajar y que desea hacerlo; por lo tanto puede estar ocupada (en sentido pleno o subempleada) y desocupada.

Tabla 18. Población Económicamente Activa (millones)

Países	Año	2011	2012	2013
		PEA	PEA	PEA
Estados Unidos 		157.565.258	158.666.072	158.959.242
España 		23.543.802	23.559.659	23.281.641
Canadá 		19.066.215	19.269.903	19.445.547

Fuente: *Banco Mundial*




Elaborado por: *Rosero Tatiana*

Considerando los diferentes años se puede manifestar que la población económicamente es la relación de las personas que se dedican a una o varias actividades económicas y las que no poseen un empleo fijo pero si tienen ingresos económicos no en mayores estándares pero si, Estados Unidos a pesar de ser una potencia mundial aún existe población desempleada no en mayor escala como lo tiene España, pero Canadá se puede decir que tiene un promedio medio o aceptable.

❖ Distribución de ingresos

En cuanto a la distribución de ingresos es la muestra la relación entre la población y el ingreso nacional en un periodo determinado. El mismo que contribuirá a la determinación de la forma en que se distribuye el ingreso nacional entre los diferentes factores de la producción (tierra, trabajo, capital y organización).

Tabla 19. Distribución de ingresos

		(%)
Año		2015
Países		%
Estados Unidos		32%
España		18%
Canadá		20%

Fuente: datosmacro.com

Elaborado por: Rosero Tatiana

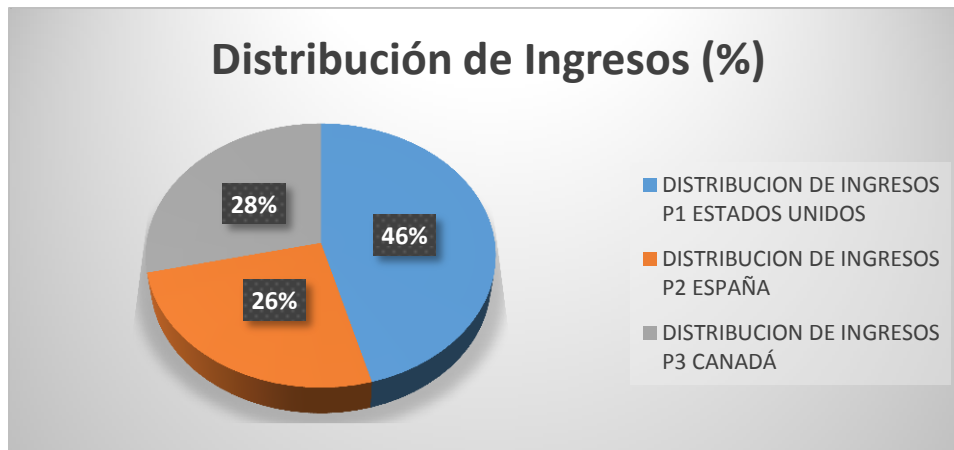


Figura 2. Distribución de ingresos

Fuente: Banco Mundial




Elaborado por: Rosero Tatiana

Es el ingreso de cada uno de los habitantes de la población tomado en cuenta como factor relevante, ya que permite determinar a donde se dirigen los gastos e ingresos de los mismos, los datos expuestos anteriormente en la tabla es la distribución de los ingresos especialmente del factor alimentación, el mayor porcentaje lo tiene Estados Unidos, seguido de Canadá, lo que permitirá analizar qué porcentaje está exclusivamente dirigido al producto que se está ofreciendo.

❖ Inflación

La inflación es la situación económica que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda. La inflación afecta la capacidad de compra en el mercado, ya que si se incrementa la inflación el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios. También la inflación influye en el comportamiento del mercado, ya que cuando se prevé un alza en la inflación se anticipan las decisiones de compra o se aplazan cuando se estima lo contrario. (Lerma, 2010)

Tabla 20. Inflación (%)

Año Países		2013	2014	2015
		%	%	%
	Estados Unidos	25%	2.8%	3%
	España	1.5%	-1.0%	0.6%
	Canadá	1.0%	0.8%	0.5%

Fuente: Banco Mundial

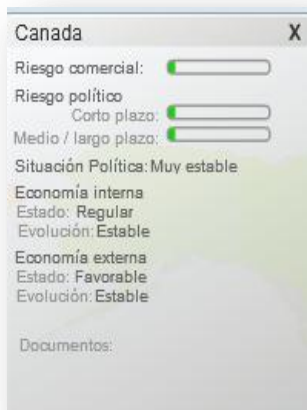
Elaborado por: Rosero Tatiana

En el 2012 el promedio de la inflación de los tres países es notorio en el país de Estados Unidos que en el 2015 haciende al 3%, con relación a Canadá que tiene el 0.5% y España un 0.6%, que son valores bajos en donde las decisiones son más claras a la hora de obtener o comprar un bien o servicio en estos países.

❖ Riesgo País

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras.

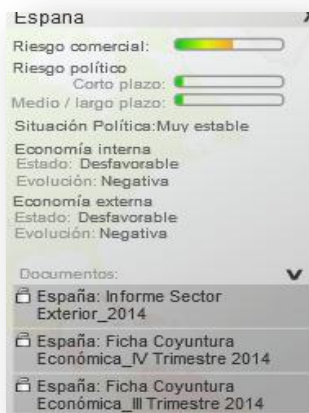
➤ Canadá



Canadá tiene un mínimo riesgo país, debido a que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.

La situación económica interna es regular en donde la evolución de algunos indicadores macroeconómicos es estable, o puede existir la mejora de la situación económica.

Sus Indicadores demuestran liquidez exterior y endeudamiento manejables, estable en la se prevé que la situación continúe sin cambios.



Se encuentra el riesgo país al alcance del riesgo máximo, lo que quiere decir que tiene un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables, sin perspectivas de cambios que puedan afectarlas. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.

La situación económica interna es desfavorable debido que los principales indicadores macroeconómicos son malos e impiden la mejora de la situación económica.

La situación económica externa es desfavorable debido a que tiene solvencia dudosa, lo que es lo mismo validación negativa que pueden comprometer el comportamiento de pagos del país. se prevé empeoramiento.

➤ Estados Unidos



El riesgo país de Estados Unidos se encuentra al alcance del riesgo estable, lo que quiere decir que un sistema político comprendido más no aceptable con instituciones sólidas pero en los últimos años esto ha ido variando. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.

La situación económica interna es regular debido que los principales indicadores macroeconómicos son malos e impiden la mejora de la situación económica.

La situación económica externa es desfavorable debido a que tiene solvencia dudosa, lo que es lo mismo validación negativa

3.7.3. Factores políticos

❖ Política comercial

La política comercial se refiere a las medidas que aplican los gobiernos para regular los flujos comerciales con el resto del mundo y determina el grado de contacto de productores y consumidores nacionales con los precios mundiales.

Como se conoce, cada país tiene sus debidas políticas comerciales todos lo hacen por proteger su industria nacional, este factor contribuye a determinar las

diferentes medidas que como exportadores se deben de tomar en cuenta gustos, preferencias, precios, entre otros factores.

➤ Gobierno de Canadá

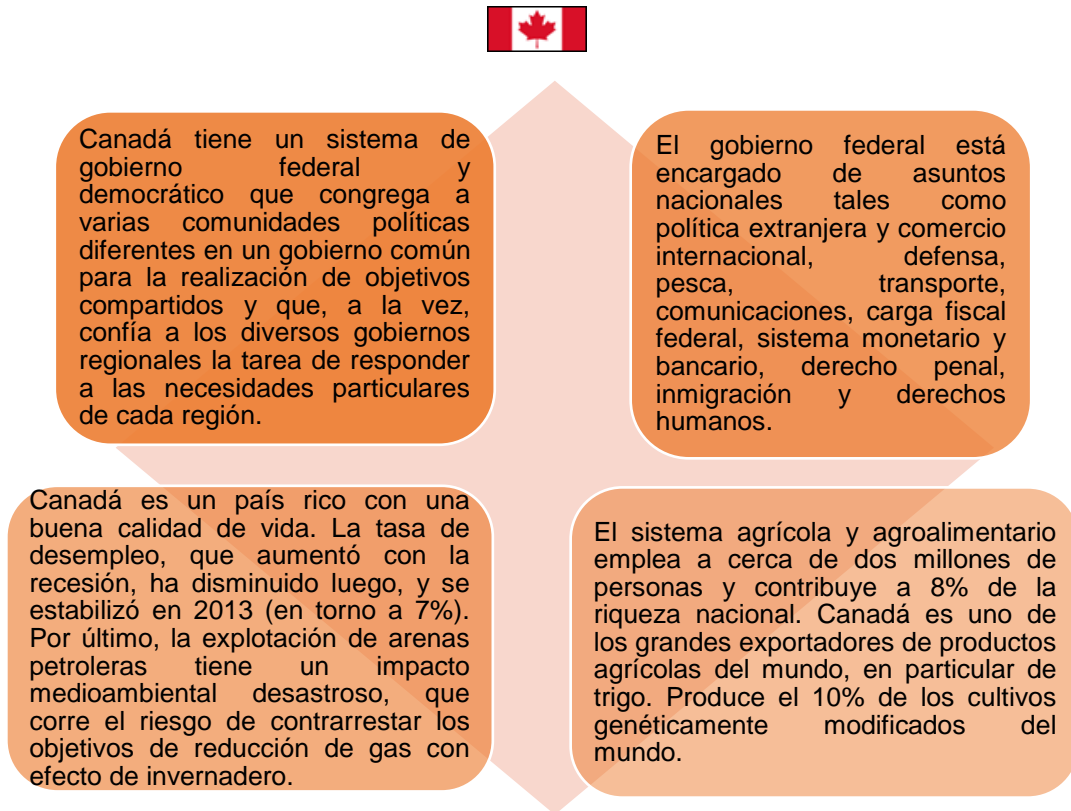


Figura 3. Gobierno de Canadá
Fuente: canadainternational.gc.ca
Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Gobierno de España



La política comercial y de inversión es un elemento fundamental para la consecución del objetivo global de la Estrategia Europa 2020, es decir, lograr un mayor crecimiento sostenido capaz de generar más puestos de trabajo. La apertura comercial y la inversión estimulan la eficiencia y la innovación, impulsa la demanda exterior de bienes y servicios, dinamiza el consumo interno al ofrecer mejores precios y favorece la competitividad empresarial, auspiciando la creación de nuevos puestos de trabajo.

Desde una perspectiva empresarial, es fundamental dar prioridad a las negociaciones bilaterales, dirigidas a la conclusión de acuerdos comerciales y de inversión con, entre otros países, Estados Unidos, Canadá, Japón, o con países y regiones de América Latina.

La gran Recesión económica se refiere a la crisis económica que se inició en 2008 y dura hasta la actualidad. En 2008 los principales indicadores macroeconómicos tuvieron una evolución adversa. Los efectos se han prolongado durante más de seis años hasta la actualidad, no sólo en el plano económico sino también en el político y el social (crisis político-social española), sobre todo en los países desarrollados.

Referente a los Acuerdos de Libre Comercio, que incluyen cada vez con más frecuencia disposiciones relativas a medidas no arancelarias y a cuestiones reglamentarias, tales como disposiciones sobre la facilitación del comercio y reglamentación comercial en ámbitos como la inversión, la propiedad intelectual, la contratación pública, las normas técnicas y las medidas sanitarias y fitosanitarias.

Figura 4. Gobierno de España

Fuente: CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)

Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Gobierno de Estados Unidos

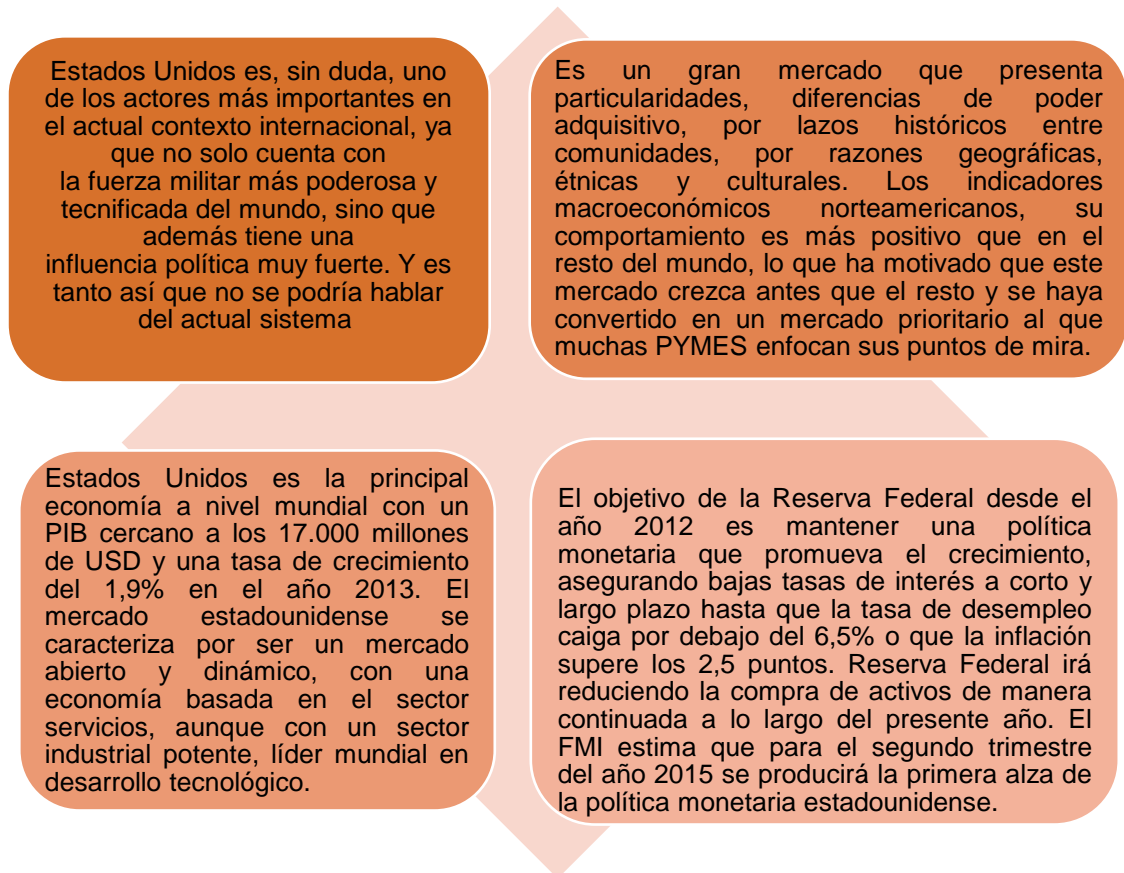


Figura 5. Gobierno de Estados Unidos

Fuente: extenda.es, CMMGS

Elaborado por: Rosero Tatiana

❖ Acuerdos comerciales


Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales. (GestioPolis, 2011)

➤ Canadá- Ecuador

Canadá y Ecuador han mantenido relaciones oficiales diplomáticas bilaterales desde el año 1960. No obstante, nuestros lazos bilaterales empezaron a principios del siglo XX cuando ingenieros del ferrocarril, expertos en minería y misioneros canadienses trabajaron en Ecuador. Hoy en día, nuestras relaciones están

creciendo constantemente en sectores tales como el comercio, político, cultural y personal, con más de 100.000 ecuatorianos que viven en Canadá y 2.000 canadienses que viven en Ecuador. (Gobierno de Canadá, 2015)

Tabla 21. Acuerdos Canadá- Ecuador

Integrante	Acuerdos
<p style="text-align: center;">CANADÁ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Tratado de Libre Comercio de América del Norte(TLCAN) - Comunidad del Caribe (CARICOM) - Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) -Acuerdo de libre comercio y de integración económica - Estrategias de las Américas del gobierno de Canadá. - Estrategias de prosperidad, seguridad y democracia. - Objetivos estratégicos de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. - Creación de oportunidades de becas - <u>El Programa de Líderes Emergentes en las Américas (ELAP)</u> - SGP (Acuerdo de sistema generalizado de preferencias).

Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC)

Elaborado por: Rosero Tatiana


La relación bilateral creciente entre Canadá y Ecuador ha sido destacada por la visita del Ministro de Relaciones Exteriores de Canadá, John Baird a Quito en Junio de 2014 (trip to Latin America), durante su último viaje a America Latina que culminó con la firma de un convenio educacional. El Ministro Ecuatoriano de Sectores Estratégicos y el Ministro de Minas de Ecuador visitaron Canadá en Marzo de 2015, para asistir a PDAC (Prospectors and Developers Association of Canadá), la mayor exposición minera internacional. (Gobierno de Canadá, 2015).

➤ España- Ecuador

Los gobiernos de Ecuador y España firmaron dos convenios de cooperación técnica con el objetivo de promover y fortalecer el área comercial entre ambas naciones.

El acuerdo entre Pro Ecuador y el ICEX favorece las líneas de cooperación, dará asistencia técnica y facilitará el fortalecimiento comercial. Además, se conocerá la experiencia del ICEX en el apoyo a los programas de exportación de pequeñas y medianas empresas, consorcios, entre otros. (PP EL VERDADERO, 2012), entre otros acuerdos se nombra los siguientes:

Tabla 22. Acuerdos España- Ecuador

Integrante	Acuerdos
<p style="text-align: center;">ESPAÑA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Fundación Cedet busca promover la creación de una unidad autónoma de formación online dentro de Pro Ecuador. - SGP (Acuerdo de sistema generalizado de preferencias). - SGPA (Acuerdo de programa especial de cooperación)

Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC), Pro Export Colombia (2014)

Elaborado por: Rosero Tatiana

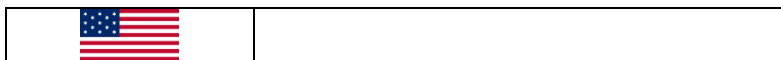
➤ Estados Unidos- Ecuador

Entre otros acuerdos con los Estados Unidos existen los más provechosos, por ejemplo los exportadores del Ecuador se han beneficiado de preferencias arancelarias como la ATPDEA y el SGP. Aunque como todos sabemos el ATPDEA caducó en julio, el SGP queda bajo consideración una vez que el Congreso de Estados Unidos modernice la ley. Muchos productos ecuatorianos se beneficiarían de la renovación de la ley de SGP que está bajo consideración.

Este fue uno de los sucesos más impactantes para los exportadores a nivel nacional debido a que su modalidad de comercialización cambiaría, pero a medida que pasa el tiempo aunque el nivel económico disminuyó las exportaciones han ido en auge. Entre otros se muestran los siguientes acuerdos:

Tabla 23. Acuerdos Estados Unidos- Ecuador

Integrante	Acuerdos
<p style="text-align: center;">ESTADOS UNIDOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> -“Relaciones Bilaterales Entre los Estados Unidos y Ecuador” -Tratado de Libre Comercio de América del Norte(TLCAN)



Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC)
Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ **Balanza comercial**

No es más que el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo, el resultado final de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es decir, dicho indicador muestra la derivación si es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones, al determinar si existe déficit o superávit en la balanza comercial contribuirá a la toma de decisiones para dicho proyecto sea sostenible o no al momento de cualquier negociación.

Tabla 24. Balanza Comercial (millones)

Año		2012	2013	2014
Países		\$	\$	\$
Estados Unidos		687.344	633.420	661.670
España		36.627,5	19.836,0	28.507,9
Canadá		17.514,3	13.648	542,274

Fuente: Datosmacro.com, Pro Ecuador
Elaborado por: Rosero Tatiana

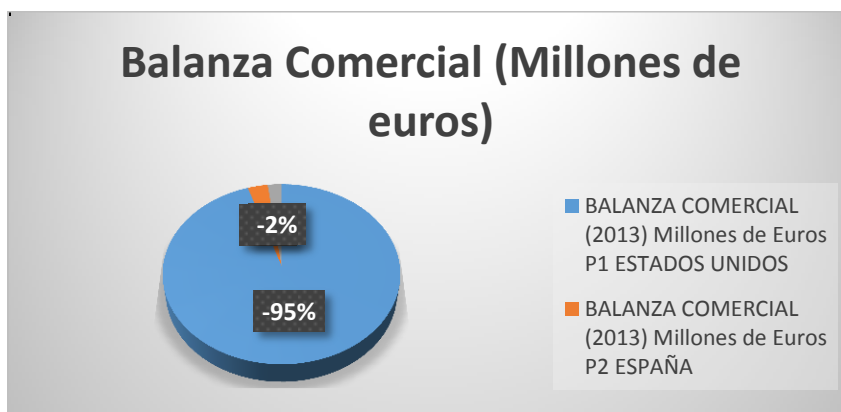


Figura 6. Balanza Comercial
Fuente: Datosmacro.com
Elaborado por: Rosero Tatiana

Con respecto a lo antes expuesto se puede manifestar que al determinar superávit o déficit, Canadá y España mantienen un comportamiento variablemente escaso o aún controlable, entre esos países no existe mucha diferencia como lo es con los Estados Unidos, estos resultados contribuyen para determinar el estado que se encuentra cada país de acuerdo a la economía conjuntamente con otros factores para la toma de decisiones.

Es muy importante tener una idea clara sobre la economía que abarcan los tres países frente al mundo, analizando desde el punto de vista de las importaciones y exportaciones de los bienes y servicios que ofrecen los mismos para analizar las oportunidades y debilidades que presentan estos frente a una serie de negociaciones.

3.7.4. Factores legales

❖ Políticas de barreras arancelarias y no arancelarias

Barreras Arancelarias.- Son 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. (Pro Ecuador, 2014)

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 reglas o ciertas características. (Pro Ecuador, 2014).

CANADÁ

➤ Productos de prohibida importación- Canadá

El gobierno canadiense ha establecido ciertos productos como prohibidos para ser importados dentro de las fronteras canadienses en base a ciertas consideraciones realizadas. (PROECUADOR, 2011)

Si se planea exportar alguno de los siguientes artículos a Canadá, se debe investigar más a profundidad las limitaciones de las prohibiciones establecidas por el gobierno canadiense en cuanto a los artículos enlistados:

- Material obsceno
- Libros con derechos de autor canadiense
- Dinero falsificado
- Aviones usados o de segunda mano
- Bienes manufacturados total o parcialmente por prisioneros
- Colchones usados o de segunda mano y sus componentes
- Bienes con dudoso o confuso certificado de origen
- Vehículos de motores usados o de segunda mano
- Fósforos compuestos de fósforo blanco
- Propaganda de odio

(PROECUADOR, 2011, pág. 15)

➤ **Normas sanitarias**

Las Medidas o Normas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) hacen referencia a mecanismos que garantizan suministrar a los consumidores de un país alimentos inocuos, es decir con arreglo a los criterios que se consideran apropiados y al mismo tiempo, garantizar que la aplicación de normas estrictas de salud y seguridad no sea una excusa para proteger a los productores nacionales. (Turismo, 2014).

➤ **Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

El Ministerio de Salud de Canadá está encargado de establecer las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional que han de cumplir todos los productos alimenticios vendidos en el país. El Ministerio de Salud tiene también a su cargo la evaluación de la eficacia del Organismo Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), encargado a su vez de hacer cumplir las normas y

políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional de los alimentos establecidas por el Ministerio, y de todos los servicios de inspección, conformidad y cuarentena de los productos alimenticios bajo mandato federal. El CFIA también establece y aplica reglamentos sobre sanidad animal y protección fitosanitaria. (PROECUADOR, Ficha Comercial de Canadá, 2011, pág. 16)

La Sección 4 de la Food and Drugs Act prohíbe la venta de alimentos con las siguientes características:

- Que contengan sustancias tóxicas o dañinas;
- Que no sean aptos para consumo humano;
- Que contengan ingredientes no aptos para el consumo humano;
- Que estén adulterados;
- Que hayan sido fabricados, preparados, conservados, envasados o almacenados en condiciones no higiénicas.

(PROECUADOR, 2011)

La CFIA llama "Buenas Prácticas de Importación" (Good Importing Practices) a los procedimientos de manipulación de alimentos que facilitan la identificación y control de problemas que hayan podido producirse en cualquier fase del proceso de importación. El cumplimiento de las Buenas Prácticas de Importación debería asegurar la conformidad con los requisitos de seguridad e higiene alimentaria de la legislación canadiense. (PROECUADOR, 2011, pág. 16)

Aunque las Buenas Prácticas de Importación son de cumplimiento voluntario, se han propuesto enmiendas a la legislación sobre alimentos que las harían obligatorias.

➤ **Requisitos Técnicos**

Los requisitos como en todos los países son requerimientos estrictos a nivel nacional, provincial y municipal, con relación para bienes y servicios que ingresan al país, con el fin de asegurar la salud humana, salud ambiental de los productos, todos los proveedores deben revisar la reglamentación relacionada a su producto antes de exportar a este mercado. (PROECUADOR, 2011, pág. 17)

➤ **Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado**

Gráfico 1. Requisitos generales de etiquetado

Requisitos generales de etiquetado	información en las etiquetas de los alimentos debe ser verídica
	Fácil lectura y de manera clara y destacada (con un tipo de altura de letra mínima recomendada de 1,6 mm (1/16 pulgadas).
	Estar en cualquier panel, salvo en la parte inferior, a excepción de la información requerida que debe aparecer obligatoriamente en el panel principal

Fuente: Pro Ecuador (2011)

ELABORADO POR: Rosero Tatiana

Los alimentos que requieren una etiqueta son todos los productos envasados con las siguientes excepciones:

- Unidades individuales de pequeño tamaño, como caramelo o chicle, se venden por separado,
- Frutas y verduras frescas atadas con una banda o similar inferior a 12,7 mm de ancho.

➤ **Requerimientos de idioma**

Toda la información obligatoria en las etiquetas de los alimentos debe figurar en las dos lenguas oficiales, es decir, francés e inglés, con una excepción:

- La identidad y sede social de la persona o empresa que manufactura, procesa o envasa el producto para su venta, pueden ser en inglés o francés indistintamente.

Además, toda la información en las etiquetas puede figurar en un idioma solamente en los siguientes casos:

- En contenedores de transporte no destinados al consumidor;
- Los productos que se venden en un área local en el que una de las lenguas oficiales es la materna de al menos del 10% de los residentes;
- Productos oficiales de prueba de mercado
- Alimentos especiales, según lo definido por Food and Drug Regulations (FDR).

ESPAÑA

➤ Productos de prohibida importación- España

Tabla 25. Productos de prohibida importación

Productos de prohibida importación- España	-Comercio de productos peligrosos: residuos químicos
	-Productos eléctricos
	-Plantas y animales exóticos
	-Las especies amenazadas de fauna y flora
	-Importación de carne del Reino Unido
	-importaciones de pollos y huevos de Bélgica
	-Colorantes azoicos en los textiles y confecciones

Fuente: Pro Ecuador (2011)

Elaborado por: Rosero Tatiana

Referente a los productos de prohibida importación se puede decir que España, está sujeto a la protección de la salud y seguridad de todos sus ciudadanos debido a que hoy en día se puede decir que está de moda los productos transgénicos, los mismos que no son aceptados por ser dañinos para la salud, lo que este país requiere son productos totalmente orgánicos, es ahí en donde son favorecidos cientos de agricultores ecuatorianos por dedicarse a un cultivo cien por ciento natural y cultivar productos consumibles para el ser humano.

➤ **Requisitos para-arancelarios**

Los requisitos para- arancelarios como toda legislación va en constante evolución paralelamente a la economía y a las presiones que algunos sectores, las normas en el caso de Europa, las aduanas dejan poco margen a los intentos de evitar la aplicación de la ley, con el fin de apuntar cambios en la legislación aduanera.

Además de las medidas clásicas en este momento destacan los siguientes temas:

- Propiedad Intelectual: Los funcionarios de Aduana pueden impedir la entrada de las mercancías si sospechan que estas violan los derechos de propiedad intelectual. La nueva legislación ha agilizado los procedimientos para ejercer un control más efectivo.
- Especies amenazadas: de fauna y de flora, incluidas en una lista que autoriza a las autoridades aduaneras a intervenir.
- Lucha contra el terrorismo: con el apoyo de nuevas tecnologías las aduanas europeas agudizan el control sobre mercancías que puedan ser utilizadas para atentar contra la seguridad

➤ **Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

A continuación se presentan los puntos claves de la legislación europea respecto a la importación de productos de carácter agroalimentario:

➤ **Requisitos Técnicos**

Los requisitos, reglamentos técnicos, normas y procedimientos de evaluación de conformidad a la CE no han sido armonizados en todos los sectores, pero se aplica algunas de las restricciones a este principio, como lo es la protección de la salud de las personas, los animales y las plantas, la protección del medio ambiente y consideraciones de seguridad nacional.

➤ **Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado**

La Directiva define los requisitos de etiquetado establecidos por los estados miembros de la UE. Esta directiva exige que los productos presenten un etiquetado general. Adicionalmente, la UE estableció regulaciones específicas según el tipo de producto determinado, para la mejora del etiquetado en los que no sean de prohibida importación.

La información requerida para el etiquetado, generalmente la UE manifiesta que se debe presentar en un idioma comprendido por los consumidores, en el oficial del estado miembro en el que se va a vender el producto. (PROECUADOR, Guía Comercial de España, 2011, pág. 26)

Los aspectos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre con el que se vende el producto
- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente del producto
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen)
- La fecha de vencimiento
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor
- Las instrucciones de uso y almacenaje
- La identificación del lote
- El país de origen

ESTADOS UNIDOS

➤ **Barreras no arancelarias/ Requisitos para arancelarios**

- Maintenance Processing Fee – MPF

Conforme a la normativa 1401 de 19 Code of Federal Regulations del USCBP los importadores deben pagar una cuota de procesamiento de mercancías (MPF) al momento de presentar los documentos de nacionalización, trámite que se conoce como “Entrada” o Entry, todos los artículos tienen que ser entrados.

El MPF para entradas formales corresponde a una tasa Ad Valorem de 0,21 % o 0,021, el que se calcula sobre el valor de la mercancía importada, sin incluir impuestos, fletes y gastos

de seguro. Cabe anotar, que el monto máximo de la tasa no podrá ser superior a USD 485 y en ningún caso podrá ser inferior a USD 25. (PROECUADOR, Ficha Comercial de Estados Unidos, 2013, pág. 20)

Son algunas de las regulaciones, leyes y prácticas que realiza este país con el resto del mundo sin distinción alguna, son obligatoriamente aplicables porque de no hacerlo las multas y cuotas que se detallan a continuación serían relativamente altas.

- Cuotas

Una cuota a la importación es un control sobre la cantidad importada de una mercancía por un periodo de tiempo específico, generalmente de un año calendario. (PROECUADOR, 2011)

- Tipos de Cuotas

Existen dos clases de cuotas:

Tabla 26. Cuotas

CUOTAS	DEFINICIÓN
1. La cuota absoluta	Refiere a permitir el ingreso de una cantidad determinada de productos a Estados Unidos, durante un período específico.
2. La cuota por tasas arancelarias	Permite la importación de un bien a una tasa reducida hasta una cantidad determinada, y cuando la cuota alcanza su límite, las mercancías son sujeto de un tipo arancelario mayor.

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Rosero Tatiana

Para la presente investigación se necesitará la cuota absoluta, ya que los envíos del producto no serán constantes debido a que la producción son por épocas, si fuere el caso que estas exportaciones aumenten se acogerá a la modalidad de cuota por tasa arancelarias manifestada anteriormente.

➤ **Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

Toda importación comercial de productos alimenticios y bebidas requiere de una notificación previa realizada a la FDA. En tal sentido, los fabricantes

extranjeros y distribuidores deben registrarse con la debida anticipación en la FDA para que sus productos puedan ser ingresados fácilmente y vendidos en el mercado estadounidense. (PROECUADOR, Ficha Comercial de Estados Unidos, 2013)

Pero para que esto se logre de la misma manera, el exportador debe ser legalmente autorizado, para ello existen algunas actividades para las que se puede obtener acreditación incluyen:

- Pruebas de laboratorio para determinar la salud de las semillas
- Inspecciones fitosanitarias
- Toma de muestras de semillas
- Inspecciones visuales en las instalaciones de los exportadores para el envío de embarques, previa la emisión de certificados fitosanitarios.

La Ley PACA (Productos Básicos Agrícolas Perecederos o en inglés, Perishable Agricultural Commodities Act), protege a productores, transportistas, distribuidores y vendedores de frutas y vegetales frescos y congelados, esta licencia es importante debido a que los exportadores podrían solicitar copia de la licencia PACA antes de entrar a hacer negocios con un nuevo importador o distribuidor en Estados Unidos, requisito que permitiría negociar legalmente y únicamente con este país.

➤ **Requisitos técnicos, de calidad y seguridad**

Hazard Analysis & Critical Points - HACCP

Estados Unidos aplica el sistema Hazard Analysis & Critical Control Points HACCP que es un sistema de administración a través del cual la seguridad de los alimentos es resguardada con análisis y control del proceso productivo. (PROECUADOR, Ficha Comercial de Estados Unidos, 2013, pág. 27)

En el HACCP se realizan análisis biológicos, químicos y físicos ayudando a determinar diferentes problemas en cada etapa del proceso de producción

desde la etapa de suministro de insumos, la del manejo de materia prima, la fabricación, la distribución y finalmente la etapa de consumo del producto.

Es necesario para la presente investigación analizar toda la información requerida por el FDA, en dicha notificación incluye:

- 1. Clase de importación:
 - Consumo
 - Express Courier
 - Propósito comercial
 - Informal
 - Equipaje
 - Almacenamiento
 - Zona de Comercio Extranjero
 - Transporte inmediato
 - Importación temporal bajo bono
 - Transportación y Exportación
 - Transportación y Exportación (Express Courier)

Figura 7. Requisitos FDA
Fuente: Pro ecuador, Ficha técnica Estados Unidos
Elaborado por: Rosero Tatiana

2) Puerto de llegada	
3) Nombre y coordenadas de la persona que llena el formulario;	
4) Nombre y coordenadas del importador	
5) País de donde proviene el producto;	
6) Descripción del producto	
7) Otros datos de identificación del producto	
8) Información sobre cantidades y empaquetamiento	
9) Nombre y coordenadas del fabricante	
10) Nombre y coordenadas del transportista	
11) Nombre y coordenadas del dueño	
12) Nombre y coordenadas del consignatario final	
13) Nombre de la bodega donde va a estar el producto, si así ha dispuesto Aduana (USCBP).	

Figura 8. Requisitos FDA

Fuente: Pro ecuador, Ficha técnica Estados Unidos

Elaborado por: Rosero Tatiana

Toda esta información es necesaria y sumamente importante ya que el exportador de alimentos debe someterse a las condiciones de salubridad que se exigen para este país, de igual manera se debe notificar previamente el ingreso y el deseo de exportar a Estados Unidos para demoras innecesarias en la

nacionalización del embarque, que incluyen hasta la devolución total del mismo a su puerto de origen.

➤ **Requisitos de etiquetado**

La agencia responsable de la seguridad de alimentos y etiquetas de Estados Unidos es la Food and Drug Administration FDA, que se rige por el Código de Regulaciones Federales o Code of Federal Regulations CFR, en donde manifiesta:

Tabla 27. Requisitos de etiquetado

1. La información que se debe consignar en el empaquetamiento frontal del producto para paquetes rectangulares;
2. La información para contenedores cilíndricos es el 40% de la altura por la circunferencia del producto.
3. Empaques de otras clases el 40% de la superficie total.
4. En esta sección va el enunciado de la identificación del producto y el nombre común

Fuente: Pro Ecuador (2013)

Elaborado por: Rosero Tatiana

La información de panel:

La sección del panel de información es la que se encuentra en la parte lateral del producto, se puede decir que en una caja de cartón rectangular vista de frente, se debe consignar:

- ✓ datos nutricionales
- ✓ ingredientes
- ✓ advertencia sobre alérgenos
- ✓ advertencias generales sobre el consumo del producto
- ✓ instrucciones para su consumo
- ✓ instrucciones de almacenamiento
- ✓ fecha de caducidad
- ✓ Nombre y dirección completa del fabricante, empaquetador o distribuidor de estar consignada en el empaque.
- ✓ Deben contener un código de barra para facilitar su venta en los puntos de contacto con el consumidor

(PROECUADOR, Ficha Comercial de Estados Unidos, 2013)

3.7.5. FACTORES CULTURALES

➤ Idioma

Es un conector de comunicación con una o varias personas de una nación, también es una herramienta que hoy en día se encuentra extremadamente desarrollada, este factor es altamente relevante, el idioma más factible para una negociación es la lengua natal, el español, pero si se quiere expandir alrededor del mundo hay que tomar otras alternativas y adecuarse al mercado consumidor, los tres países poseen idiomas dominables para el desarrollo de este proyecto de investigación.

Tabla 28. Idioma

Idioma	
Estados Unidos	Inglés
España	Español
Canadá	Inglés y Francés

Fuente: ibge.gov.br

Elaborado por: Rosero Tatiana

A causa de que día a día la tecnología avanza, nosotros como país en vías de desarrollo debemos de estar siempre actualizándonos de manera continua para no perdernos de hacer negociaciones comerciales con el resto del mundo y aunque parezca no tan evidente pero el idioma es fundamental para comunicarnos, si se posee la producción necesaria pero si no tenemos contacto con el resto de países, no se mejoraría el nivel de vida de los ciudadanos y se continuaría con una producción congelada, es por esto, que este factor es indispensable a la hora de hacer negociaciones.

3.7.6. FACTORES GEOGRÁFICOS

➤ **Panorama General Canadá**

Tabla 29. Indicadores Básicos de Canadá

CAPITAL	OTTAWA
Principales Ciudades	Edmonton, Calgary y Winnipeg.
Población (2015)	35.691.108
Crecimiento poblacional (2013)	1.2%
PIB Per cápita (2014)	50.577 billones de dólares americanos
Composición del PIB por sector (2014)	Agricultura 1.9 % Industria 27.1 % Servicios 71.0 %
Tasa de Inflación Anual (2014)	1.47 %
Moneda	Dólar Canadiense
Tipo de Cambio	1 CAD= 0.9785 USD, 1USD=1.0220 CAD
Idioma	Inglés y Francés
Situación Geográfica	Norte: Océano Ártico. Sur: Los Estados Unidos. Este: Océano Atlántico Oeste: Alaska y el Océano Pacífico.
Clima	Canadá se encuentra en una zona norte muy fría. Como consecuencia, las condiciones climáticas generales son extremadamente frías en las regiones nortes y temperaturas un poco más moderadas en la zona sur.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Elaborado por: Rosero Tatiana

Canadá es un país de vastas distancias y muchos recursos naturales, la nación ha desarrollado en paralelo con los EEUU, su vecino del Sur, ha logrado desarrollarse económicamente a nivel mundial con sus diferentes gamas de productos, se lo ha considerado un mercado que otorga oportunidades de negocios a nivel internacional, es por eso que para el desarrollo del presente proyecto se ha tomado muy en cuenta cada uno de los aspectos y exigencias de este país, para determinar su viabilidad o no del mismo.

➤ **Panorama General España**

Tabla 30. Indicadores básicos España

CAPITAL	MADRID
Principales Ciudades	Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Palmas de Gran Canaria, Bilbao.
Población (2015)	47.199.000
Crecimiento poblacional (2013)	-0.2%
PIB Per cápita (2014)	25.470,1 billones* de dólares americanos
Composición del PIB por sector (2013)	Agricultura y pesca 2.6% Industria y energía 17.5 % Construcción 7.8% Servicios 72.1 %
Tasa de Inflación Anual (2014)	-1.0 %
Moneda	Euro
Tipo de Cambio	1 Euro= 1.13 USD, 1USD=0.89 Euros
Idioma	Español
Situación Geográfica	Norte: Mar Cantábrico Sur: Mar Mediterráneo Este: Mar Mediterráneo Oeste: Océano Atlántico y Portugal
Clima	España se encuentra en la zona templada del planeta. En ella encontramos diferentes tipos de climas: Clima de montaña, clima oceánico, Clima mediterráneo- continental, clima mediterráneo, clima subtropical.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR, Ecomy Weblog

Elaborado por: Rosero Tatiana

España disfruta de una gran calidad de vida y es un país muy abierto a los extranjeros, además de los datos anteriores también se puede manifestar que España cuenta con casi 8.000 kilómetros de costa, abundantes posibilidades para practicar deportes y una gran variedad de acontecimientos sociales, presidido todo ello por la diversidad de herencias culturales y el cruce de civilizaciones (celtas, romanos, árabes, judíos, visigodos, entre otros), a causa de su variedad de climas afecta a la economía del país debido a que sus producciones son por temporadas y no gozan de tiempos fértiles para producciones masivas como lo tiene el Ecuador, entonces se puede manifestar que encontramos posibles oportunidades de negocio frente a nuestro producto la pulpa de mango.

➤ **Panorama General Estados Unidos**

Tabla 31. Indicadores básicos Estados Unidos

CAPITAL	WASHINGTON D.C
Principales Ciudades	Washington D.C, Chicago, Boston, Nueva York, Philadelphia, Charleston, Miami, Atlanta, Los Angeles.
Población (2015)	325.127.00
Crecimiento poblacional (2013)	0.7 %
PIB Per cápita (2014)	45.953,5 billones* de dólares americanos
Composición del PIB por sector (2013)	Agricultura y pesca 1.6% Industria y energía 20.5 % Servicios 75.1 %
Tasa de Inflación Anual (2014)	0.75%
Moneda	Dólar Estadounidense
Tipo de Cambio	1 Dólar americano
Idioma	Inglés, Español
Situación Geográfica	Norte: Canadá Sur: México Este: Canadá Oeste: Estrecho de Bering
Clima	El país cuenta con varios tipos de clima. Al este del meridiano, el clima varía de continental húmedo en el norte a húmedo subtropical en el sur. El extremo sur de la Florida y las islas de Hawái tienen un clima tropical. Las Grandes Llanuras al oeste del meridiano son semiáridas, mientras que gran parte de las montañas occidentales poseen un clima alpino. El clima es árido en la Gran Cuenca y en los desiertos del suroeste, es mediterráneo en la costa de California y oceánico en la costa sur de Alaska, Oregón y Washington. La mayor parte del territorio alaskaño tiene un clima sub ártico o polar.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR, Ecomy Weblog.

Elaborado por: Rosero Tatiana

Estados Unidos de América es una de las grandes potencias mundiales, en donde es muy difícil llegar a la satisfacción total de los clientes debido a las diferentes restricciones existentes, pero de igual manera como en muchas situaciones no es un país que cuenta con climas favorables para su producción, es por eso que también necesita de otros países para poder completar las necesidades básicas

de sus habitantes, aquí el Ecuador participa como uno de sus principales exportadores en todas las gamas de productos existentes haciendo participes a los pequeños y medianos productores.

3.8. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio

Tabla 32. Matriz POAM

TABULACIÓN	CANADÁ				ESPAÑA				ESTADOS UNIDOS			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES SOCIOECONÓMICOS												
Crecimiento del PIB	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Indice de precios al consumo	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Población económicamente activa	MEDIO	2			MEDIO	2					ALTO	3
Distribución de ingresos	MEDIO	2					MEDIO	2	ALTO	1		
Inflación	ALTO	3			MEDIO	2					ALTO	3
Riesgo País	ALTO	3					MEDIO	2			ALTO	3
	SUMA	16	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	2	SUMA	5	SUMA	6
	PROMEDIO	2,6667	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,2	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0,8333	PROMEDIO	1
FACTORES POLÍTICOS												
Política Comercial con Ecuador	MEDIO	2			BAJO	1			ALTO	3		
Balanza comercial	MEDIO	2			BAJO	1			ALTO	1		
Acuerdos comerciales (España, Canadá, Ecuador)	ALTO	3			BAJO	1				3	MEDIO	2
	SUMA	7	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	7	SUMA	2
	PROMEDIO	3,5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3,5	PROMEDIO	1
FACTORES LEGALES												
Políticas de barreras arancelarias y no arancelarias			BAJO	1			ALTO	3			ALTO	3
Requisitos sanitarios y fitosanitarios	MEDIO	2					BAJO	1			ALTO	3
Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado			MEDIO	2			BAJO	1			ALTO	3
	SUMA	2	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	9
	PROMEDIO	0,67	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,6667	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3
FACTORES CULTURALES												
Lenguaje	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
	SUMA	2,6667	SUMA	1	SUMA	3	SUMA	1,6667	SUMA	2	SUMA	3
	PROMEDIO	0,89	PROMEDIO	0,3333	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0,5556	PROMEDIO	0,6667	PROMEDIO	1
FACTORES GEOGRÁFICOS												
Panorama general			MEDIO	2	MEDIO	2			ALTO	3		
	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0
	CANADÁ				ESPAÑA				ESTADOS UNIDOS			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2,00		0,00		1,20		2,00		0,83		1,00	
FACTORES POLÍTICOS	3,50		0,00		3,00		0,00		3,50		1,00	
FACTORES LEGALES	0,67		1,00		0,00		1,67		0,00		3,00	
FACTORES GEOGRÁFICOS	0,00		2,00		2,00		0,00		3,00		0,00	
SUMA	6,17		3,00		6,20		3,67		7,33		5,00	
PROMEDIO	1,54		0,75		1,55		0,92		1,83		1,25	

Elaborado por: Rosero Tatiana

Para interpretar los resultados anteriores hay que tomar en cuenta los valores ponderados tienen las siguientes calificaciones:

	ALTO	MEDIO	BAJO
VALORIZACION	3	2	1

Aplicando el método analítico a través de un análisis no probalístico de la investigadora se determinó por colores que país es el más acertado, demostrados de la siguiente manera:

OPORTUNIDADES	ALTAS		
AMENAZAS	BAJAS		
OPORTUNIDADES		MEDIO	
AMENAZAS		MEDIO	
OPORTUNIDADES			BAJAS
AMENAZAS			ALTAS

Análisis del perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)

Considerando los resultados analizados, arroja el promedio que en los factores socioeconómicos el PIB Per cápita representa una oportunidad, es decir la idea de que a mayor crecimiento económico, mayor progreso humano consiguiendo establecer una seguridad económica así como también acrecienta la influencia de la pulpa de mango en la sostenibilidad económica.

En lo que se refiere a los factores políticos, se conoce que cada uno de los países tiene sus políticas y alianzas establecidas desde siempre, de igual manera cada uno contribuye de a poco pero de igual manera cada uno de estos países muestran sus acuerdos favorables y perjudiciales, en este punto Canadá representa medianamente aceptable dichos acuerdos pero aquí lo favorable es la preferencia arancelaria que tenemos con este país, en cambio con relación a los Estados Unidos es favorable pero no aprovechable debido a que ya no se posee preferencias arancelarias con dicho país.

Entre otros factores, es importante tener en cuenta una serie de aspectos que pueden tener gran resultado en el éxito de las actividades ya que provee una o varias oportunidades comerciales, ayudando así a promover las exportaciones de los pequeños y medianos productores al desarrollar nuevos productos para generar estrategias de comercialización con varios países, en este caso con Canadá.

Como resultado en base a la matriz POAM, Canadá es el país más favorecido para realizar la negociación internacional debido a que el mismo posee menos amenazas como por ejemplo en los factores económicos y políticos, que son los que nos permiten analizar la situación económica del país.

Y con respecto a las oportunidades tiene un gran porcentaje de aceptación excluyendo a los factores legales que tiene que ver con las normas y legalizaciones que exige este país al momento que ingrese un producto al mismo, pero la aceptación de tal o cual producto es muy aceptada en este país.

3.9. PERFIL DEL CONSUMIDOR QUEBEC- CANADÁ

3.9.1. Gustos y preferencias- producto

La falta de tiempo para cocinar y la necesidad de soluciones sanas y rápidas hacen que sea importante ofrecer conveniencia y comodidad a los consumidores canadienses. Salsas, mezclas de vegetales y jugos de frutas listos para consumir son productos que resultan atractivos para los canadienses. (Proexport, 2013)

La creciente población de la tercera edad, junto a la demanda por bebidas naturales y productos frescos se ha incrementado. En este país, tres de cada cuatro productos frescos vendidos son importados. El consumo busca productos con una presentación excelente, envases fáciles y cómodos de usar elaborados con productos ecológicos. (Proexport, 2013). Ver Anexo 4.

El consumidor canadiense está abierto a sabores exóticos y étnicos. En general, responde bien a las mezclas de varios sabores y a la fusión de cocinas de distintas culturas.

Entonces al hablar de pulpa de mango se está refiriendo a un producto natural y exótico obtenido por extracción mecánica de frutos fisiológicamente maduros y libres de daños físicos y/o microbiológicos, libre de preservantes, de consistencia más o menos fluida, agradable aroma y sabor referencial a fruta fresca, con un color amarillo de brillo natural, de apariencia uniforme, libre de partículas groseras y/o extrañas, el fruto es previamente tamizado, pasteurizado y envasado en bolsas plásticas de polietileno de 500g y 1000g, destinado al consumo directo de los consumidores sin sufrir mayor efecto como es el caso de los cilindros metálicos o baldes plásticos a razón de 200 y 20 kg proporcionalmente, que van directamente para los que realizar otro proceso productivo con este producto, ejemplo las cadenas hoteleras, entre otros.

Se puede resaltar que este producto no va dirigido específicamente al consumidor final, va destinado para ser usado como insumo de la preparación de néctares, bebidas, mezclas, mermeladas, entre otros productos.

Los canadienses según el estudio realizado prefieren la pulpa de mango con el siguiente etiquetado:

Tabla 33 Etiquetado

Etiquetado	Los alimentos requieren una etiqueta así: Frutas y verduras frescas atadas con una banda o similar inferior a 12,7 mm de ancho.
	a.- Denominación del producto (nombre del producto determinado por las regulaciones federales, nombre común del alimento y/o términos descriptivos.
	b.- Declaración de la lista de ingredientes
	c.- Panel de información nutricional
	d.- Nombre y dirección de la compañía responsable del producto en Canadá.
	e.- Lugar de origen del producto
	Otros aspectos
	I.- Idiomas.- es aceptable un idioma adicional al inglés, el español.
	II.- Código de barras
III.- Fechas de vencimiento del producto	

Fuente: Pro Ecuador Ficha Técnica Canadá 2011

Elaborado por: Rosero Tatiana

NOTA: En los requerimientos de idioma la ciudad de Quebec tiene requisitos adicionales sobre el uso de la lengua francesa en todos los productos comercializados dentro de su jurisdicción.

3.9.2. Precio promedio del producto

Debido a que en los últimos dos años Ecuador no ha exportado en grandes cantidades a Canadá por circunstancias y restricciones que se dieron anteriormente con el fin de cuidar la salud personal y humana, el cuidado del medio ambiente, la seguridad y calidad de los productos que ingresan al país que deben ser evaluados para la aprobación del producto según Boletín de Comercio Exterior, Pro Ecuador 2012.

Pero pese a esto el precio promedio para la exportación de la pulpa de mango se toma en cuenta precios similares de países que también exportan a Canadá para determinar un precio promedio, estimaciones realizadas en kilogramos.

Tabla 34. Precios del Producto para exportación

Producto	País de origen	500 gr
Bolsa de polietileno	Canadá	1,45
Bolsa de polietileno	Estados Unidos	1,08
Bolsa de polietileno	Ecuador	1.94

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

Como se puede observar, el precio promedio que el consumidor final pagaría por cada 500 gramos de dicha fruta congelada es de 1.45 Usd., entonces al enviar el producto en funda de polipropileno de 500gr el precio ofertado en el mercado canadiense es de 1.35, obteniendo un beneficio de 0.10 ctvs., de dólar

3.9.3. Plaza del producto

El producto tiene como plaza directamente en la Ciudad de Quebec- Canadá, a los consumidores de pulpa estimada más en las personas de la tercera edad, según Proexport, en donde manifiesta que existe un consumo recomendado por los habitantes de un 5% del total de la población.

Pero hay que tener en cuenta que para que el producto llegue a los consumidores finales, tiene que llegar primero a un bróker o mayorista, para el desarrollo del proyecto se toma en cuenta lo siguiente en donde se muestran los diferentes puntos de la posible llegada de nuestro producto, para una mejor distribución y llegada al consumidor final.

Tabla 35. Bróker- Quebec- Canadá

EMPRESA	CONTACTO	INFORMACIÓN
<p>MORRIS NATION INC. Importadora de productos diversos</p> 	Hans Graf(Director de desarrollo de negocios)	<p>Ciudad: La Salle Provincia: Quebec Código Postal: H8N1B7 www.mosrrisnational.ca</p>
<p>A LASSONDE INC(Agente Comercial)</p> 	Ruthven	<p>Ciudad: Ontario Código Postal N0P 2G0</p>
<p>ALIMENTS IMEX FOODS INC. Comercializadora Importa frutas en distintas presentaciones</p> 	Peter Sato(Director de desarrollo de negocios)	<p>Ciudad: Montreal Provincia: Quebec Código Postal H4N1J6 www.imexfoodsinc.com.ca</p>

Fuente: Aliments Imex Foods Inc. Canadá

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.9.4. Importaciones- Exportaciones

Tabla 36. Importaciones Canadá - Mundo

Partida arancelaria: '0811909100 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: Mango (Mangifera indica L.)								
Exportadores	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Estados Unidos de América	45930	51243	40774	37046	53287	70252	69350	73235
Chile	13444	14584	12159	9268	10877	19525	19041	14405
México	1702	2073	2320	2403	2313	4381	6914	11101
Costa Rica	692	1105	1085	1335	1561	1170	2637	4466
Tailandia	1615	1826	1585	3103	3760	2797	3188	3976
Turquía	138	208	151	151	255	596	1271	3931
Perú	711	913	854	2627	3523	4468	5236	3421
Guatemala	30	55	215	341	137	82	2671	3393
Canadá	287	761	1820	1797	2118	4605	10417	3072
Ecuador	389	530	1088	1122	1645	2279	1784	1748
Filipinas	367	542	623	722	870	1078	1208	1364
China	922	761	802	505	735	567	528	1299
Viet Nam	83	124	168	219	578	463	745	1010

Partida arancelaria: '0811909100 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: Mango (Mangifera indica L.)

Exportadores	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Polonia	693	1826	391	510	58	4146	1156	808
Grecia	35	66	77	247	313	415	721	725
Colombia	237	201	188	216	192	208	520	535
India	280	136	150	209	125	112	206	306
Francia	182	335	210	160	233	346	210	279
Serbia	285	334	201	99	146	87	285	215
España	1	3	33	3	48	145	167	140
Brasil	101	151	108	5	150	119	57	105
Argentina	63	833	119	230	649	691	81	81
Reino Unido	0	2	2	22	2	2	12	80
Hungría	0	0	0	0	0	0	0	62
Lituania	48	69	84	273	56	62	71	52
Suecia	10	22	9	18	19	30	23	49
Bélgica	4	0	0	31	50	54	77	47
Taipei Chino	172	172	39	74	199	42	175	42
Sudafrica	0	0	0	0	1	0	0	36
Indonesia	0	0	15	12	1	0	0	27
Países Bajos	0	0	0	0	48	166	0	25
Italia	19	50	9	2	0	160	420	23
Fiji	3	2	3	6	21	4	3	20
Corea, República de	6	5	8	7	16	22	15	18
El Salvador	22	7	12	11	9	7	0	12
Sri Lanka	12	0	1	1	20	33	2	1
Portugal	1	5	0	0	0	4	2	1
Federación de Rusia	127	0	0	0	26	0	0	1
Irán, República Islámica del	182	170	43	0	2	7	23	0
Mundo	68793	79114	65346	62775	84043	119125	129216	130111

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: Rosero Tatiana

Tabla 37. Exportaciones Ecuador- Canadá

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Canadá				
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2014
'0811909900	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: Los demás	565	721	1275	1242	1699
'0811909100	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante: Los demás: Los demás: Mango (Mangifera indica L.)	8	10	111	0	0

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.9.5. Competencia

Se puede analizar que la competencia a nivel mundial es sumamente alta debido a que se encuentran proveedores con estándares de calidad muy altos, pero en el análisis para la exportación de este mercado se manifiesta que Ecuador no posee proveedores mayoritarios por lo que se encuentra una oportunidad de negocio con este mercado, siempre y cuando se cumpla con la reglamentación requerida de este mercado.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	NOMBRE EXPORTADOR
0811909100	MANGO (MANGIFERA INDICA L.)	AGRICOLA E INDUSTRIAL ECUAPLANTATION S.A.
		AGRICOLA OFICIAL S.A AGROFICIAL
		CONGELADOS ECUATORIANOS S.A.
		ENRIQUEZ PAZMINO MONICA IVONNE
		EXOFRUT S.A.
		FROZEN TROPIC CIA. LTDA.
		FRUTIERREZ DEL ECUADOR
		PILOT S.A.
		PROCESADORA DE FRUTAS NATURALES
		PROYIMAR S.A.
		SEMANGO S.A.
		SUDAMEXPORT S.A.

Figura 9. Empresas exportadoras ecuatorianas de pulpa de mango

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

3.9.6. Principales canales de distribución y comercialización

➤ Canal de distribución Ecuador

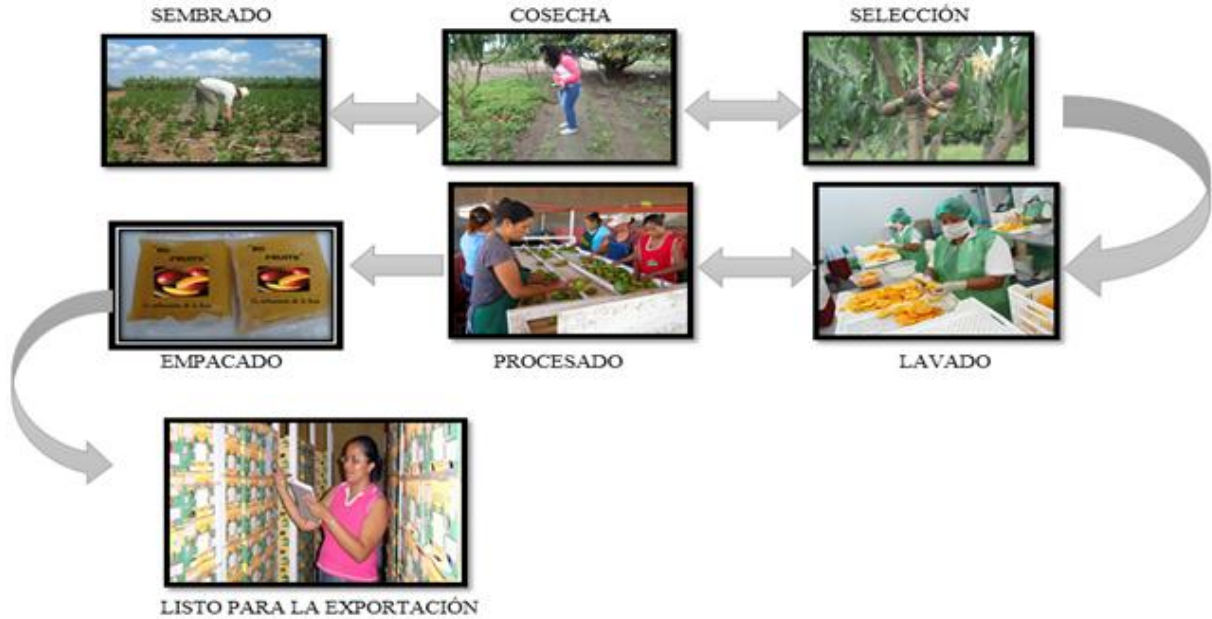


Figura 10. Canal de distribución en Ecuador

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Canal de distribución- Quebec- Canadá

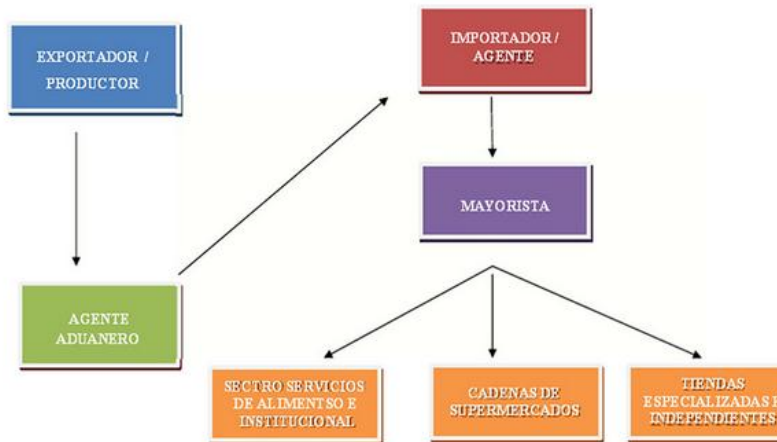


Figura 11. Canal de distribución en Quebec- Canadá

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “la economía ecuatoriana se encuentra entre los países con mejor desempeño económico de Latinoamérica. La inflación es de un dígito y es más baja que el promedio de América Latina (Ecuador, 2014). Hecho que representa una oportunidad para nuestro país, ya que este factor refleja el bajo nivel de riesgo para invertir y realizar negociaciones entre Ecuador y el resto de países. La economía ecuatoriana durante los últimos siete años, ha ido progresando paulatinamente gracias políticas y estrategias del gobierno actual que han permitido mantener estabilidad financiera, brindando confianza a los inversionistas.

Tabla 38. Indicadores básicos

Indicador	Índice
Inflación	4.11%
Tasa de desempleo	5.71%
Salario Básico	354.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Rosero Tatiana

Por otra parte, se ha evidenciado el incremento de plazas de trabajo, reduciendo en gran porcentaje la pobreza y los problemas sociales inmersos con este factor, según Diario El Ciudadano (2014), durante “el periodo 2006-2013, la pobreza cayó de 37.6 % a 25.6 %, y por primera vez en la historia la extrema pobreza se ubicó en menos de dos dígitos, al haber descendido de 16.9 % a 8.6 %” (párr. 6), este precedente permite deducir que Ecuador ha combatido la pobreza a través de la igualdad a partir del cambio en las relaciones de poder, conforme lo estipula en el Plan del Buen Vivir.

➤ **Política comercial**

En cambio hablando de la política comercial del Ecuador frente a las exportaciones está regulada por el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2010), estableciendo en su ámbito de aplicación que todas las personas y asociaciones dedicadas a la actividad productiva deberán regirse bajo esta ley, es el caso de los productores de mango de la Parroquia San Vicente de

Pusir, para realizar las actividades de comercialización está sujeta a las disposiciones expuestas por la Agencia

Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), que es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los alimentos y se encarga de certificar las condiciones de productos provenientes del agro, de forma que avale o no el consumo del mismo y su comercialización. De igual forma, esta entidad tiene como fin supervisar las actividades agrícolas nacionales y se encuentra respaldada por normas nacionales e internacionales para el mejoramiento de la producción agraria, calidad de los insumos, preservación de la salud de los consumidores y del medio ambiente.

➤ **Balanza Comercial Ecuador**

Tabla 39. Balanza comercial Ecuador

	2010	2011	2012	2013	2014
Importaciones	17489,93	22322,35	23764,76	24847,85	25732,27
Exportaciones	19468,65	23151,86	24205,37	25888,84	26459,29
Balanza comercial	-1978,72	-829,51	-440,61	-1040,99	-727,02

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Rosero Tatiana



Figura 12. Balanza Comercial Ecuador

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

Como se puede observar la balanza comercial a partir de año 2010, no ha tenido un déficit mayormente notable, pero si se puede recalcar que aún es un pequeño déficit de \$-3.100.926 millones, y en el año 2011 la diferencia es de \$--5000000, resultados que pueden ser superados con el puesto en marcha ahora de la Matriz productiva que genera proyectos de exportación de productos nuevos e incentiva a los pequeños y medianos productores, es por eso que Ecuador pese a que desde décadas atrás siempre ha sido un país deficitario, hoy en día eso se va superando de a poco.

En cambio para el año 2013 existió una baja en las exportaciones, que es muy notoria una causa fue la finalización de contratos con la ensambladoras de vehículos con la Resolución 518, del 17 de septiembre del 2009, la vigencia del Tratado de Libre Comercio Colombia– México, y la suscripción de los Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y la Unión Europea, factores que han influido en las exportaciones ecuatorianas. (Osorio, Balanza Comercial, 2013)

3.10.1. Proyecciones de Estudio- Consumo nacional aparente

Es la que representa la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consume en los futuros años, para el cálculo de la demanda insatisfecha se lo ha realizado mediante el consumo nacional aparente el cual se lo obtiene sumando las importaciones la producción local de Quebec- Canadá y se le resta las exportaciones de Quebec- Canadá y el mundo.

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

En donde:

CNA= Consumo nacional aparente

M= importaciones

X= exportaciones

PN= producción nacional

Hay que tomar en cuenta que Canadá no posee producción nacional por ende este mercado importa el producto y a la vez realiza una reexportación a diferentes países.

Tabla 40. Consumo nacional aparente

Años	Producción nacional TN	Importaciones toneladas	Exportaciones TN	Consumo nacional aparente
2012	0	98.358	45.784	52.574
2013	0	98.977	53.554	45.423
2014	0	103.888	102.317	1.571
2015	0	105966	103.339,97	12.891
2016		108085	104.373,37	13.463
2017		110247	105.417,10	14.094
2018		112452	106.471,27	14.781

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

3.10.2. Oferta exportable de mango

La oferta exportable es la que nos permite determinar mediante la demanda insatisfecha antes realizada con datos proyectados, la cantidad de producción que posee San Vicente de Pusir para la comercialización de pulpa de mango.

Tabla 41. Proyección de oferta exportable

Año	Producción Total Trimestral TN.	Producción Total Anual TN.	Mango de Exportación TN. (40%)	Envíos Mensuales
2014	120	300	120	1
Proyecciones				
2015	105	420	168	1
2016	131	525	210	1
2017	164	656	263	1
2018	205	820	328	1
2019	256	1.025	410	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

De manera puntual la oferta exportable de pulpa de mango que se encuentra en la tabla 13., ayuda determinando los envíos posibles que se van a realizar en las negociaciones previstas que se requiere exportar en Kg, debido a las normas legales de este país y de sus consumidores.

Estos valores fueron calculados tomando en cuenta la producción nacional del Ecuador y el porcentaje de exportaciones realizadas en el año 2012 según análisis sectorial de frutas no tradicionales 2012, obteniendo así los posibles envíos del producto procesado.

3.11. Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha nos basamos en la siguiente fórmula:

DI= Consumo recomendado - CR

DI= 3.31 kg- 0.0155 Kg.

DI= 3.2985 Kg.

DI= 3.2985 * 372.296 (Población de Quebec)

DI= 1228019 en kg/ 1228 toneladas

Tabla 42. Demanda Insatisfecha

Año	PN.	Importaciones	Exportaciones	CNA	Población Canadá	Consumo Per cápita Anual		Déficit	Población Quebec 23%/5%CR	Déficit Total Kg	Demanda Insatisfecha en TN.
	TN	TN.	TN.	TN.		Real Kg.	Recom Kg.	Kg.			
2012	0	98.358	45.784	52.574	34.300.083	0,0115	3,31	3,2985	394.451		
2013	0	98.977	53.554	45.423	35.100.000	0,0115	3,31	3,2985	403.650		
2014	0	103.888	102.317	1.571	35.871.000	0,0115	3,31	3,2985	412.517		
2015	0	105966	103.339,97	2.626	34.077.450	0,0115	3,31	3,2985	391.891		
2016		108085	104.373,37	3.712	32.373.578	0,0115	3,31	3,2985	372.296	1228019	1228
2017		110247	105.417,10	4.830	30.754.899	0,0115	3,31	3,2985	353.681	1166618	1167
2018		112452	106.471,27	5.980	29.217.154	0,0115	3,31	3,2985	335.997	1108287	1108
2019				5.681	27.756.296	0,0115	3,31	3,2985	319.197	1052873	1053
2019				5.397	26.368.481	0,0115	3,31	3,2985	303.238	1000229	1000
2020				5.127	25.050.057	0,0115	3,31	3,2985	288.076	950218	950

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

La demanda insatisfecha según el cálculo de la tabla anterior es de 1298 TN, para calcular la oferta de la empresa se explica a continuación:

Tabla 43. Cantidad de pulpa a ofrecer

Proveedor	Materia prima	Oferta para la empresa 40%	Perdida en el proceso 60%	Cantidad de pulpa
Agricultores San Vicente	300TN	120TN	72TN	48TN

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

Según el cálculo realizado lo que la empresa puede ofertar es de 48TN de pulpa aproximadamente, lo que representa el 3.90% de la demanda insatisfecha anual que se podría cubrir con la producción de la Parroquia San Vicente de Pusir, como se indica en la tabla 42.

En donde también con las 72 toneladas se las puede reutilizar vendiéndolas para el proceso de diferentes productos, como abonos orgánicos, o como alimento para animales, entre otros con el fin de no contaminar en mayor instancia al medio ambiente.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES.

- En base al estudio realizado de tres países (Canadá, España, Estados Unidos), que demandan pulpa de mango se determinó en base a la matriz POAM, un país que tiene menos amenazas y más probabilidades de negocio y mayor consumo, recayendo en Canadá en la Ciudad de Quebec.
- Ecuador posee el Arancel Preferencial General (APG), significa que tiene el trato de la nación más favorecida (NMF), el mismo que permite que Canadá otorgue unilateralmente y de forma temporal las exenciones arancelarias a las exportaciones ecuatorianas de cualquier producto, por ende se convierte en una ventaja competitiva al exportar pulpa de mango a dicho país.
- Los consumidores canadienses prefieren la fruta en pulpa o congelada, de toda fruta en especial del mango, porque interviene en la dieta de las mujeres en especial de mujeres adultas dicho que contiene vitamina A, E y C.
- La demanda insatisfecha en Canadá es de 1228 TN, por lo tanto este país requiere la presencia del mercado ecuatoriano con respecto a la pulpa de mango.
- La exportación de pulpa de mango al mercado de Quebec, es una buena opción de negocio, puesto que este producto brinda grandes beneficios nutricionales y es considerado producto de primera necesidad para los canadienses.

- Para la realización del presente proyecto la oferta de materia prima la proveerán los agricultores de San Vicente de Pusir que será en un 40% de su producción anual que viene hacer aproximadamente 120TN de producto fresco por año.
- Por medio del estudio realizado se incentiva a la producción y exportación de pulpa de mango ayudando a los pequeños y medianos productores a mejorar sus niveles de vida económica, de igual manera contribuir con el país con valores positivos a la balanza comercial.
- Las condiciones adecuadas para la producción de mango en la Provincia del Carchi, San Vicente de Pusir representa una gran oportunidad para la comercialización de productos con valor agregado, como pulpa de mango, ya que la producción no es altamente producida según el estudio realizado se necesitan un 50% más de cultivo para poder satisfacer la demanda del mercado internacional.

4.2. RECOMENDACIONES

- Aprovechar los beneficios que Canadá otorga al Ecuador por la nación más favorecida, también por el arancel preferencial que permite exportar con mayor facilidad a Canadá, para que el producto llegue en óptimas condiciones y beneficiarse de la ventaja competitiva en relación con los otros países.
- Tomar en cuenta como mercado meta a la Ciudad de Quebec, debido a que en este país no existe producción de frutos, en especial del mango por los cambios climáticos que no favorecen a este país, son considerados frutos de primera necesidad, por ende se crea una oportunidad de negocio.
- El mejoramiento en la producción y post cosecha del mango, mediante capacitaciones por expertos, para que la calidad del producto mejore, mediante esto se logrará satisfacer los requerimientos de los clientes canadienses, de igual manera esto contribuirá al consumo permanente y mejor poder adquisitivo localmente.
- Establecer alianzas estratégicas entre los productores existentes en la parroquia con el objetivo de elevar su oferta exportable generando valores positivos que permita satisfacer la demanda de Quebec.
- Mediante alianzas buscar ayuda del gobierno con el fin de recibir capacitaciones y transferencia tecnológica a los productores agrícolas y exportadores, ya que otros países igualmente en vías de desarrollo gozan de tecnología y por medio de la misma se ha logrado una mejor tecnificación agrícola.

CAPÍTULO V. PROPUESTA

Los resultados del estudio de mercado determina la demanda de pulpa de mango en Canadá, por lo que se sugiere realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la producción y exportación de pulpa de mango.

Para la realización de plan de negocios se ha tomado como referencia la metodología del libro Proyectos Tesis y Marco Lógico de Miguel A. Pozo, del año 2013, Pág. 217.

5.1. TÍTULO

Estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de mango a Canadá desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Una vez realizado el estudio de mercado, a los productores de mango de la Parroquia de San Vicente de Pusir, se deduce que el mango es de mayor afluencia en el mercado local, pero debido al desconocimiento de tecnificación, de las propiedades que contiene este producto, las personas aún no han desarrollado propuesta de negocio como creación de nuevos productos, los productores solo lo venden como materia prima y a valores bajos, también debido a que el producto es por temporadas hace que las personas no lo consuman permanentemente, como resultado de esto se observa la oportunidad de negocio mediante una apertura de mercado, con la finalidad de ayudar a promover la Matriz Productiva, incentivando a los pequeños y medianos productores a la innovación de sus productos, de esta manera contribuir a elevar el nivel de vida del sector.

5.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se la realiza en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, en la Parroquia San Vicente de Pusir en donde existe una asociación que se dedica a la producción de mango, los mismos que realizan de tres a cuatro cosechas al año, pero en donde existe mayor producción son en los meses de

octubre a enero, en muchas ocasiones la oferta interna es muy grande, es por lo que gran parte de la producción hace que se dañe, por tal motivo se ve la necesidad de expandir este producto a otros mercados pero añadiéndole un valor agregado, exportando como pulpa de mango, esto ayudará a contribuir a la economía de los pequeños y medianos productores de mango en la Parroquia; dinamizando así la economía de estas familias de igual manera con el plan de buen vivir, que se trata de mejorar los niveles de vida los ciudadanos.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la exportación de pulpa de mango al mercado canadiense desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir.

5.4.2. Objetivo Específico

- Realizar un estudio técnico
- Diseñar el plan logístico para la comercialización del producto
- Efectuar un análisis económico financiero para determinar la viabilidad de la empresa.
- Efectuar un análisis de impacto socioeconómico y ambiental de la empresa.

5.5 ESTUDIO TÉCNICO

5.5.1 Localización

La localización del proyecto es un factor estratégico para poder desarrollar las actividades administrativas y los procesos de producción y comercialización de la pulpa de mango, por lo tanto influyen de manera directa para la ubicación correcta de la planta de producción.

Para elegir la ubicación de la empresa de producción se aplicó metodología en la ponderación de puntos, en donde:

P= ponderación

Pr= promedio

Cf= calificación

Tabla 44. Ponderación de puntos

Factor/ zona	P	Zona urbana		Zona rural	
		Cf	Pr	Cf	Pr
Cercanía con el proveedor	30	7	2,1	8	2,4
Disponibilidad de mano de obra	20	8	1,6	8	1,6
Disponibilidad de materia prima	30	7	2,1	9	2,7
Vías de acceso	10	8	0,8	7	0,7
Servicios Básicos	10	9	0,9	8	0,8
TOTAL	100		7,5		8,2

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

De acuerdo a la metodología utilizada para evaluar la ubicación de la empresa de producción, se determina que el mejor espacio es en la Parroquia San Vicente de Pusir, establecida como zona rural, es la más adecuada por cumplir con todos los requerimientos de cercanía del cliente, disponibilidad de mano de obra, de materia prima, vías de acceso y servicios básicos con un promedio de 8.2, siendo rentable para la ubicación de la misma.

➤ Macro Localización

El presente proyecto de estudio se ubicará en la Provincia del Carchi al Norte del Ecuador, en el Cantón Bolívar, Parroquia San Vicente de Pusir, con coordenadas 2°12'00"N 79°58'00"O y una superficie total de 3783Km² además que cuenta con zonas que brindan las condiciones adecuadas para el cultivo de este tipo.



Figura 13. Mapa localización

Fuente: Google Map

Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Micro Localización

La producción de este fruto se encuentra localizada en la Parroquia de San Vicente de Pusir, debido a que esta parroquia goza de un clima cálido y sus tierras son fértiles capaces de producir más que este producto, añadiendo a esto se puede certificar que los cultivos son 100% naturales debido a que sus aguas poseen nutrientes. Se determina en base de algunos aspectos que se indican en la tabla 44.



Figura 14. Mapa micro localización
Fuente: Google Map
Elaborado por: Rosero Tatiana

5.5.2. Datos de la Empresa

➤ **Nombre de empresa - "RG FRUITS"**

El nombre "RG FRUITS", fue seleccionado ya que la empresa se dedicara a vender un producto en este caso pulpa de fruta, específicamente de mango que tiene una gran cantidad de beneficios y un gran valor nutritivo, y las siglas RG debido a los apellidos de la propietaria de la empresa, Carmen Tatiana Rosero García.

➤ **Logo**



Figura 15. Logo de empresa
Fuente: propia
Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ **SLOGAN**

Español: "Refresca tu vida"

Inglés: "Refreshes your life"

Francés: "Actualise votre vie"

5.5.3. Análisis FODA

Tabla 45. Análisis FODA

<p style="text-align: center;">❖ FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelente calidad del producto ✓ Conocimiento de los agricultores, mano de obra calificada. ✓ Capacidad de comercializar en conjunto con los productores de la zona. ✓ Terrenos disponibles para el cultivo. ✓ Condiciones agroecológicas para la producción de mango ✓ Disponibilidad de medios de transporte y vías de acceso. ✓ Rendimiento adecuado para la producción. ✓ Clima estable y favorable para la producción. 	<p style="text-align: center;">❖ DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitación de financiamiento ✓ Presentación de fenómenos climáticos ✓ Alta dispersión y fragmentación de la oferta productiva y reducida a oferta exportable. ✓ Falta de conocimiento de negociaciones en los agricultores. ✓ Limitación de capacitaciones y transferencia tecnológica. ✓ Precios bajos en mercados locales. ✓ No existen clientes fijos, debido a que la producción es por temporadas.
<p style="text-align: center;">❖ OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento de la demanda internacional. ✓ Demanda medianamente alta del producto. ✓ Ventajas de aranceles en la Unión Europea. ✓ Factor geográfico y vías de acceso. ✓ Productos con valor agregado: diferentes presentaciones 	<p style="text-align: center;">❖ AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Costos de insumos agrícolas. ✓ Exigencias de calidad estrictas para ciertos mercados. ✓ Costos de transporte en alza continúa. ✓ Variación del tipo de cambio. ✓ No hay incentivos para la siembra de mango. ✓ Políticas del gobierno: restricciones a las exportaciones.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.5.4. ESTRATEGIAS

Estrategias FA

- Capacitación a los agricultores para la aplicación de insumos agrícolas amigables con el ambiente.
- Con la capacidad de comercialización se lograra incentivar a los agricultores a producir fruto de calidad.
- Mediante la disponibilidad de terrenos fértiles para la producción, se lograran alianzas con instituciones que colaboren con incentivos económicos.

Estrategias FO

- Realizar estudio técnico, económico, logístico, para la creación de la empresa.
- Con la existencia de demanda medianamente alta en el mercado canadiense, la responsabilidad de la empresa es buscar más proveedores con la misma calidad del producto.
- Con la ventaja de la preferencia arancelaria es posible expandir el producto (pulpa de mango) a diferentes mercados internacionales.

Estrategias DO

- Al determinar que el producto es temporal, se ve la oportunidad de exportar pulpa de otras frutas más que se dan en la zona.
- Mediante capacitaciones recibidas por expertos se puede emprender con la creación de nuevos productos con valor agregado.
- Con la creciente demanda de los años, se estabilizara el producto en clientes fijos mediante una gama de productos en diferentes presentaciones, de acuerdo a gustos y preferencias de los mismos.

Estrategias DA

- Con la intervención de préstamos en instituciones bancarias se logrará incrementar la producción en la zona.
- Capacitación a los agricultores en la tecnificación del producto para la aplicación de insumos agrícolas orgánicos beneficiarios para el medio ambiente.
- Asociatividad entre los pobladores de San Vicente de Pusir, con el propósito de tener más áreas de cultivo y prolongar su producción a mercados internacionales.

5.6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

5.6.1. Objetivos

➤ Objetivo de la empresa

Ser una empresa líder en el mercado de pulpa de mango creando un mayor reconocimiento de este producto a nivel local e internacional, logrando un amplio y sólido mercado en el exterior donde va destinado gran parte de nuestra producción.

5.6.2. Misión

"RG FRUITS", es una empresa dedicada a la producción de pulpa de mango de calidad, a través de procesos logísticos eficientes y altamente eficaces, con personal debidamente especializados, exportando hacia diferentes países en el menor tiempo posible con el objetivo de satisfacer la necesidad de los consumidores internacionales.

5.6.3. Visión

En el año 2020 "RG FRUITS", será reconocida a nivel nacional e internacional como una empresa proveedora de pulpa de mango, con las mejores y altas certificaciones internacionales.

5.7. Estructura Funcional de la empresa "RG FRUITS"

5.7.1. Talento Humano

Tabla 46. Talento Humano

Cargo	Sueldo nominal	Seguro	Utilidades	Fondos de reserva	Total
Producción		9,45%	15%	8,70%	
Jefe de planta	800	75,6	120	69,6	1065,2
Operario 1	500	47,25	75	43,5	665,75
Operario 2	500	47,25	75	43,5	665,75
Despachador/ chofer	500	47,25	75	43,5	665,75
Administración					
Gerente general	1000	94,5	150	87	1331,5
Secretaria/contadora	700	66,15	105	60,9	932,05

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

NOTA.- En los flujo gramas del mapa de procesos ese toma en cuenta a un auxiliar de exportación, dicha persona no se ha tomado en cuenta para el departamento de Talento Humano, debido a que esta persona solo interviene en el proceso de exportación que solo son 4 veces al año, por ser caso especial de trabajo ocasional, se la toma en cuenta en el proceso logístico. Ver tabla 53.

5.6.5. Organigrama estructural

Organigrama de la empresa

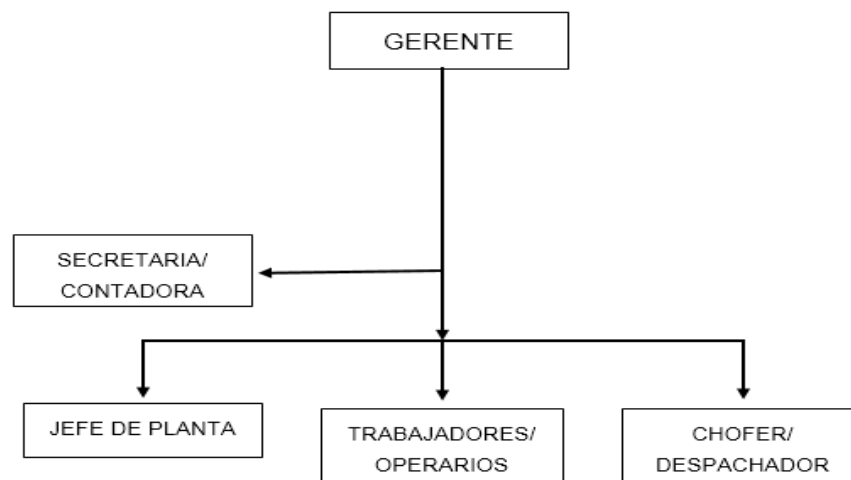


Figura 16. Organigrama de la empresa

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.7.2. Manual de funciones

Funciones

➤ Gerente

Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa.

➤ Secretaria/ Contadora

Es el que se encarga del análisis y de la toma de decisiones acerca del manejo del capital y flujos que genere el negocio, realizara las nóminas de trabajadores, contratos y todo lo relacionado a recursos humanos. Hará los estados de resultados, balances generales y asientos de transacciones.

➤ Jefe de planta

Es el encargado de cumplir con la supervisión del proceso de producción y además velar por la correcta fabricación de productos, cuidando detalles de diseño y normas de calidad.

➤ Trabajadores/ Operarios

Son los encargados de llevar a cabo cada una de las diferentes etapas en el proceso de producción, desde el momento en que llega la materia prima hasta el momento de entrega del mismo.

➤ Chofer/ Despachador

Distribuirán los pedidos a los diferentes puntos de venta en toda la ciudad, trabajaran bajo cronogramas cumpliendo de forma eficiente.

5.8. PROPUESTA OPERATIVA

5.8.1 Diseño de la planta

Para el presente proyecto se ha logrado definir de forma clara y precisa lo referente a la ingeniería del proyecto, lo que permite describir en primera instancia

la infraestructura necesaria para el proceso de producción, características de las instalaciones y obra civil de la unidad productiva para la distribución óptima de la planta, entre otras cosas costos de producción desde la entrega del agricultor hasta el producto final.

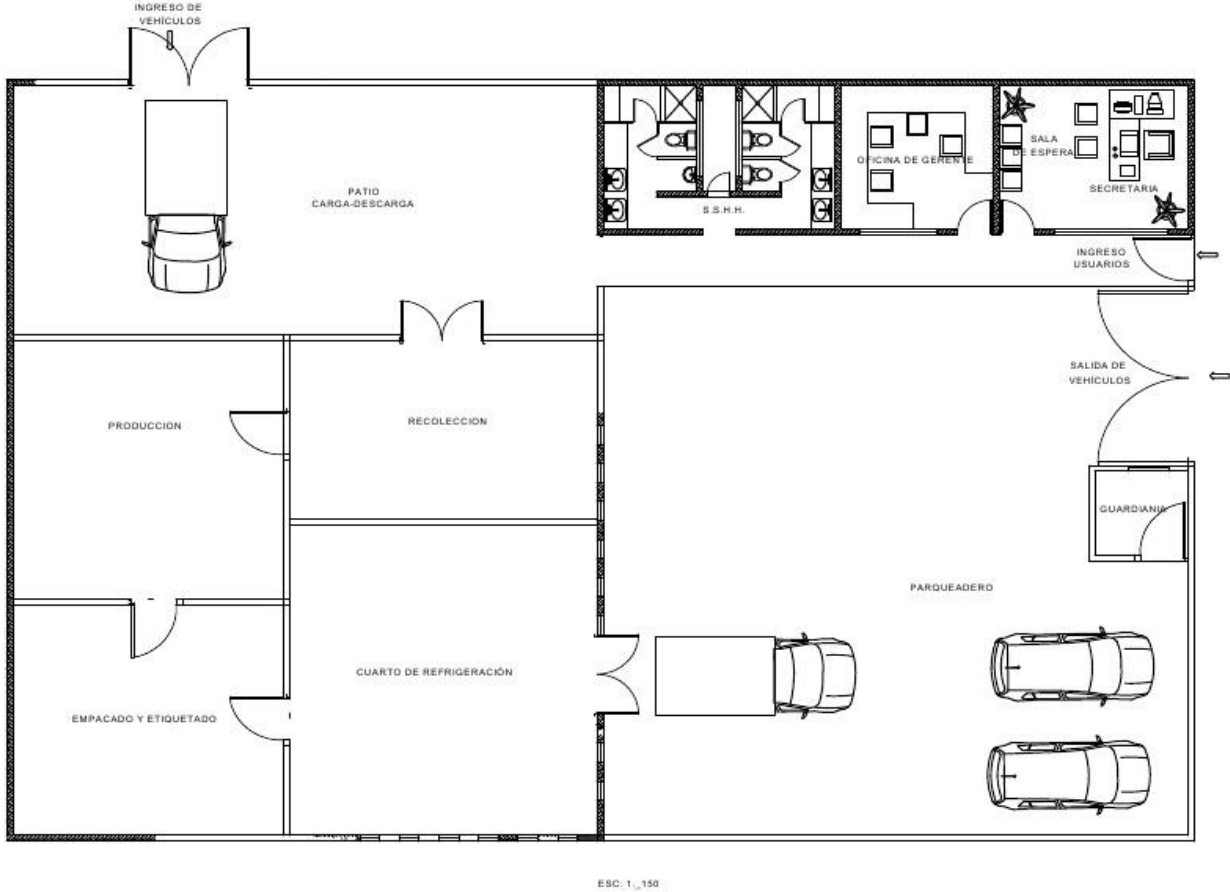
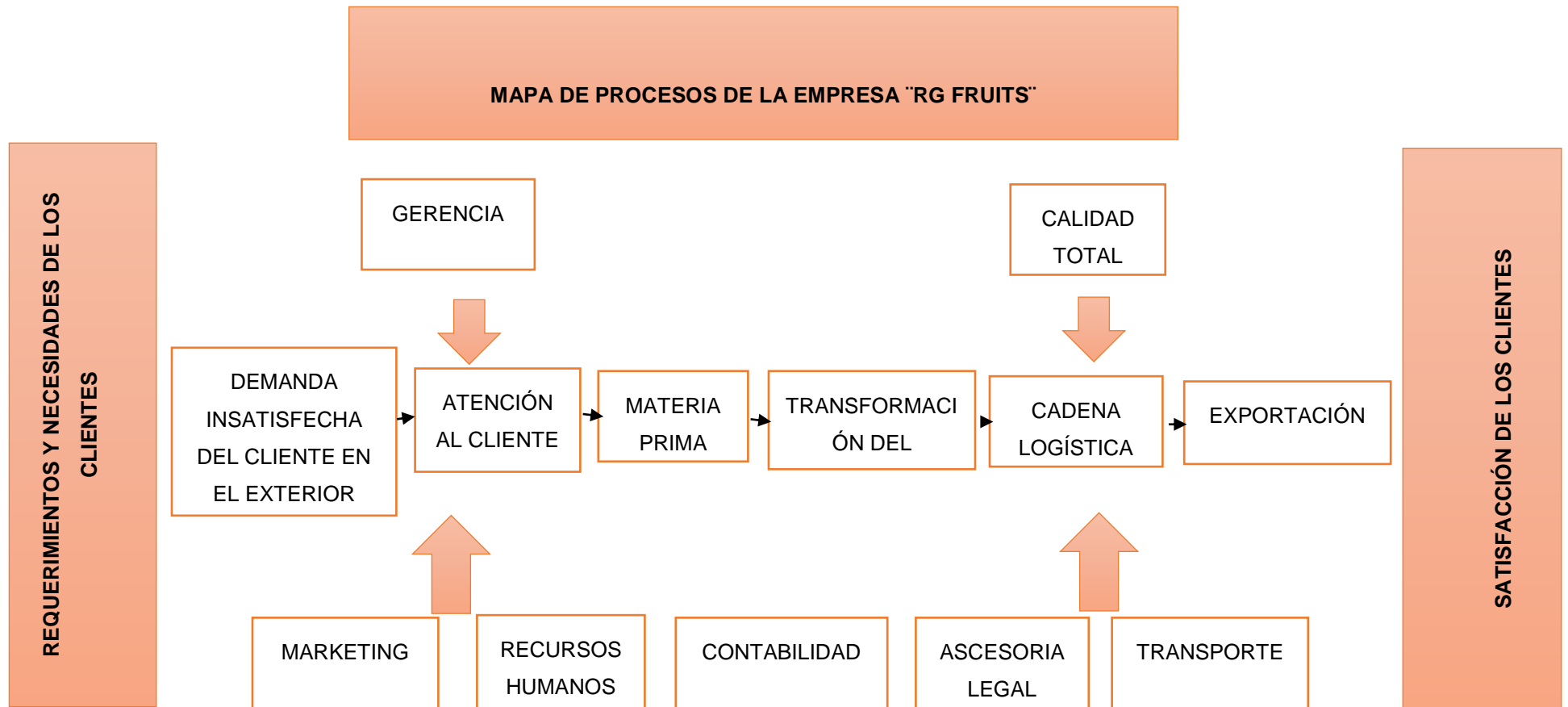


Figura 16. Determinación de espacio físico
Fuente: Propia
Elaborado por: Rosero Tatiana

En el plano anterior se presenta las dimensiones físicas de construcción de la planta, con un total de 200m, en donde se muestra por áreas, entre ellas el área administrativa, área de producción, así mismo el espacio destinado para los servicios higiénicos, cuartos de obreros, bodega de almacenamiento.

También existe un patio comprendido para actividades físicas, garaje, y espacio para operaciones de cargue y descargue de los vehículos.

5.9. MAPA DE PROCESOS



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Tatiana Rosero

Tabla 47. Negociación Internacional

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL		CÓDIGO:	NI-001	
		VERSIÓN	001	
RESPONSABLE:	Gerente	PÁGINAS:	1-1	
OBJETIVO:	Realizar la negociación internacional con el cliente de Canadá- Toronto			
ALCANCE:	Contacto con el cliente internacional y elaboración del contrato de negociación (compra-venta)			
RESPONSABLE	1. DETALLE	DOCUMENTO		
Gerente	1.- Búsqueda de clientes potenciales en el mercado Canadiense	Correos electrónicos		
Gerente	2.- Comunicarse con el cliente	Correos electrónicos		
Gerente	3.- Pre- Negociación, exposición del producto	Video llamadas, correos electrónicos		
Gerente	4.- Negociación de la propuesta	Llamada telefónica		
Gerente/Cliente	5.- Acuerdos entre ambas partes (cantidad, termino de nego	Llamada telefónica		
Gerente/Cliente	6.- Elaboración y firma de contrato	Correos electrónicos		
Gerente/Cliente	7.- Seguimiento del producto en venta	Llamada telefónica		
<p>2. FLUJOGRAMA</p> <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> B[BUENSA DE CLIENTES] B --> C[CONTACTO CON EL/LOS CLIENTES] C --> D[PROPUESTA] D --> E{ACEPTA} E -- NO --> C E -- SI --> F[NEGOCIACIÓN] F --> G[COTIZACIÓN DE PROFORMAS] G --> H([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Eficacia	Ventas realizadas/ clientes contactados	80%	Mensual	Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO				
TALENTO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Gerente/ Gerente Auxiliar		Equipos de computación, Papelería	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Gerente		Presidente	DIA. MES. AÑO	
Elaborado por:		Rosero Tatiana		

Elaborado por: Tatiana Rosero

Tabla 48. Materia prima

MATERIA PRIMA		Código:	PMP-001	
		Versión:	001	
		Páginas:	1-1	
Responsable:	PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA(AGRICULTORES)			
Objetivo:	Realizar el debido estudio técnico para ejecutar los objetivos planteados con el fin de transformar materia prima a producto terminado			
Alcance: ESTE PROCESO APLICA PARA LA OBTENCIÓN DE MATERIA PRIMA				
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
Gerente/ Presidente	1. Búsqueda de proveedores	Fichas de Evaluación		
Gerente/ Presidente	2. Determinación de oferta de mango	Acercamiento personales		
Agricultor de la planta	3. Análisis de sembríos de mango en la localidad	Certificados Fitosanitarios		
Agricultor de la planta	4. Estudio de calidad del mango existente	Fichas de Evaluación		
Socios empresa	5. Compra del mango según las toneladas existentes	Contrato compra-venta		
Agricultor de la planta	6. Escogimiento del mango de calidad	Fichas de Evaluación		
Chofer empresa	7. Traslado a fabrica	Registro de vehículo		
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> BÚSQUDA[BÚSQUDA DE PROVEEDORES] BÚSQUDA --> OFERTA{OFERTA ECISTENTE} OFERTA -- NO --> BÚSQUDA OFERTA -- SI --> ANÁLISIS[ANÁLISIS DE SEMBRIOS] ANÁLISIS --> CALIDAD{CALIDAD} CALIDAD -- NO --> ANÁLISIS CALIDAD -- SI --> COMPRA[COMPRA DE MNGO] COMPRA --> TRASLADO[TRASLADO A FÁBRICA] TRASLADO --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
CALIDAD DEL PRODU	DEMANDA DEL PRODUCTO	80%	TRIMESTRALMENTE	OPERADOR DE CALIDAD
CALIDAD DE SIEMBR	NUMERO DE RECLAMOS POR PRODUCTO	VENTAS MENSUALES	TRIMESTRALMENTE	OPERADOR DE CALIDAD
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
TALENTO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
PROCESO DE ESCOGIMIENTO DEL PRODUCTO	MAQUINARIA DE ULTIMA TECNOLOGÍA EN EMPAQUETADO	GUANTES, GORROS, OBEROLES, QUE SEAN DE MATERIAL NO CONTAMINANTE SEGÚN LAS NORMAS ISSO-9001-2008, PRODUCTOS QUIMICOS A UTILIZAR.		
REVISADO		APROBADO		FECHA
JEFE DE PLANTA		GERENTE		05/06/2015
Elaborado por:		Rosero Tatiana		

Elaborado por: Tatiana Rosero

Tabla 49. Documentación de exportación

DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN		CÓDIGO:	DE-001	
		VERSIÓN	001	
		PÁGINAS:	1-1	
RESPONSABLE:	AUXILIAR DE EXPORTACIÓN			
OBJETIVO:	Realizar los documentos pertinentes a la exportación			
ALCANCE:	Salida definitiva del prodcto de territorio ecuatoriano			
RESPONSABLE	1. DETALLE	DOCUMENTO		
Auxiliar de X	1.- Elaborar factura comercial	Factura comercial		
Auxiliar de X	2.- Conocimiento de embarque o Guía aérea	Guia comercial		
Auxiliar de X	3.- Obtener certificado de origen y fitosanitario, certificado de inspección	Certificado de origen		
Auxiliar de X	4.- Elaborar lista de empaque	Lista de empaque		
Auxiliar de X	5.- Elaborar factura pro- forma	Factura Pro- forma		
Auxiliar de X	4.- Contactar al agente de aduana	Certificado fitosanitario		
Auxiliar de X	5.- Contactar empresas de transporte	Correo, llamada telefónca		
Auxiliar de X	6.- Contactar al Banco para realizar giro directo	Correo, llamada telefónca		
Auxiliar de X	7.- Verificación de pago realizado	Documento de respaldo		
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[ELABORAR FACTURA COMERCIAL] A --> B[OBTENER CERTIFICADO DE ORIGEN, FITOSANITARIO, CERTIFICADO DE INSPECCION] B --> C[ELABORAR LISTA DE EMPAQUE, FAC. PRO-FORMA] C --> D{DOCUMENTOS LISTOS} D -- NO --> A D -- SI --> E[CONTACTAR AGENTE DE ADUANA, CONTACTAR EMPRESAS DE TRANSPORTE, CONTACTAR BANCO] E --> F[PRESENTACION EN ADUANA] F --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Documentos	Ovtención de documentos requeridos legalmente	1 día	Mensual	Auxiliar de exportación
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO				
TALENTO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Auxiliar de exportación		Equipo de computación, papelería	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Gerente		Presidente	10/06/2015	
Elaborado por:		Rosero Tatiana		

Elaborado por: Tatiana Rosero

Tabla 50. Distribución física internacional

DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL		CÓDIGO:	DFI-001	
		VERSIÓN	001	
RESPONSABLE:	AUXILIAR DE EXPORTACIÓN	PÁGINAS:	1-1	
OBJETIVO:	Realizar la distribución física internacional			
ALCANCE:	Enviar satisfactoriamente el producto Ecuador- Canadá			
RESPONSABLE	1. DETALLE	DOCUMENTO		
Auxiliar de X	1.- Supervisa manipulación y embarque del producto	Factura comercial		
Auxiliar de X	2.- Transporte Interno (Carchi- Esmeraldas)	Certificado fitosanitario		
Auxiliar de X	3.- Coordinar con agente trámite de exportación	Permisos de exportación		
Auxiliar de X	4.- Transporte Internacional Ecuador- Canadá- Toronto	Guia aérea		
Auxiliar de X	5.- Manipulación y desembarque del producto en Canadá	Guia aérea, permisos de X		
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD subgraph ECUADOR INICIO([INICIO]) --> ME[MANIPULACIÓN Y EMBARQUE] ME --> TI[TRANSPORTE INTERNO] TI --> DA{DESPACHO EN ADUANA} DA -- NO --> TI DA -- SI --> TI_INT[TRANSPORTE INTERNACIONAL] end subgraph TI TI_INT[TRANSPORTE INTERNACIONAL] end subgraph CANADA TI_INT --> MD[MANIPULACIÓN Y DESEMBARQUE] MD --> FIN([FIN]) end </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Despacho/ salida internacional	Tiempo empleado en despachos realizados	1 día	Mensual	Auxiliar de exportación
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO				
TALENTO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Auxiliar de exportación		papelería	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Gerente		Presidente	17/06/2015	
Elaborado por:		Rosero Tatiana		

Elaborado por: Tatiana Rosero

5.9.1 Equipos y Maquinaria

Equipo para producción de pulpa de mango

- ❖ Mesa de acero inoxidable de 3*2 m
- ❖ Despulpadora de acero inoxidable
- ❖ Congelador para almacenar producto
- ❖ Selladora para empaques

Materia prima para la producción de pulpa de mango

- ❖ Mangos de variedad (Tommy Atkins), frescos, sanos, maduros y limpios.
- ❖ Fundas de polietileno (500g)

Procedimiento para la producción de pulpa de mango

Tabla 51. Descripción del proceso

Proceso	Descripción
1. Recepción de la fruta	Se realiza una revisión visual de las frutas para verificar su calidad y determinar si esta apta para un proceso futuro. Además se pesa la cantidad de frutas que entra a la planta antes de pasar a la etapa rigurosa de selección y clasificación.
2. Selección y clasificación	<p>Para la recepción y selección de la fruta se debe considerar las siguientes características al momento de su llegada a la bodega de materia prima:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Que la fruta esté sana ❖ Que haya ausencia de ataques de insectos ❖ Que exista ausencia de daños mecánicos ❖ Estado de madurez fisiológica óptima. ❖ Preferiblemente que el color y la textura sean uniformes y característicos del fruto, apto para el proceso ❖ El valor de PH este entre 3.5 y 3.6 para la variedad. <p>El lugar en donde se recibe las frutas debe ser totalmente limpio, ventilado, libre de insectos, animales, roedores o cualquier otro que pueda producir daño en la fruta o producto. Al mismo tiempo no es recomendable dejar mucho tiempo la fruta en la plata antes de procesarla, porque esta fruta es perecible y se puede deteriorar.</p>
	El método más efectivo de lavado para este tipo de frutos es el de inmersión. La tina de lavado debe contener agua clorada a un nivel de 15 ppm,

3. Lavado	es decir 43 ml de solución de hipoclorito de sodio al 3.5% de 100 litros de agua. Este proceso se lo realiza con el fin de eliminar impurezas y suciedades del fruto.
4. Enfriado	Esto se lo realiza con agua potable fría en circulación constante. Además permite el ablandamiento del fruto para seguir con el proceso.
5. Corte	Se utilizan cuchillos de acero inoxidable totalmente desinfectados, el corte es manual, en el que el operado utiliza un corte longitudinal superficial de la cáscara del fruto, procurando no penetrar mucho en la parte comestible del mismo para evitar pérdidas de líquido.
6. Despulpado y tamizado	La fruta sin cáscara es transportada en baldes plásticos para ser introducidas en la despulpadora. El despulpado de la fruta se somete a un proceso de reducción de tamaño por lo que se obtiene una especie de puré, la pulpa también se recibe en baldes y se coloca en la marmita.
7. Envasado	Este proceso se lo realiza en estado caliente en recipientes de material plástico, en este caso se va a utilizar fundas de polipropileno, después del llenado de las fundas con el peso determinado, las fundas deben estar completamente limpias y descontaminadas antes de ser utilizadas como empaque.
8. Sellado	El sellado se realiza con una selladora eléctrica manual. Cada funda es sellada por fundición del plástico que se produce por la temperatura y presión que ejerce la máquina sobre las paredes de la misma.
9. Enfriamiento	El enfriamiento de fundas se realiza con agua potable fría en constante circulación, para aumentar la eficiencia del proceso. Luego del enfriado los empaques de pulpa, se debe controlar que estén perfectamente sellados.
10. Etiquetado	Es un proceso que se lo realiza manualmente, consiste en poner las etiquetas de precio de venta al público, también se realiza la codificación del producto.
15 Almacenamiento	Una vez el producto terminado, final y listo se procede a colocarlo en cámaras de congelación para su almacenamiento. Estas cámaras de congelación están a una temperatura de -18C

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.10. ESTREATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

➤ PRODUCTO

Para la exportación del producto, los consumidores canadienses prefieren su producto en fundas de polipropileno de 500gr, producto 100% natural, no diluido, no fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de mangos frescos, sanos, maduros y limpios, con una duración de seis meses.



Figura 17. Logo de la empresa

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

También incluyendo su tabla nutricional como lo establecen las normas canadienses para ingresar a este mercado.

COMPONENTES	
Calorías	60.00
Agua (g)	83.00
Proteínas	0.40
Lípidos (g)	0.20
Carbohidratos	15.90
Fibra (g)	1.00
Ceniza (g)	0.50
Calcio (mg)	17.00
Fósforo	15.00
Hiero (mg)	0.40
Caroteno	1.03
Tiamina	0.03
Riboflavina	0.11
Niacina	0.39
Ácido ascórbico	1.80

Figura 18. Tabla nutricional Canadá

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Pro Ecuador

COMPONENTES	VALOR MEDIO
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

Figura 19. Tabla nutricional Ecuador
Fuente Fundación de mango- Ecuador
Elaborado por: Fundación de mango- Ecuador

Se realiza la comparación necesaria entre la tabla nutricional exigido por Canadá y la tabla nutricional ofertada por el Ecuador, en donde se observa que no existe mayor diferencia, y cumple con los requisitos del mercado canadiense.

Tabla 52. Descripción del producto

Nombre del producto	Pulpa de mango
Nombre común en español	Pulpa de mango
Nombre común en francés	Pulpe mangue
Clase	Eudicotiledonea
Familia	Anacardiaceae
Nombre científico	Mangífera indica
Principales variedades y usos	Variedades: Tommy atkins: fruto de excelente calidad, predomina el color rojo, de forma redonda y tamaño mediano. La pulpa es jugosa con poco contenido de fibra. Tiene la desventaja de que si no se corta en su madures óptima presenta problemas en el manejo de pos cosecha
	Haden: Fruto que presenta una base de color amarillo en chapeo rojo, que lo hace muy atractivo tanto para el mercado nacional como para el de exportación
	Kent: Los frutos pesan de 500 a 700 gr. La base es de color verde amarillento con chapeo rojo. Presenta la desventaja de ser muy susceptible a la antracnosis, debido a que la época de cosecha coincide en la temporada de lluvias
	Keitt: Fruto grande con un peso que va de 600 a 800 gr. La base del fruto es de color verde con chapeo rosa rojizo. Tiene pulpa dulce con poca fibra

Fuente: Pro Ecuador
Elaborado por: Rosero Tatiana

➤ Precio

El precio promedio para la exportación de la pulpa de mango se toma en cuenta los costos de producción, transporte interno, y demás costos adicionales como se indica en el plan logístico, utilizándose también precios similares de países que también exportan a Canadá para determinar un costo promedio, estimaciones realizadas en kilogramos.

Tabla 53. Precios del Producto para exportación

Producto	País de origen	500 gr
Bolsa de polietileno	Canadá	1,33
Bolsa de polietileno	Estados Unidos	1,08
Bolsa de polietileno	Ecuador	1.94

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

Como se puede observar, el precio promedio que el consumidor final pagaría por cada 500 gramos de dicha fruta congelada es de 1.45 Usd., entonces al enviar el producto en funda de polipropileno de 500gr el precio ofertado en el mercado canadiense es de 1.35, obteniendo un beneficio de 0.10 ctvs., de dólar

➤ Plaza del producto

El lugar de destino es la ciudad de Quebec, a los consumidores de pulpa, establecido según página del gobierno de Canadá, el mismo que establece un consumo recomendado por los habitantes de un 5% del total de la población.

Pero hay que tener en cuenta que para que el producto llegue a los consumidores finales, tiene que llegar primero a un bróker o mayorista, para el desarrollo del proyecto se toma en cuenta lo siguiente:

Tabla 54. Bróker- Quebec- Canadá

Empresa	Contacto	Información
<p>MORRIS NATION INC. Importadora de productos diversos</p> 	<p>Hans Graf(Director de desarrollo de negocios)</p>	<p>Ciudad: La Salle Provincia: Quebec Código Postal: H8N1B7 www.mosrrisnational.ca</p>
<p>A LASSONDE INC(Agente Comercial)</p> 	<p>Ruthven</p>	<p>Ciudad: Ontario Código Postal N0P 2G0</p>
<p>ALIMENTS IMEX FOODS INC. Comercializadora Importa frutas en distintas presentaciones</p> 	<p>Peter Sato(Director de desarrollo de negocios)</p>	<p>Ciudad: Montreal Provincia: Quebec Código Postal H4N1J6 www.imexfoodsinc.com.ca</p>

Fuente: Aliments Imex Foods Inc. Canadá

Elaborado por: Rosero Tatiana

En la tabla anterior se muestran los diferentes puntos de la posible llegada de nuestro producto, para una mejor distribución y llegada al consumidor final.

5.11. PROPUESTA LEGAL

Para la creación de la empresa, con las características antes mencionadas, para que esta empresa nueva pueda funcionar es necesario seguir las normas legales Superintendencia de Compañía, entre los trámites a conseguir se tiene también en cuenta la obtención del RUC de la empresa, afiliación de empleados al IESS, se estima aproximadamente un tiempo de 6 semanas para obtener todos los papeles en regla, a continuación se nombra los pasos para legalizar la empresa.

- 1) Darle un nombre a la empresa.-** Cuando el nombre de la empresa ya ha sido elegido hay que ir a la Superintendencia de Compañías para reservarlo, o de ser el caso preguntar si el nombre que se escogió ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona se cuenta con un plazo de 30 días de reserva, si es necesario se puede ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después hay que acercarse

a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio. (Compañías).

- 2) Presentación de la solicitud de marca.-** Se realizará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, la cual certificará la fecha y hora de presentación, salvo que no se acompañe a ella, el comprobante de pago de las tasas correspondientes. En caso que falte dicho comprobante, la solicitud no será aprobada. (Industrial).
- 3) Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe ser redactado por un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, debe ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.
- 4) Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Superintendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será reenviada para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente. (Compañías).
- 5) Superintendencia de Compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Superintendencia de Compañías, para que la inscriban legalmente en su libro de registro.

Crear el RUC de la empresa

1) Cómo conseguir el RUC de la empresa.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un código que identifica una actividad económica frente a la Administración Tributaria. Cualquier persona natural o sociedad que realice prestación de servicios o venta de productos, en forma permanente u ocasional, está obligada a pagar impuestos al Estado, para lo cual necesita su RUC o el RISE. (SRI, 2015)

Para obtener el RUC hay diferentes procedimientos, dependiendo si se trata de una persona natural (profesionales que oferten sus servicios, por ejemplo) o una sociedad (colectivos que hayan empezado una actividad económica, como una empresa).

2) Duración del Registro

El registro de marca tiene una duración de diez años desde la fecha en que es concedido, y puede ser renovado por períodos iguales. La renovación debe solicitarse dentro de los seis meses anteriores a la fecha de expiración del registro. Sin embargo, el titular de la marca tendrá la facultad de renovarla durante un periodo de gracia de seis meses posteriores a la fecha de expiración, lapso de tiempo en que la marca mantendrá plenamente su vigencia. (Industrial).

Afiliación de los empleados al IESS:

El empleador tiene la obligación de registrar al trabajador/a desde el primer día de labor, mediante aviso de entrada que se envía a través de la página web de la Institución.

El afiliado tiene la obligación de exigir al empleador la afiliación al IESS y los pagos mensuales de aportes, entre los primeros quince días siguientes al mes trabajado.

Es obligación afiliar al Seguro General del IESS a todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- El trabajador en relación de dependencia;
- El trabajador autónomo;
- El profesional en libre ejercicio;
- El administrador o patrono de un negocio;
- El dueño de una empresa unipersonal;
- El menor trabajador independiente; y,

- Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

El trámite se lo realiza vía Internet, en la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y es el segundo paso para poder asegurar a un empleado y cumplir de esta manera con la ley y lo establecido en el Código de Trabajo. Y así, dicha entidad pueda garantizar que se cumplan con los derechos del trabajador y que este pueda realizar sus respectivas aportaciones al Seguro, las cuales se empiezan a acumular luego de más de un año de servicio para obtener así los Fondos de Reserva.

Así se puede crear la empresa y tener todos los documentos legales para empezar su funcionamiento. (IESS, 2015)

Requisitos para ser Exportador:

1. Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Banco Central:
 - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
3. Registrarse como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>), donde podrá:
 - Actualizar datos en la base
 - Crear usuario y contraseña
 - Aceptar las políticas de uso
 - Registrar firma electrónica

5.12. PLAN LOGÍSTICO

Corresponde al proceso de comercialización de la pulpa de mango desde San Vicente de Pusir hasta el país de destino Canadá. Cumpliendo todas las formalidades legales pertinentes.

5.12.1 Distribución física internacional

Es el conjunto de operaciones y actividades involucradas al traslado de bienes, materia prima, insumos desde un punto de origen a un punto de destino.

➤ Objetivo de la DFI

Optimizar las operaciones de comercio exterior en términos de costos, tiempo y calidad de servicio, con el fin de facilitar un flujo uniforme de carga entre todas las partes interesadas (exportadoras, importadoras y prestatarias del servicio).



Figura 20. DFI (Distribución física internacional)

Fuente: Pro- Ecuador

Elaborado por: Pro- Ecuador

➤ **Cálculo de Cubicaje**

Tabla 55. Cubicaje pallets

Cálculo de Cubicaje										
	Cálculo de Cubicaje	Empaque/ Embalaje- cajas	Unidad de carga	Estimacion 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
Pallets	Nº de unidades	24000	1		1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	Largo cm	243,8	317,5	1						
	Alto cm	162,6	162,6	1						
	Ancho cm	153,4	223,5	1						
	Peso por unidad kg	3,12	3,12	1,000						
	Peso total del embarque ton	6	7	1,2						
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS					1	1	1	1	1	1

Fuente: Plan Logístico

Elaborado por: Tatiana Rosero

Para el transporte interno de los contenedores desde la Parroquia San Vicente de Pusir a Guayaquil, se toma en cuenta los servicios de la empresa "Ciategi Cía. Ltda.", con un brigadier con plataforma de 13 metros, en donde caben dos container LD-9 REFEER, en los cuales se maneja un pallets con las medidas antes expuestas.

En donde también se toma en cuenta las dimensiones de las cajas y el número de cajas que ingresarán en los contamines refrigerantes, para su debido traslado.

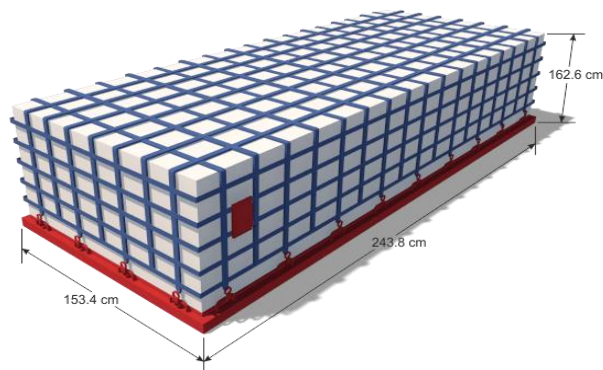


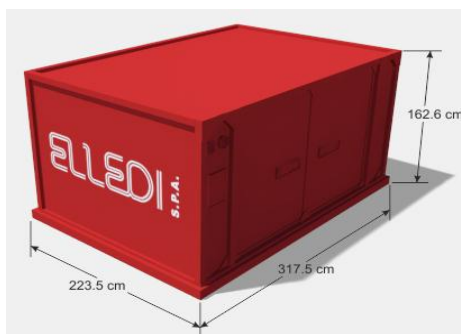
Tabla 56. Cubicaje brigadier y cajas

	CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	estimacion 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
					Brigadier de 13 TN	Nº de unidades	12000	1000		1,000
Largo cm	243,8	22	1							
Alto cm	162,6	14,5	1							
Ancho cm	153,4	35	1							
Peso por unidad kg	3,12	12000	3846,15385							
Peso total del embarque ton	7	13	2							
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS					1	1	1	1	1	1

Fuente: Plan Logístico

Elaborado por: Tatiana Rosero

Se estima un envío mensual de 2000 cajas, y alrededor de 24000 pulpas de mango de 500gr, como lo estipulan los gustos y preferencia de los clientes canadienses.



0.20 cm

0.15 cm

➤ **Datos Básicos de embarque**

Es necesario identificar la partida arancelaria de destino y de origen del producto, unidad comercial, el valor comercial, para realizar la comercialización binacional Ecuador- Canadá de pulpa de mango.

Tabla 57. Datos básicos del producto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:						
Nombre técnico o comercial del producto	pulpa					
Posición arancelaria en el país exportador	0811.9091.00					
Posición arancelaria en el país importador	081190					
Unidad comercial de venta	TONELADAS					
Moneda de transacción.	Usd	VALOR EXW				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor ex-work de la unidad comercial.	4,05	4,50	4,76	5,05	5,35	5,68

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Rosero Tatiana

La información antes nombrada corresponde a los envíos realizados durante el año, teniendo en cuenta que la producción es por temporadas y los envíos son trimestrales.

Tabla 58. Información básica del embarque

Información básica del embarque	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil- Ecuador
País de destino	Canadá
Ciudad de punto de destino	Quebec
Nº de unidades comerciales por embarque	6
Valor inicial del embarque (EXW)	24
Tipo de embalaje	fundas de polipropileno de 500gr
Tipo de unidad de carga	Contenedor Estándar de 20 pies
Nº total de embalajes	24
Nº total de unidades de carga	2

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Rosero Tatiana

De igual manera se identificó la forma de pago, tipo de cambio, tasa de interés en Ecuador y Canadá, factores que también intervienen en el proyecto.

Tabla 59. Información adicional

INFORMACION ADICIONAL	
Termino de negociación	FCA
Forma de pago	GIRO DIRECTO
Plazo	0
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	5,31%
Tasa promedio de ineterés anual	4,55%
Inflación anual pais de destino	1,20%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.12.2. Estimación de ventas

Tabla 60. Proyección de ventas

DATOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Oferta exportable kg	12000	12600	13230	13892	14586	15315
Demanda insatisfecha kg	1228000	1167000	1108000	1053000	1000000	950000
% De cobertura de la demanda	0,98%	1,08%	1,19%	1,32%	0,15%	1,61%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Numero de envíos al año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del embarque	3000,00	3150,00	3307,50	3472,88	3646,52	3828,84
Nº de empaques	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172	30,631
Nº de contenedores	2	2	2	3	4	4
Estimación de ventas según embalajes por envío	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172	30,631
Estimación de ventas según empaques / embalajes al año	96,000	100,800	105,840	111,132	116,689	122,523
Estimación de ventas según unidad comercial	384,000	403.200	423.360	444.528	466.754	490.092

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Rosero Tatiana

En la estimación de ventas es fundamental saber el transporte que se va a utilizar, en este caso el número de vehículos que serán enviados trimestralmente en el año presente y en los años proyectados, es un tráiler con contenedor Rifeer, con

capacidad de 6TN, utilizando tres contenedores para el transporte interno San Vicente de Pusir- Guayaquil.

De igual manera es importante el empaque para comercializar la pulpa de mango, que es en fundas de polipropileno, empacadas en cajas, cumpliendo las formalidades legales del mercado canadiense, el producto llega listo para la empresa destinada de Quebec.

5.12.3. Agente

En el proceso de exportación se necesita un Agente de Aduana el cual realiza los trámites respectivos para el despacho de la pulpa de mango del puerto de Guayaquil.

Tabla 61. Agentes

Agentes					
Descripción	Honorarios profesionales	RR.HH. empresa	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación usd
Agentes de carga		1			
Agente de Aduana	150		1	0,25	150
Auxiliar de Exportación	50		1	0,25	50
TOTALES			3	0,55	200

Fuente: Plan Logístico

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.12.4. Transporte interno

Según el término de negociación acordado, el transporte interno es responsabilidad del exportador, usando un transporte habilitado para el traslado de mercancías desde San Vicente de Pusir- Guayaquil.

Tabla 62. Transporte Interno

Transporte interno				
Descripción	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Flote interno Trailer	1500	1	1	1500
				1500
TOTALES			1	1500

Fuente: Plan logístico

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.12.5. Almacenamiento

De igual manera una vez llegado el producto al puerto se procederá al almacenamiento hasta esperar el arribo de las mercancías al avión con destino a Canadá.

Tabla 63. Almacenamiento

Descripción	Tiempo de almacenaje en días	Costo total usd
Almacenamiento temporal	1	85.00

Fuente: Plan Logístico

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.12.6. Sello de aduana en aeropuerto

Una vez llegado el contenedor al Puerto de Guayaquil se realizan los trámites respectivos para realizar la exportación y el traslado de la mercancía al aeropuerto para su destino al aeropuerto internacional de Quebec.

5.12.7. Flete internacional

Tabla 64. Transporte internacional

Flete internacional				
Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad de vehículos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Precio por kilo (1,12)	13440	1	1	13440
Seguridad 0,05 por kilo	600			600
Gasolina (0,67) por kilo	8040			8040
Totales				8640

Fuente: Plan logístico

Elaborado por: Rosero Tatiana

El transporte internacional se lo realizará desde el Puerto de Guayaquil hasta el aeropuerto de Quebec, el valor estimado de precio a pagar es de \$8640 dólares canadienses, por cada envío realizados en los meses de octubre- enero, en un contenedor regulable RAP.

5.12.8. INCOTERMS

Tabla 65. Detalle de los Incoterms

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586	15.315
EXW	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586	15.315
Manipulación local X	100	575	601	743	836	937
Unitarización	753	289	302	373	420	470
FCA/FAS	12.853	13.464	14.133	15.007	15.842	16.723
Transporte interno	750	7.057	7.378	8.571	8.961	10.306
Manipuleo Embarque	300	575	601	743	836	937
Agentes	200	209	229	261	312	390
Documentación	260	115	126	144	172	215
Capital e inventario país de origen	6	9	9	10	11	12
Bancarios	129	135	141	150	158	167
FOB	14.498	21.564	22.617	24.886	26.293	28.749
Flete Internacional	8.640	10.368	12.442	14.930	17.916	21.499
CFR	23.138	31.932	35.059	39.816	44.209	50.248
Seguro Internacional	463	639	701	796	884	1.005
CIF	23.600	32.570	35.760	40.613	45.093	51.253
Capital e inventario tránsito internacional	23	32	35	40	44	50
Manipuleo desembarque	200	418	457	500	546	597
DAT	23.823	33.020	36.252	41.152	45.683	51.900
Almacenamiento temporal	80	96	115	138	166	199
Documentación	200	240	288	346	415	498
Agentes	50	60	72	86	104	124
Transporte interno	150	180	216	259	311	373
DAP	24.303	33.596	36.943	41.981	46.678	53.094
Aduaneros	295	354	425	510	612	734
Capital e inventario país de destino	0	0	1	1	1	1
DDP	24.599	33.951	37.369	42.492	47.291	53.829

Fuente: Plan Logístico

Elaborado por: Rosero Tatiana

Llegada la mercancía al lugar de destino, o culminado el proceso de exportación el bróker se encarga de la nacionalización del producto en Canadá, y que se cierra la negociación con el término FCA, lo que quiere decir que las responsabilidades del vendedor son:

El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación. Si este no es el caso, el comprador deberá llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega designado. (Ecuador, Pro Ecuador, 2015)

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de contratar el seguro, sin embargo si es de interés para el comprador, el vendedor debe proporcionar la información necesaria para que se lleve a cabo esta contratación.

El vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto establecido y dentro del plazo acordado. El vendedor corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía hasta que se haya entregado. (Ecuador, Pro Ecuador, 2015)

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

En cambio el comprador corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía desde que ha recibido la misma. En el caso de que el comprador no haya notificado si éste iba a realizar el contrato de transporte o la persona designada, o en el caso de que la persona designada no se quiera hacer cargo de la mercancía, el comprador tendrá que asumir los riesgos y costos siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato. (Ecuador, Pro Ecuador, 2015)

El comprador debe notificar al vendedor el nombre del transportista o la persona designada con el tiempo suficiente para permitir al vendedor entregar la mercancía.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos se tomará muy en cuenta las respectivas obligaciones tanto del exportador como del importador.

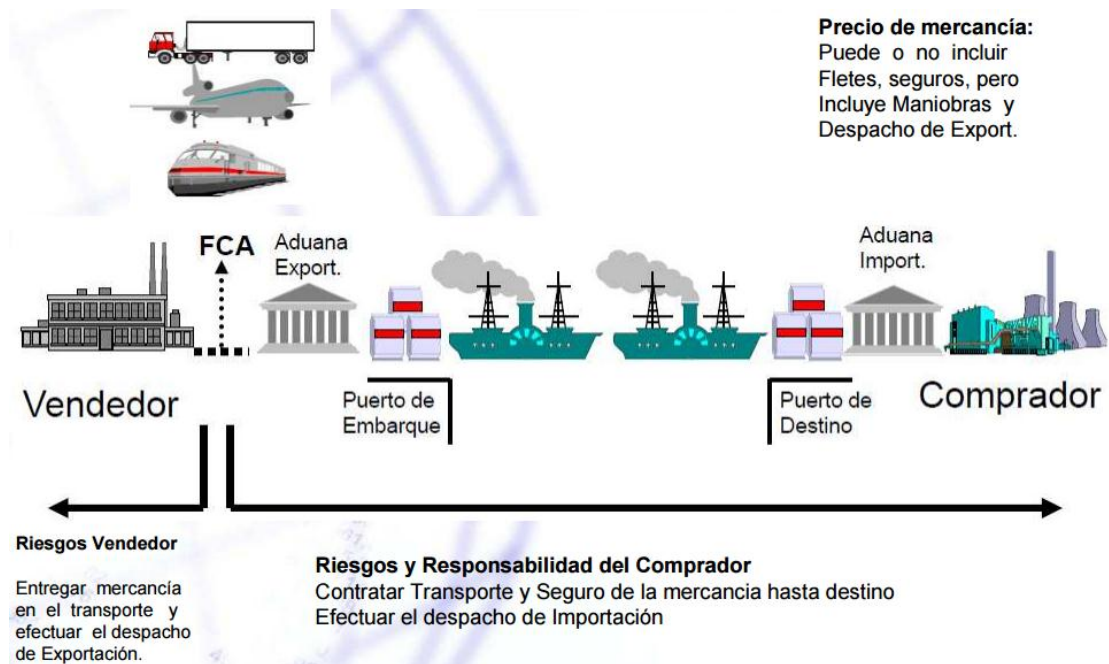


Figura 21. INCOTERMS FCA

Fuente: Procomer

Elaborado por: Pro- Ecuador

5.13. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio toma factores imprescindibles como costos e inversiones necesarias que el proyecto necesita para la realización, como también recursos como muebles y enseres de oficina.

5.13.1 Inversión Inicial

➤ Activos Fijos

Los activos fijos son todos aquellos bienes tangibles tanto muebles como inmuebles que son básicamente destinados a las actividades de la empresa.

Tabla 66. Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
<i>Inversión Fija</i>	28.876
<i>Capital de Operación</i>	9.217
<i>Gastos de Constitución</i>	2.100
Total Inversión Inicial	40.193

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.13.2. Estructura de Financiamiento

La empresa RG FRUTS, estará constituida por medio de financiamiento en un 60% que corresponde al capital propio y el 40% capital ajeno, que serán financiados a través de instituciones bancarias entre ellas, Banco de Fomento.

Tabla 67. Estructura de Financiamiento

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	15.977
Capital Ajeno	60%	23.966
Total	100%	39.943

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

Tabla 68. Activos Fijos- Inversión Fija

Activos Fijos - Inversión Fija			2014
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			20.000
Edificios - Infraestructura	1	20.000	20.000
		0,00	0
		0,00	0
Maquinaria y Equipo			6.800
Despulpadora	1	6.000,00	6.000
Etiquetadora	1	200,00	200
Empacadora	1	300,00	300
Olla	1	100,00	100
Balanza	1	50,00	50
Cuchillos, mandiles, cofias, entre otros	1	150,00	150
			0
Muebles y Enseres			1.326
Escritorio	2	150,00	300
Sillón ejecutivo	1	100,00	100
Sillas	4	50,00	200
Mesas	4	80,00	320
Archivadores	1	150,00	150
Estantería metálica	1	100,00	100
Teléfono	2	40,00	80
Resmas de papel	4	4,00	16
Calculadoras	5	10,00	50
Perforadora/grapadora	2	5,00	10
		0,00	0
Equipo de Computo			750
Computadora de mesa	1	600,00	600
Impresora	1	150,00	150
Total Activos Fijos - Inversión Fija			28.876

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.13.3. Capital de Operación

El capital de operación o corriente también llamado fondo de rotación de la empresa RG FRUITS, en su primer año de funcionamiento es de 11.847 dólares, con un periodo de caja de 30 días calendario.

Tabla 69. Capital de Operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	47.777
Gastos Administrativos	49.338
Gastos de Exportación	50.073
Total Costo Anual	147.188
Total Costo Diario	408,86
Ciclo de caja	30
Capital de Operación	12.266

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.13.4. Gastos de Constitución

Son los que tienen que ver directamente con la administración de actividades operativas o relacionadas con el funcionamiento legal de la empresa.

Tabla 70. Gastos de Constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2013
Investigación	1	400,00	400
Permiso Cuerpo de Bomberos	1	80,00	80
Abogado para notariar documentos (Escritura de Constitución)	1	1.000,00	1.000
Permisos de salud entre otros	1	250,00	250
Licencias de exportación	1	150,00	150
Patentes	1	40,00	40
Registro mercantil	1	180,00	180
Total Activos diferidos - Gastos de Constitución			2.100

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

NOTA.- la licencia de exportación depende de la inversión del proyecto, según Resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0003-RE; manifiesta que si la inversión sobrepasa los \$100.000 dólares americanos, la licencia de exportación tiene un

valor de \$6000.00 dólares americanos, caso contrario si es menor a este valor, la licencia tiene un valor de \$250.00 dólares americanos.

En el caso de la presente investigación se tiene una inversión de \$39.943 dólares americanos, lo que equivale el valor de la licencia de exportación en \$150.00 dólares americanos.

5.13.5. Amortización

Tabla 71. Tabla de Amortización

Amortización de la Deuda	
Monto	23.966
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	786,89

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				23.966
1	563,20	223,68	786,89	23.403
2	568,46	218,43	786,89	22.834
3	573,77	213,12	786,89	22.260
4	579,12	207,76	786,89	21.681
5	584,53	202,36	786,89	21.097
6	589,98	196,90	786,89	20.507
7	595,49	191,40	786,89	19.911
8	601,05	185,84	786,89	19.310
9	606,66	180,23	786,89	18.704
10	612,32	174,57	786,89	18.091
11	618,03	168,85	786,89	17.473
12	623,80	163,08	786,89	16.850
13	629,62	157,26	786,89	16.220
14	635,50	151,39	786,89	15.584
15	641,43	145,45	786,89	14.943
16	647,42	139,47	786,89	14.296
17	653,46	133,43	786,89	13.642
18	659,56	127,33	786,89	12.983
19	665,72	121,17	786,89	12.317
20	671,93	114,96	786,89	11.645
21	678,20	108,69	786,89	10.967
22	684,53	102,36	786,89	10.282
23	690,92	95,97	786,89	9.591
24	697,37	89,52	786,89	8.894
25	703,88	83,01	786,89	8.190
26	710,45	76,44	786,89	7.480
27	717,08	69,81	786,89	6.762
28	723,77	63,12	786,89	6.039
29	730,52	56,36	786,89	5.308
30	737,34	49,54	786,89	4.571
31	744,22	42,66	786,89	3.827
32	751,17	35,72	786,89	3.075
33	758,18	28,70	786,89	2.317
34	765,26	21,63	786,89	1.552
35	772,40	14,49	786,89	780
36	779,61	7,28	786,89	0

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Rosero Tatiana

5.14. Proyección de Costos y Gastos

5.14.1. Costos de Producción

Tabla 72. Costos de Producción

EMPAQUE								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Fundas de polipropileno	0,09	100000	9000	0,13	1	1	0	9000
			0		10	0	0	
			0		10	0	0	
TOTALES								9000
MARCADO								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Etiquetado	0,03	100000	3000	0,25	1	0	0	3000
Cajas de cartón corrugado	0,2	315	63		1	0	0	63
			0		10	0	0	
TOTALES								3063
UNITARIZACIÓN								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
PALLETS	25	30	750	0,25	1		0	750
SUNCHOS / AMARRAS	0,1	30	3		1		0	3
	0	2	0				0	0
TOTALES								753

Tabla 73. Estructura de Financiamiento- Proyecciones

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			17.280	18.144	19.051	20.004	21.004	22.054
Mango	12.000	1,44	17.280	18144	19051	20004	21004	22054
Mano de Obra			15.737	19.045	21.757	24.856	28.396	32.440
Operarios	2	7.868	15.737	19.045	21.757	24.856	28.396	32.440
Costos Indirectos de Fabricación:			14.760	16.167	16.932	17.735	18.577	19.461
Fundas de polipropileno	100.000	0,09	9.000	9450	9923	10419	10940	11487
Etiquetas	100.000	0,03	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647	3.829
Cajas de cartón corrugado	0,20	315,00	331	347	365	383	402	422
Agua	1	180,00	180	188	197	206	215	225
Energía	1	250,00	250	261	273	286	299	312
Asistencia Técnica- Mantenimiento	4	200,00	800	836	874	914	956	999
Suministros de limpieza	4	100,00	400	418	439	461	484	508
Mascarilla	300	0,15	45	47	49	51	54	56
pallets	30	25,00	750	784	820	857	896	937
Sunchos/amarras	30	0,15	5	4,7	5,0	5	5	6
Depreciaciones				680	680	680	680	680
Total Costo de Producción			47.777	53.356	57.741	62.595	67.977	73.956

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

Los costos de producción están basada en la adquisición de materia prima, en este caso quien nos proveerán el mango, de acuerdo a la investigación realizada nos dice que San Vicente de Pusir nos proveerá en un 40%, porcentaje que nos permitirá cubrir la demanda insatisfecha de los consumidores canadienses. También nos permite realizar proyecciones a largo plazo para ir conociendo el rendimiento que tendrá el proyecto con el pasar del tiempo como base tomaremos las ventas estimadas y los envíos que se realizaran al año, obteniendo rendimientos constantes.

5.14.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los que se relacionan con la administración general con actividades operativas que realiza la empresa, consta de valores estimados con los sueldos del gerente, operarios, suministros de oficina, entre otros factores.

Tabla 74. Gastos Administrativos- Proyecciones

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2016	2017	2018	2019
Sueldos	4		46.432	56.321	64.342	73.506	83.975	95.934
Servicios Básicos	1		430	450	470	491	514	537
Suministros de Oficina	1		2.076	2170	2269	2372	2480	2593
Suministros de Limpieza	1		400	418	437	457	478	500
Depreciaciones			0	383	383	383	133	133
Amortizaciones			0	420	420	420	420	420
Total Gastos Administrativos			49.338	60.162	68321	77629	87999	100117

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.14.3. Gastos de Exportación

Los Gastos de Exportación se concierne a los valores a gastar en el proceso de salida y llegada de las mercancías de un lugar a otro, teniendo que para el año 2014 tenemos USD 10.492, el mismo que nos sirve como referencia que para el año se realizaran 4 envíos, entonces deducimos que para los años próximos irán incrementando.

Tabla 75. Gastos de exportación- Proyecciones

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
UNITARIZACIÓN	4	753,00	3.012	3.163	3.321	3.487	3.661	3.844
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	4	100,00	400	420	441	463	486	511
DOCUMENTACIÓN	4	260,20	1.041	1.093	1.147	1.205	1.265	1.328
TRANSPORTE INTERNO	4	750,00	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647	3.829
MANIPULEO DE EMBARQUE	4	300,00	1.200	1.260	1.323	1.389	1.459	1.532
AUXILIAR DE COMERCIO EXTERIOR	4	200,00	800	840	882	926	972	1.021
AGENTES	4	250,00	1.000	1.050	1.103	1.158	1.216	1.276
COSTOS BANCARIOS	4	8,77	35	37	39	41	43	45
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	4	0,97	4	4	4	5	5	5
FLETE INTERNACIONAL	4	0,00	0	0	0	0	0	0
SEGURO INTERNACIONAL	4	0,00	0	0	0	0	0	0
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	4	0,00	0	0	0	0	0	0
ALMACENAMIENTO	4							
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	4	0,00	0	0	0	0	0	0
DOCUMENTACIÓN	4	0,00	0	0	0	0	0	0
AGENTES	4	0,00	0	0	0	0	0	0
TRANSPORTE INTERNO	4	0,00	0	0	0	0	0	0
ADUANEROS	4	0,00	0	0	0	0	0	0
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	4			0	0	0	0	0
Total Gastos de Exportación (Ventas)			10.492	11.016	11.567	12.146	12.753	13.390

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.14.4. Gastos Financieros

Como primer estado financiero se muestra el balance general o estado de situación financiera, que muestra contablemente los activos que la empresa posee y los pasivos que adeuda la empresa y la diferencia entre estos es el patrimonio.

➤ **Balance General**

Tabla 76. Balance General

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	8.967	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	8.967	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	20.000	Préstamos Bancarios	23.966
Maquinaria y Equipo	6.800	Total Pasivos Largo Plazo	23.966
Muebles y Enseres	1.326		
Equipo de Computo	750	Total Pasivos	23.966
Total Activos Fijos	28.876		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	2.100	Capital Social	15.977
Total Activos Diferidos	2.100	Total Patrimonio	15.977
Total Activos	39.943	Total Pasivo + Patrimonio	39.943

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

Si podemos observar mediante esta tabla permite reflejar la inversión disponible, considerando también el endeudamiento con el Banco de Fomento, pero no se refleja debido a que el primero año debido a que este dato se lo toma para el año siguiente que se pone en marcha la empresa.

➤ **Estado de Resultados**

También llamado Estado de pérdidas y ganancias, el cual nos permite determinar la rentabilidad mostrando de manera ordenada y detallada como se obtuvo el resultado del ejercicio durante el periodo determinado.

Tabla 77. Estado de Resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ventas	129.265	142.514	157.122	173.227	190.983	210.559
Cantidad	96.000	100.800	105.840	111.132	116.689	122.523
Precio	1,35	1,41	1,48	1,56	1,64	1,72
- Costo de Ventas	47.777	53.356	57.741	62.595	67.977	73.956
Utilidad Bruta en Ventas	81.488	89.158	99.381	110.633	123.006	136.603
- Gastos Operacionales	59.829	71.178	79.888	89.775	100.752	113.508
Gastos Administrativos	49.338	60.162	68.321	77.629	87.999	100.117
Gastos de Exportación	10.492	11.016	11.567	12.146	12.753	13.390
Utilidad Operacional	21.658	17.980	19.493	20.858	22.254	23.096
- Gastos Financieros	0	2.326	1.487	549	0	0
Interés Bancario		2326	1487	549	0	0
U.A.T.I	21.658	15.654	18.006	20.309	22.254	23.096
- 15% Particip. Trabajadores	3.249	2.348	2.701	3.046	3.338	3.464
Utilidad Antes de Impuestos	18.410	13.306	15.305	17.263	18.916	19.631
- 23% Impuesto a la Renta	4.234	3.060	3.520	3.970	4.351	4.515
Utilidad Neta	14.175	10.246	11.785	13.292	14.565	15.116

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

Al término de la realización del Estado de Resultados, arroja como resultados los valores a ser adeudados y valores que ya fueron analizados, obteniendo una utilidad neta de 14.175 dólares americanos; observando que en las proyecciones para los siguientes años la utilidad neta va incrementando.

➤ **Flujos de efectivo TIR, VAN**

En la presente tabla se ha analizado los indicadores financieros más sobresalientes que permiten la toma de decisiones, en donde se determina un VAN positivo, pero de igual manera un TIR positivo, descontando a un capital promedio, a continuación los resultados por medio de los flujos presentados.

Tabla 78. Flujos de Efectivo Con Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		10.772	12.478	14.175	15.660	16.449
+ Depreciaciones		1.063	1.063	1.063	813	813
+ Amortizaciones		420	420	420	420	420
Liquidación del Proyecto						19.063
Recuperación Capital de Operación						9.217
Total Entradas	0	12.255	13.961	15.657	16.893	45.962
Salidas de Efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	40.193					
Amortización de la Deuda		7.161	8.005	8.950	0	0
Reposición de Activos						
Total Salidas	40.193	7.161	8.005	8.950	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-40.193	5.094	5.956	6.708	16.893	45.962

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Rosero Tatiana

Con relación al flujo de efectivo con sus respectivos proyecciones se tiene como resultado un VAN de 14.435.84, la TIR de 17.17% positivo por lo que demuestra una rentabilidad, también tenemos el CCP de 10.02%, y con un CB de USB 1.36.

Tabla 79. TIR- VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 40.193,30		
1	5.093,92	0,9089	4.629,99
2	5.955,58	0,8261	4.920,18
3	6.707,85	0,7509	5.036,96
4	16.892,58	0,6825	11.529,47
5	45.961,50	0,6204	28.512,55
		SFE	54.629,15
		- I.I.	40.193,30
		VAN	14.435,84
		TIR	17.17%
		PR	3,91
		C/B	1,36

CCP	10,02%
TIR	17.17%
VAN	14.436

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Rosero Tatiana

Tomando en cuenta estos indicadores se puede mencionar que es un proyecto viable, debido a que tenemos un VAN positivo, pero la TIR es de 17.17%, valor que es factible para la puesta en marcha del proyecto, y el periodo de recuperación de la inversión se estima un tiempo de 5 años, y el costo beneficio nos refleja una ganancia. Se puede deducir que según el costo beneficio por cada dólar invertido se tendría una utilidad de 0.36 ctvs., lo que a largo plazo esto es muy significativo para la empresa.

➤ **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio no es más que el nivel de la actividad en donde muestra que la empresa no gana ni pierde, su beneficio es cero, teniendo así en la tabla antes mostrada que se debería vender como mínimo 228.890 kilos de pulpa de mango a un precio de 1.35 Usd., con el objetivo de no obtener ni pérdidas ni ganancias, es decir lograr cumplir responsablemente con las obligaciones contraídas

Tabla 80. Punto de Equilibrio- Con Financiamiento

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		17.280		18.144		19.051		20.004		21.004		22.054
MOD		15.737		19.045		21.757		24.856		28.396		32.440
Costos Indirectos Fabricación												
Fundas de polipropileno		9.000		9.450		9.923		10.419		10.940		11.487
Etiquetas		3.000		3.150		3.308		3.473		3.647		3.829
Asistencia Técnica- Mantenimiento		800		836		874		914		956		999
Mascarilla		45		47				51				56
Agua	180		188		197		206		215		225	
Energía	250		261		273		286		299		312	
Suministros	0		0		0		0		0		0	
Asistencia Técnica- Mantenimiento	800		836		874		914		956		999	
Suministros de limpieza	45		47		49		51		54		56	
	750		784		820		857		896		937	
	5		5		5		5		5		6	
Depreciaciones			680		680		680		680		680	
Total Costo de Producción	2.030	45.862	2.802	50.672	2.898	54.913	2.999	59.717	3.105	64.942	3.215	70.865
Gastos Operacionales	49.338	10.492	60.162	11.016	68.321	11.567	77.629	12.146	87.999	12.753	100.117	13.390
Gastos Administrativos	49.338		60.162		68.321		77.629		87.999		100.117	
Gastos de Exportación		10.492		11.016		11.567		12.146		12.753		13.390
Gastos Financieros			2.326		1.487		549		0		0	
Interés Bancario			2.326		1.487		549		-		-	
Costos y Gastos Totales	51367	56353,59	65.290	61.689	72.706	66.480	81.177	71.863	91.104	77.695	103.332	84.256
Unidades	96000		100.800		105.840		111.132		116.689		122.523	
Costos y Gastos Unitarios	0,54	0,59	0,65	0,61	0,69	0,63	0,73	0,65	0,78	0,67	0,84	0,69
Total Costos y Gastos Unitarios	1,12		1,26		1,32		1,38		1,45		1,53	
% Utilidad	20%		20%		20%		20%		20%		20%	
Precio de venta Unitario	1,35		1,51		1,58		1,65		1,74		1,84	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	228.890		72.572		76.536		80.703		85.139		89.887	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Rosero Tatiana

5.15. ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.15.2. Análisis de impactos socioeconómicos

Tabla 81. Análisis de impactos socioeconómicos

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejorar en nivel de vida						X	
Generación fuentes de trabajo							X
Creación de empresa					X		
Aumento de producción de hectáreas de mango						X	
TOTAL					1	4	3
SUMATORIA					8		

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

En donde se tiene 1(1), 2(2), 1(3)

$$1+4+3= 8$$

Promedio =8/4= 2

El impacto socioeconómico se encuentra en un nivel medio positivo, se puede deducir que es muy satisfactorio y beneficioso ya que la creación de una empresa despulpadora de mango genera fuentes de trabajo e ingresos económicos para las personas de la Parroquia San Vicente de Pusir.

5.15.3. Análisis de impactos en el comercio exterior

Tabla 82. Impactos en el comercio exterior

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Partida arancelaria					X		
Requisitos de exportación						X	
Convenios y tratados internacional						X	
Requisitos de etiquetado					X		
Medidas arancelarias					X		
Termino de negociación							x
TOTAL					3	4	3
SUMATORIA					10		

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

En donde se tiene 3(1), 2(2), 1(3)

$$3+4+3= 11$$

Promedio = $11/6= 1.83\neq 2$

El comercio exterior engloba muchas características, para el desarrollo de la presente investigación se tomaron ciertos aspectos que fueron los de más relevancia para la debida toma de decisiones, teniendo así un promedio aproximado de 2, llegando a la conclusión de que para poder llegar a nuevos mercados es necesario saber normas, requisitos, condiciones, entre otros para ser aceptados en diferentes mercados.

5.15.4. ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 83. Impactos ambientales

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Utilización de fungicidas		X					
Maltrato de tierras			X				
Hectáreas de terreno desperdiciadas					X		
Contaminación ambiental			X				
TOTAL		-2	-2		1		
SUMATORIA					-3		

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

En donde se tiene 1(-2), 2(-1), 1(1)

$$-2-2+1= -3$$

Promedio = $-3/4= -0.75\neq -1$

Los impactos ambientales son bajos debido a que los productores no son agricultores que dañan sus tierras con fertilizantes, ellos utilizan productos orgánicos y sus tierras no son explotadas en tu totalidad, debido a que no poseen un conocimiento tecnificado de cultivo de fruto, es por eso que este impacto es provechoso para la puesta en marcha de la empresa.

5.15.5. ANÁLISIS DE IMPACTO CULTURAL

Tabla 84. Impacto cultural

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cultura de producción							X
Educación formal					X		
Atención al cliente					X		
Capacitaciones						X	
Capacidad de asociatividad						X	
TOTAL					2	4	3
SUMATORIA					9		

Fuente: Propia

Elaborado por: Rosero Tatiana

En donde se tiene 2(1), 2(2), 1(3)

$$2+4+3= 9$$

Promedio = $-9/5= 1.8 \neq 2$

Se determina la manera de pensar, sentir y actuar de la población afrochoteña de la Parroquia San Vicente de Pusir, con el objetivo de realizar alianzas con los agricultores para nuevas capacitaciones en temas referentes a la atención al cliente, capacidad de producción y con esto crear asociaciones para que el producto a ofrecer se expanda a mercados internacionales. Con los resultados obtenidos los impactos son medios positivos, es decir que al tomar en cuenta estos se obtendrían buenos beneficios para todos.

5.16. Conclusiones y recomendaciones

5.16.1. Conclusiones

Después de realizar la investigación pertinente del presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En el desarrollo de los aspectos técnicos se deduce que la Parroquia San Vicente de Pusir es el mejor lugar debido a que presta todas las

condiciones y requerimientos necesarios que se necesita para la creación de una empresa.

- De acuerdo al plan logístico se puede decir que al exportar nuevos productos a mercados internacionales se generan canales de distribuciones eficientes y eficaces con el fin de que lleguen en el tiempo más corto posible al consumidor final.
- Ejecutar estrategias de negociación con organizaciones existentes del Ecuador, con el objetivo de generar envíos internacionales frecuentes.
- Partiendo del estudio financiero se determinó que el proyecto es factible debido a que los resultados son satisfactorios como se observa en el TIR y el VAN, el cual demuestra que la recuperación de inversión se da en 4 años.
- Al término del proyecto de acuerdo al análisis de posibles impactos socioeconómico, de comercio exterior y cultural, se deduce que contribuyen al desarrollo del proyecto, debido a que determinan un impacto positivo con relación a los otros factores.

5.16.2. Recomendaciones

- Mejorar el método de cultivo en los productores de San Vicente de Pusir, para lograr un producto de calidad.
- Realizar alianzas con toda la parroquia en sí para aumentar la oferta exportable y de igual manera innovar el producto con valor agregado, iniciando por los mercados locales y posteriormente mercados internacionales.

- Incentivar a los productores a adquirir plantas productoras de mango por medio del endeudamiento a corto plazo sabiendo que ya se tiene un mercado meta al cual destinar el producto.

- Mejorar las alianzas con ministerios que ayuden a los pequeños y medianos productores a desarrollarse técnicamente en la producción de mango.

- El estudio técnico es realizado para cinco años, y es rentable pero en un bajo porcentaje pero si se lo realiza proyección a 10 años como máximo, la rentabilidad del proyecto sería satisfactoria.

CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA.

- Amaya, J. (2005). *Gerencia planeación y estrategia*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- BANCO MUNDIAL. (2015). *Banco mundial*. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ>
- Berumen, S. (2006). *Introducción a la Economía Internacional*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CAPEIPI. (12 de 07 de 2014). Obtenido de <http://www.google.com.ec/url?Sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0cccqfjab&url>
- Comercio, E. (2010). *Agromar*. Recuperado marzo 2015, de <http://www.elcomercio.com/tag/agromar>
- Compañías, S. I. (s.f.). *Requisitos Legales*. Recuperado de <http://consulmex.sre.gob.mx/sanfrancisco/index.php/servicios>
- COPCI. (2009). *Ministerio de Industrias y Productividad*
- Economías W.S. (2007). *economía W.S. Recuperado enero 2015, de <http://www.economía.w.s/oferta-i-demanda.php>*.
- Ecuador, P. (2007-2011). *Exportaciones de Ecuador*.
- Ecuador, P. (23 de 06 de 2015). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fca-franco-porteador/>
- Estadística, D.-D. A. (2015). *Índice de Precios al consumo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- EXOFRUT. (2015). *Exofrut*. Obtenido de <http://www.exofrut.com/>
- Ficha Técnica Colombia. (2013). 2. Obtenido de, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Ficha-Tecnica-Colombia-Nov-2013.pdf>
- *Fundamentos de Mercadotecnia*. (2011).

- García. (2012). Administración. México DF.: Pearson Educación.
- Georgia, U. D. (2011). Poder Adquisitivo. Administración. México DF.: Pearson Educación.
- *Gobierno de Canadá*. (17 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.canadainternational.gc.ca>, 2015
- IESS. (3 de JUNIO de 2013). *Emprendedor*. Obtenido de WWW. ELEMPRENDEDOR: <http://www.elemprendedor.ec/ingresar-a-un-empleado-al-seguro-social/>
- IESS. (2015). Obtenido de IESS: <http://www.iess.gob.ec/>
- Industrial, D. N. (s.f.). Registro de la marca. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?Id=rvtvgz4qb0yc&pg=PA213&lpg=PA213&dq=Industrial,+D.+N.+\(s.f.\).+Registro+de+la+marca](https://books.google.com.ec/books?Id=rvtvgz4qb0yc&pg=PA213&lpg=PA213&dq=Industrial,+D.+N.+(s.f.).+Registro+de+la+marca).
- Lerma, A. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Mexico: Cengage Learning Editores, S. A. De C. V.,.
- Lara, J. S. (2001). *Historia de la iglesia catolica en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.
- Lerma, A. &. (2010). *Comercio y marketing internacional* (Cuarta ed.). México D.F: Cengage Learning Editores.
- *Mango Ecuador Foundation*. (s.f.). Recuperado el 05 de 03 de 2015, de <http://www.mangoecuador.org/index.php>
- Michael, H. B. (2006). Administración. México DF.: Pearson Educación.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2012). Comercio e Integración. 55.
- Noticiasmontreal. (2013). Obtenido de <http://noticiasmontreal.com/79960/promedio-de-la-inflacion-en-canada-en-2012-fue-de-15-el-mas-bajo-desde-2009/>
- Osorio,L. (2013). *Balanza Comercial*. Obtenido de http://www.ute.edu.ec/economia_negocios/revista-vol-4.pdf
- Pérez, J. (2010). Gestión por procesos. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Philip Kotler. (1999). En *El Marketing según Kotler: Cómo crear, ganar y dominar los mercados* (pág. 59). Barcelona: Paidós Ibérica S.A.

- PROECUADOR. (2011). Ficha Comercial de Canadá. Pág. Pág 16. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2011/05/PRO-EC-FC2011-Canadà.pdf>
- Proecuador. (2011). Guía Comercial de España. 21. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/proec-gc2011-España.pdf>
- Proecuador. (2013). Ficha Comercial de Estados Unidos. 20. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_Estados_Unidos.pdf
- Proexport. (2013). Bebidas preparadas. *Períodico de las Oportunidades*, 11. Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/periodico_oportunidades-cuarta_edicion.pdf
- Ramirez, A. (2005). *Pontificia Universidad Javeriana de Colombia*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/albertoramirezmetodologiadelainvestigacioncientifica.pdf>
- Ricardo, M. M. (2013). *Manual Práctico de Comercio Exterior*. Madrid: Fundación confemetal.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano Folleto Informativo I, (1er Ed), Quito, Ediecuatorial.
- Ugarriza, S., (2009) *Terminología Comercial Agropecuaria*, (1ra Ed), Salta, p 325, editorial Universidad Católica de Salta

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista



Objetivo: *determinar las posibles oportunidades de mercado internacional para la comercialización de pulpa de mango desde la provincia del Carchi-San Vicente de Pusir*“.

Datos generales

Parroquia: San Vicente de Pusir

Presidente de la Parroquia: Señor Julio Cosme

1. Cuáles son las especies de mango que se cultivan en la zona y cuáles son las extensiones aproximadas del cultivo?

Especies de Mango	Extensiones aproximadas
Tommy Atkins	100HC
Haden	20HC
Kent	20HC
Keit	10HC

2. Tiempos de cosecha:

Mensual	
Trimestral	X
Semestral	

3. Especifique un aproximado de producción en temporadas de cosecha

Mensual	25TN
Trimestral	75TN
Semestral	50TN

4. De las producciones que menciona, como destinan las mismas

Local	X
Regional	X
Nacional	

5. Sus productos contienen:

Pesticidas	
Productos orgánicos	X

6. Si contiene alguno de estos elementos orgánicos, que porcentaje contiene el fruto?

Los productos son en un 90% orgánico debido a que las tierras son fértiles y su agua contiene vitaminas y minerales debido a que son vertientes de agua que vienen de la Reserva Ecológica del Ángel.

Preguntas relacionadas a la especialidad

1. ¿El costo de producción de la fruta desde la siembra hasta la venta es compensada con la venta del mismo?, cual es el valor aproximado de la ganancia de la fruta por kilo/cosecha.

La venta del producto se la realiza en costalillos, al parecer el precio que nosotros vendemos es sumamente barato pese a que si se recupera lo invertido pero no tenemos un asesor que nos ayude a estimar nuestros precios de cosecha y estimar porcentajes de utilidad en cada cosecha del fruto. Si tomamos en cuenta que por cada 3 mangos es un kilo, se estaría hablando que por cada kilo la utilidad es de 0.5 ctvs., en mango.

2. En el tiempo de cosecha, que producción obtiene por cada árbol. (kilos)

Por cada árbol la planta nos vota 50 mangos estaríamos hablando de 16.66 kilos aproximadamente.

3. Considera buscar otros mercados para su producto tomando en cuenta la calidad del mismo.

Los agricultores de mi Parroquia necesitamos buscar otros mercados y realizar alianzas con instituciones del gobierno, para que nos ayuden con capacitaciones en el manejo y cultivo de nuestros productos, en las post cosechas, en realizar estimaciones de costos y gastos, porque la comunidad no es tomada en cuenta en estos eventos que realiza el gobierno.

También necesitamos vender nuestro producto con valor agregado no solo como materia prima, sino como un producto terminado capas de aumentar la rentabilidad de los agricultores y mejorar la calidad de vida.

4. Si existiera un mercado nacional/internacional para introducir su producto como quisiera que este sea

Procesado	x
Natural	

5. ¿En caso de presentar las condiciones adecuadas de exportar su producto, cuál sería la producción mensual fija?

En el caso de que nuestro producto sea aceptado internacionalmente cumpliendo con los requerimientos necesarios nos comprometeríamos como parroquia a la producción mensual fija del 50% más, estaríamos hablando de 75TN mensualmente.

6. La organización posee registros y requisitos de funcionamiento. (Ruc, Agro calidad, etc.).

Si tiene registro sanitario más no posee permisos de funcionamiento debido a que es una parroquia independiente, pero en caso de exportar el producto tomaríamos en cuenta esto para cumplir con todos los requisitos legales de funcionamiento.

7. ¿Cómo productores considerarían realizar alianzas con otras empresas para un fin común?

SI	x
NO	

8. ¿Considera que la organización estaría en capacidad de completar procesos (sacar un producto terminado) partiendo del endeudamiento, sabiendo que ya poseen un mercado fijo para sus productos?

Al saber y analizar que tenemos un mercado objetivo meta, recurriríamos al endeudamiento, sabiendo que nuestro producto se expandiría y tomaría mayor fuerza a nivel local e internacional, y motivaría a los productores a promover más y a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

9. Para actividades de procesamiento de productos y comercialización se considera tener documentos al día, Sri, permiso de funcionamiento, agro calidad, permiso sanitario, de existir nuevos mercados los aprovecharían.

La Parroquia estaría en toda disposición para hacer lo que fuere necesario para que crezca local e internacionalmente, los productores de mango aprovecharían la oportunidad necesaria para acrecentar sus producciones.

10. Han considerado tener socios estratégicos (Mipro, mies, SEPS, cadenas comerciales, o un nexo entre ellas)

Si las condiciones de producción mejoran, estaríamos en la plena confianza de que los requerimientos que sean necesarios los agricultores cumpliríamos a

cabalidad con fin de que la parroquia se haga presente con nuevos productos de mejor calidad.

Anexo 2. Depreciaciones y amortizaciones

Las depreciaciones son los registros de distribución del valor de un bien inmueble o equipo de larga duración en varios periodos valederos a los años de vida útil.

Depreciación de Maquinaria			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			6800
1	680	0,10	6120
2	680	0,10	5440
3	680	0,10	4760
4	680	0,10	4080
5	680	0,10	3400
6	680	0,10	2720
7	680	0,10	2040
8	680	0,10	1360
9	680	0,10	680
10	680	0,10	0

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1326
1	133	0,10	1193
2	133	0,10	1061
3	133	0,10	928
4	133	0,10	796
5	133	0,10	663
6	133	0,10	530
7	133	0,10	398
8	133	0,10	265
9	133	0,10	133
10	133	0,10	0

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			750
1	250	0,33	500
2	250	0,33	250
3	250	0,33	0

Depreciación Edificios-Construcciones			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			20000
1	1000	0,05	19000
2	1000	0,05	18000
3	1000	0,05	17000
4	1000	0,05	16000
5	1000	0,05	15000
6	1000	0,05	14000
7	1000	0,05	13000
8	1000	0,05	12000
9	1000	0,05	11000
10	1000	0,05	10000
11	1000	0,05	9000
12	1000	0,05	8000
13	1000	0,05	7000
14	1000	0,05	6000
15	1000	0,05	5000
16	1000	0,05	4000
17	1000	0,05	3000
18	1000	0,05	2000
19	1000	0,05	1000
20	1000	0,05	0

Amortización Gastos de Constitución			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2100
1	420	0,20	1680
2	420	0,20	1260
3	420	0,20	840
4	420	0,20	420
5	420	0,20	0

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tatiana Rosero

Anexo 3. Calculos Rol de Pago

Hace referencia a cada uno de los sueldos básicos unificados de los trabajadores con sus respectivos beneficios de ley.

Año	S.B.U.	Crecimiento
2006	160	
2007	170	0,063
2008	200	0,176
2009	218	0,090
2015	354	0,624
2016	371,7	0,050
2017	389,4	0,048
2018	407,1	0,045
2019	424,8	0,043
Promedio		0,142

Base 10º cuarto	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Base Cálculo IESS	
	389,4	407	465	531	607	693	9,35%	12,15%

Año 2014	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.000	1.000	12.000	389	1.000	500	0	1.122	1.458	15.347
Jefe de planta	1	800	800	9.600	389	800	400	0	898	1.166	12.356
Secretaria/ contadora	1	700	700	8.400	389	700	350	0	785	1.021	10.860
PRODUCCIÓN	3	2.500	2.500	30.000	1.168	2.500	1.250	0	2.805	3.645	38.563
Operarios	2	500	1.000	12.000	779	1.000	500	0	1.122	1.458	15.737
Despachador/ Chofer	1	500	500	6.000	389	500	250	0	561	729	7.868
Total	6	1.000	1.500	18.000	1.168	1.500	750	0	1.683	2.187	62.168

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.142	1.142	13.709	407	1.142	571	1.142	1.282	1.666	18.638
Jefe de planta	1	914	914	10.967	407	914	457	914	1.025	1.333	14.992
Secretaria/ contadora	1	800	800	9.596	407	800	400	800	897	1.166	13.169
PRODUCCIÓN	3	2.856	2.856	34.273	1.221	2.856	1.428	2.856	3.204	4.164	46.798
Operarios	2	571	1.142	13.709	814	1.142	571	1.142	1.282	1.666	19.045
Despachador/ Chofer	1	571	571	6.855	407	571	286	571	641	833	9.522
Total	6	1.142	1.714	20.564	1.221	1.714	857	1.714	1.923	2.498	75.366

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.305	1.305	15.662	465	1.305	653	1.305	1.464	1.903	21.292
Jefe de planta	1	1.044	1.044	12.529	465	1.044	522	1.044	1.171	1.522	17.127
Secretaria/ contadora	1	914	914	10.963	465	914	457	914	1.025	1.332	15.044
PRODUCCIÓN	3	3.263	3.263	39.154	1.395	3.263	1.631	3.263	3.661	4.757	53.463
Operarios	2	653	1.305	15.662	930	1.305	653	1.305	1.464	1.903	21.757
Despachador/ Chofer	1	653	653	7.831	465	653	326	653	732	951	10.879
Total	6	2.349	3.002	36.022	1.860	3.002	1.501	3.002	3.368	4.377	49.763

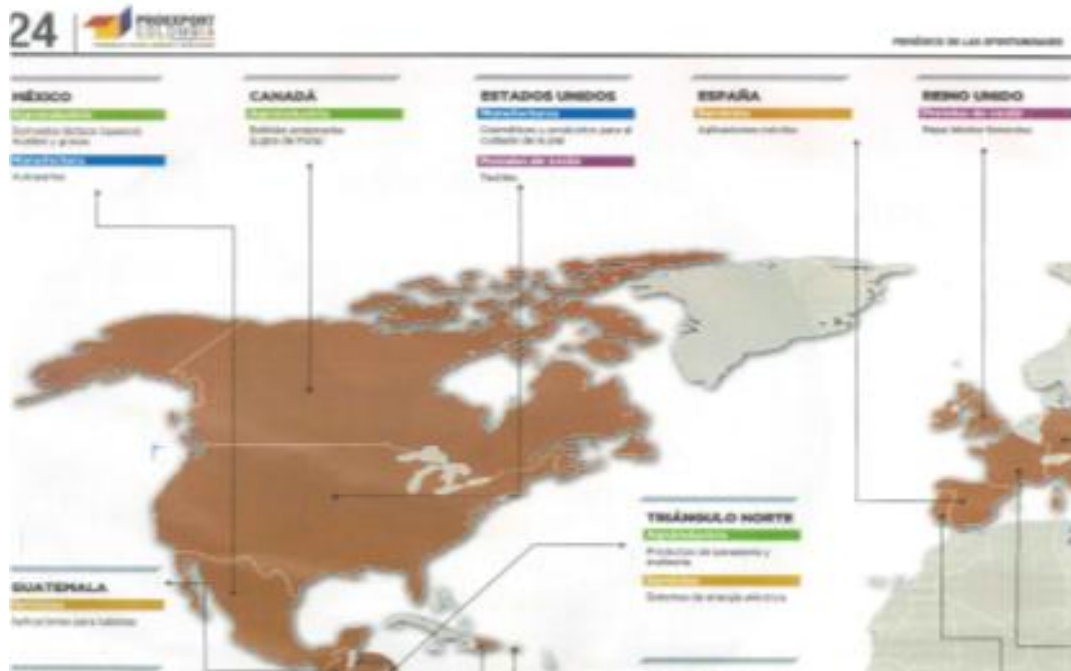
Año 2017	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.491	1.491	17.892	531	1.491	746	1.491	1.673	2.174	24.325
Jefe de planta	1	1.193	1.193	14.314	531	1.193	596	1.193	1.338	1.739	19.566
Secretaria/ contadora	1	1.044	1.044	12.524	531	1.044	522	1.044	1.171	1.522	17.187
PRODUCCIÓN	3	3.728	3.728	44.730	1.594	3.728	1.864	3.728	4.182	5.435	61.078
Operarios	2	746	1.491	17.892	1.063	1.491	746	1.491	1.673	2.174	24.856
Despachador/ Chofer	1	746	746	8.946	531	746	373	746	836	1.087	12.428
Total	6	1.491	2.237	26.838	1.594	2.237	1.118	2.237	2.509	3.261	37.284

Año 2018	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.703	1.703	20.440	607	1.703	852	1.703	1.911	2.483	27.789
Jefe de planta	1	1.363	1.363	16.352	607	1.363	681	1.363	1.529	1.987	22.353
Secretaria/ contadora	1	1.192	1.192	14.308	607	1.192	596	1.192	1.338	1.738	19.635
PRODUCCIÓN	3	4.258	4.258	51.101	1.821	4.258	2.129	4.258	4.778	6.209	69.776
Operarios	2	852	1.703	20.440	1.214	1.703	852	1.703	1.911	2.483	28.396
Despachador/ Chofer	1	852	852	10.220	607	852	426	852	956	1.242	14.198
Total	6	1.703	2.555	30.660	1.821	2.555	1.278	2.555	2.867	3.725	42.594

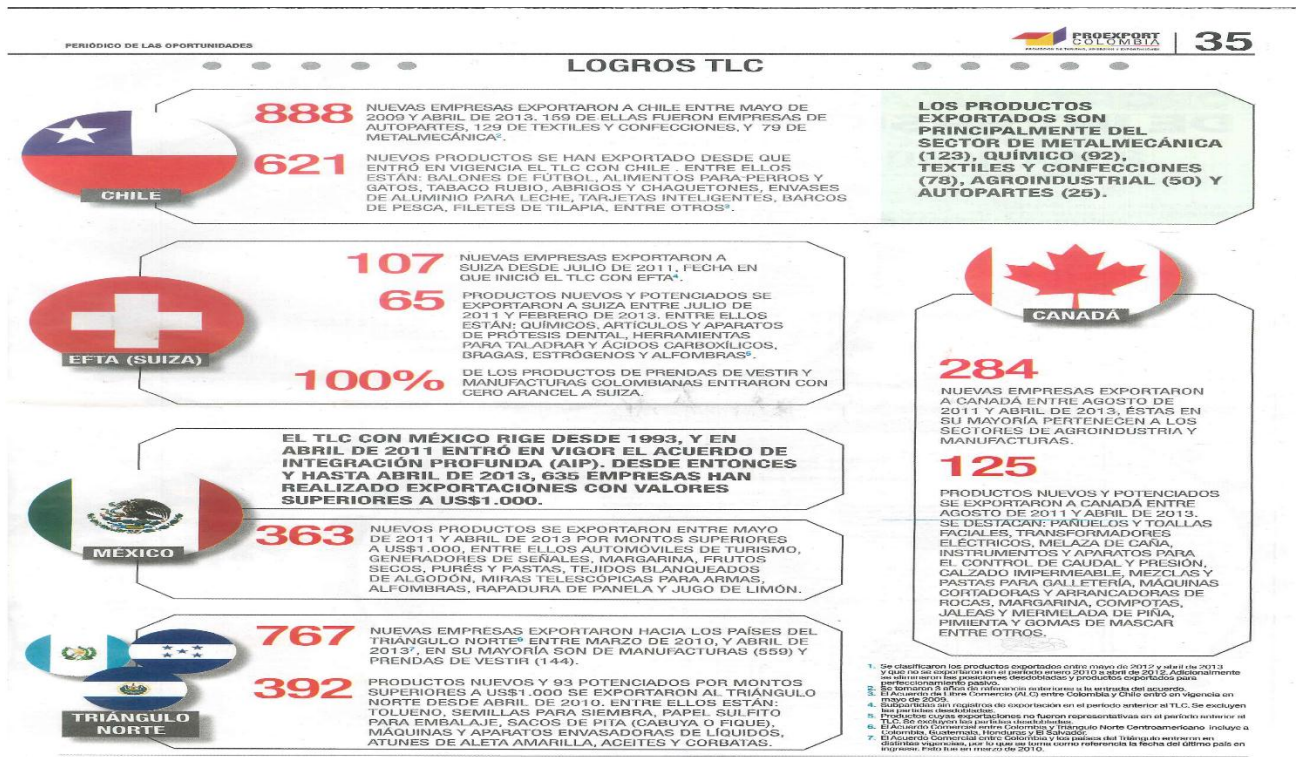
Año 2019	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	1.946	1.946	23.351	693	1.946	973	1.946	2.183	2.837	31.747
Jefe de planta	1	1.557	1.557	18.681	693	1.557	778	1.557	1.747	2.270	25.536
Secretaria/ contadora	1	1.362	1.362	16.346	693	1.362	681	1.362	1.528	1.986	22.431
PRODUCCIÓN	3	4.865	4.865	58.379	2.080	4.865	2.432	4.865	5.458	7.093	79.714
Operarios	2	973	1.946	23.351	1.387	1.946	973	1.946	2.183	2.837	32.440
Despachador/ Chofer	1	973	973	11.676	693	973	486	973	1.092	1.419	16.220
Total	6	1.946	2.919	35.027	2.080	2.919	1.459	2.919	3.275	4.256	48.661

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Tatiana Rosero

Anexo 4. Consumo de Pulpa de frutas en Canadá



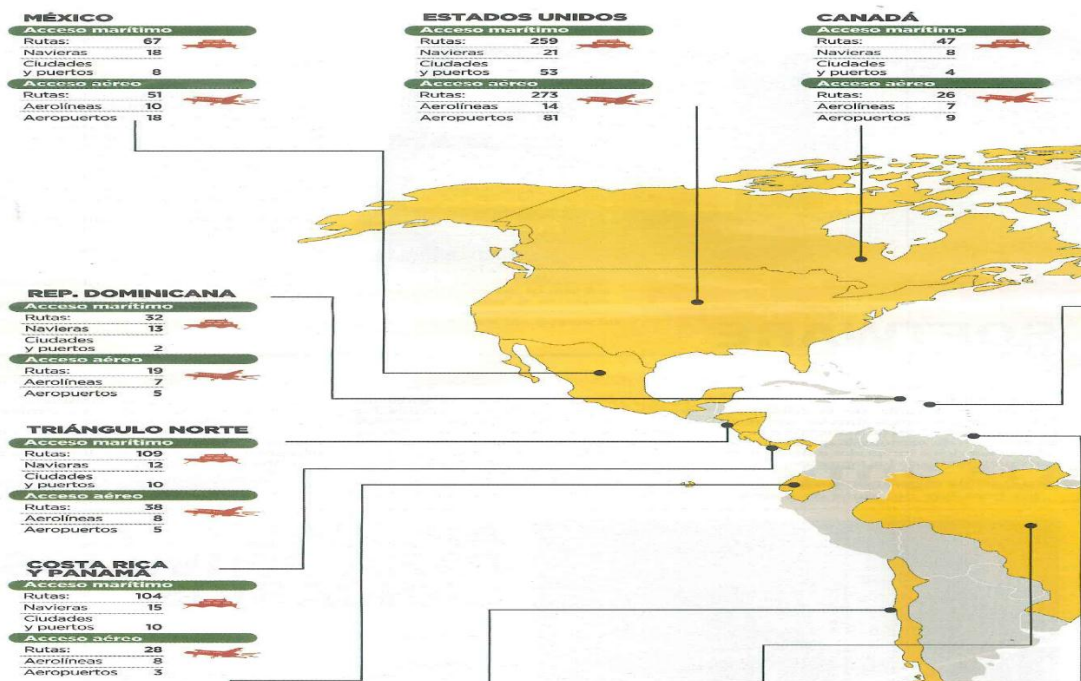
Anexo 5. Nuevas empresas que exportan a Canadá



Anexo 6. Consumo canadiense de pulpa de fruta



Anexo 7. Infraestructura logística desarrollada de Canadá



Anexo 8. Áreas de cultivo de la Parroquia San Vicente de Pusir



Anexo 9. Productores de mango- finca "Don Llore"



Anexo 10. Practica despulpado de mango laboratorios UPEC





“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

Carmen Tatiana Rosero García



“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional- (ECEYNCI), Universidad Politécnica Estatal el Carchi (UPEC).

Carmen Tatiana Rosero García, Ingeniera de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía empresarial de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Cursos realizados: Seminario Internacional Fronterizo Colombo- Ecuatoriano realizado en Nariño en la Escuela de Administración Pública- ESAP. Seminary workshop: “International Certification of the English Proficiency Language: Academic level vs Communicative level organizado por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Seminario taller de Misión Académica de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi- Ecuador a la Universidad del Valle Cali – Colombia realizado por la Universidad del Valle Cali- Colombia, Participación en Gira técnica de Observación y Práctica Académica organizada por la Universidad de Panamá país Panamá. Participación en Congreso Nacional de la Nueva Política Jóvenes y participación realizado por Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Prácticas profesionales en empresa de Transporte de Carga Pesada “Ciategi Cía. Ltda.”, actualmente me encuentro desarrollando actividades de voluntariado en la ASE (Asociación de Scout del Ecuador).

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

(Entregado 03//07/2015) – Revisado 03/07/2015)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi - UPEC– Ecuador

rosero.tatiana@gmail.com

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la demanda existente de pulpa de mango en tres países de estudio: España, Estados Unidos, Canadá y la comercialización generada en la Provincia del Carchi, Cantón Bolívar, Parroquia San Vicente de Pusir, teniendo como base que esta parroquia se dedica al cultivo de varios productos como hortalizas, verduras, frutos; entre estos se tiene el mango, que es un producto cíclico o temporal.

Para el desarrollo de la investigación se toma principalmente como base los objetivos que son los que permiten conocer qué país tiene mejor estabilidad económica y mayor poder adquisitivo de pulpa de mango, para realizar una negociación internacional favorable para las partes participantes.

De igual manera se necesitó datos secundarios que ayudaron a la sustentación del proyecto mediante los antecedentes y la fundamentación legal del país de destino, también interviene la utilización de teorías que permiten la recolección de información correcta para determinar la viabilidad o no de la investigación.

Con la intervención de metodologías de estudio en la investigación permitieron la determinación de factores que están relacionados a la oferta y la demanda del producto, también interviene el estudio de mercado el mismo que mide la viabilidad del proyecto y a la vez contribuye a las estrategias a tomar en cuenta para la comercialización del producto en el mercado internacional.

Con la información obtenida de datos reales, investigaciones actuales e investigaciones de campo, se pudo identificar de manera clara la factibilidad de exportación del producto (pulpa de mango), al mercado canadiense, tomando como base el análisis del estudio de

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

mercado, el mismo que establece el tamaño del proyecto, de igual manera la localización la

ingeniería aplicada del proyecto, que está focalizado en la parroquia de San Vicente de Pusir en conjunto con los agricultores de esta población.

De la misma manera mediante el plan logístico y estados financieros se llega a deducir las inversiones totales de la investigación y a partir de esto el tiempo de recuperación de la misma, contribuyendo al análisis minuciosos de la factibilidad de la realización del proyecto que fue valorado en base a los estudios realizados en cada una de las etapas del mismo, por medio de indicadores financieros como el TIR y el VAN, que demuestran la rentabilidad económica que se obtiene a partir de las exportaciones realizadas en el transcurso del año para el mercado de Canadá- Quebec, contribuyendo a la estabilidad económica de los agricultores de la comunidad y de igual manera a la economía del país, generando exportaciones de productos no tradicionales.

Palabras Claves: *Pulpa, Importación. Exportación, Comercialización, factores legales.*

Abstract

This research project aims to determine existing demand for mango pulp in three countries of study: Spain, The USA, Canada and generated marketing in Carchi province, Bolívar Canton, Parish San Vicente of Pusir, on the basis that this parish is dedicated to the cultivation of various products such as vegetables and fruits; among these there is mango, which is a cyclic or temporary product.

The development of the research is mainly taken on the objectives which are those that reveal which country has better economic stability and increased purchasing power of mango pulp to make a favorable international trading for participating parties.

Similarly secondary data helped to lift the project through the background and the legal basis of the country of destination was needed, also it involved the use of theories that

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

allowed the collection of accurate information to determine the viability of the investigation.

With the intervention of research methodologies which allowed determining factors related to supply and demand for the product, is also involved the market study the same which measures the viability of the project and also contributes on strategies to take into account for the marketing of the product in the international market.

With the information gathered from real data, ongoing research and field investigations, could clearly identify the feasibility of exporting the product (Mango Pulp), the Canadian market, based upon the analysis of market research, the same as sets the size of the project, just as the location and applied engineering project, which is focused on the parish of San Vicente de Pusir together with farmers in this population.

In the same way using the logistics plan and financial statements we get to deduct the total investment of research and from this recovery time of it, contributing to the meticulous analysis of the feasibility of the project which was valued based on the studies in each of its stages, by means of financial indicators such as IRR and NPV, which demonstrate the economic profitability obtained from exports in the year for the market of Canada- Quebec by contributing to the economic stability of farmers in the community and the same way to the national economy, generating exports of non-traditional products.

Keywords: *Pulp, Import. Export, marketing, legal factors.*

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

1. Introducción

El presente proyecto tiene como finalidad el promover la producción de mango en la Provincia del Carchi, específicamente en el Cantón Bolívar- Parroquia de San Vicente de Pusir, con el objetivo de que dichos productores hagan de su producción, nuevas ideas de mercado como productos de buena calidad, con el fin de competir con otros mercados nacionales como internacionales.

Para el desarrollo de la investigación se ha realizado un marco metodológico y legal que sustenta la misma, como resultado del estudio que se realizó se determina que los productores de mango de la Parroquia de San Vicente de Pusir, no tienen los conocimientos necesarios de vender y a la vez exportar su producto con valor agregado, no poseen bases de estrategias de comercialización, por ende su producción es medianamente alta.

2. Técnicas y métodos

Una de las técnicas utilizadas en la presente investigación es la Entrevista que se realizó al

Sr. Julio Cosme Presidente de la Parroquia de San Vicente de Pusir el mismo que colaboró con la información requerida para el desarrollo del proyecto.

De la misma manera se utilizó la investigación aplicada, que consiste en recopilar información del objeto de estudio para la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi permitiéndome realizar un enfoque por medio de información primaria se puede constatar el aprovechamiento de tierras fértiles y productivas como lo tiene la Parroquia de San Vicente de Pusir, brindando frutos de mejor calidad.

La investigación exploratoria permitió mitigar el lugar de los hechos conociendo su situación actual, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción, población, procesos de comercialización de mango como materia prima y su situación actual si es que lo hubiere como producto innovador.

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

Al aplicar también el método analítico permitió determinar las posibles oportunidades de negociación con el mercado de Quebec, mediante la producción obtenida en la parroquia trimestralmente.

Y partiendo de resultados obtenidos anteriormente se aduce que el proyecto no puede contemplar toda la demanda insatisfecha debido a que la producción es muy poca.

3. Resultados y discusión

Como resultados obtenemos los siguientes:

Tabla 1. Oferta Exportable al año

	60% de oferta disponible TN	Kilogramos ofertados	Gramos ofertados	Fundas 500gr
	120	120000	120000000	240000
Pulpa	48	48000	48000000	96000
Desperdicios	72	72000	72000000	

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

En donde se está hablando de una producción anual de 300TN, de las cuales los productores de San Vicente de Pusir proveerán el 40% de su producción debido a que el 60% está destinado al consumo local, entonces para la realización de la pulpa de mango se utilizará 120TN anuales, de las cuales 48 toneladas equivale a pulpa fresca y pura y el 72 toneladas de desperdicios entre cáscara, y pepas del fruto. Los mismos que serán vendidos a empresas dedicadas a la producción de abonos orgánicos, con el objetivo de contribuir al medio ambiente al no botar estos desperdicios a la basura, aplicando la reutilización de los mismos.

Mientras tanto la demanda insatisfecha de los consumidores de Quebec, es la siguiente:

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

Tabla 2. Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha anual TN	Provee Ecuador anual TN	Provee Ecuador Octubre- Enero (TN)	Cubriendo Ecuador mensualmente (Octubre- Enero)
1228	48	12	3.9%

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

Al hablar de fundas de polipropileno de 500gr como lo exige el mercado Canadiense se estimaría los siguientes datos establecidos.

Tabla 3. Pulpa Exportable

Años	Toneladas	Kilos	Gramos	Fundas de 500gr
Año 2015	48	48000	48000000	96000
Año 2016	50	50400	50400000	100800
Año 2017	53	52920	52920000	105840
Año 2018	56	55566	55566000	111132
Año 2019	58	58344	58344300	116689

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

Sin embargo, la tabla anterior muestra la oferta exportable anualmente, pero también se realizó los cálculos respectivos a la pulpa de mango exportable en los meses de cosecha o de mayor producción.

Tabla 4. Fundas de 500 gr.

	Fundas de 500gr anuales	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Año 2015	96000	24000	24000	24000	24000
Proyección 2016	100800	25200	25200	25200	25200
Proyección 2017	105840	26460	26460	26460	26460
Proyección 2018	111132	27783	27783	27783	27783
Proyección 2019	116689	29172	29172	29172	29172

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

De esta manera se aduce que, la empresa “RG FRUITS”, cubre aproximadamente lo siguiente:

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

Tatiana Rosero (Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador)

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

Tabla 5. Demanda cubierta anualmente

AÑO	DI	OX	DC
2016	1228	48	3,90%
2017	1167	50	4,31%
2018	1108	53	4,77%
2019	1053	56	5,27%
2020	1000	58	5,83%

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

Se establece flujos de efectivos Neto, con el fin de demostrar la utilidad neta del producto en nueve años aproximadamente.

Tabla 6. Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		10.772	12.478	14.175	15.660	16.449
+ Depreciaciones		1.063	1.063	1.063	813	813
+ Amortizaciones		420	420	420	420	420
Liquidación del Proyecto						19.063
Recuperación Capital de Operación						9.217
Total Entradas	0	12.255	13.961	15.657	16.893	45.962
Salidas de Efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	40.193					
Amortización de la Deuda		7.161	8.005	8.950	0	0
Reposición de Activos						
Total Salidas	40.193	7.161	8.005	8.950	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-40.193	5.094	5.956	6.708	16.893	45.962

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

Mediante los flujos realizados se obtiene el siguiente TIR y VAN, según los resultados obtenidos tenemos un VAN positivo, pero la TIR es de 17.17%, valor que no es factible para la puesta en marcha del proyecto, y el periodo de recuperación es aproximadamente de

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

5 años, tiempo que será recuperado lo invertido y de tal manera posterior se obtendrán las utilidades pertinentes del proyecto.

Tabla 7. TIR VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 40.193,30		
1	5.093,92	0,9089	4.629,99
2	5.955,58	0,8261	4.920,18
3	6.707,85	0,7509	5.036,96
4	16.892,58	0,6825	11.529,47
5	45.961,50	0,6204	28.512,55
		SFE	54.629,15
		- I.I.	40.193,30
		VAN	14.435,84
		TIR	17.17%
		PR	3,91
		C/B	1,36
CCP	10,02%		
TIR	17.17%		
VAN	14.436		

Fuente: Proyección producciones

Elaborado por: Rosero Tatiana

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

4. Conclusiones

- En el desarrollo de los aspectos técnicos se deduce que la Parroquia San Vicente de Pusir es el mejor lugar debido a que presta todas las condiciones y requerimientos necesarios que se necesita para la creación de una empresa.
- De acuerdo al plan logístico se puede decir que al exportar nuevos productos a mercados internacionales se generan canales de distribuciones eficientes y eficaces con el fin de que lleguen en el tiempo más corto posible al consumidor final.
- Ejecutar estrategias de negociación con organizaciones existentes del Ecuador, con el objetivo de generar envíos internacionales frecuentes.
- Partiendo del estudio financiero se determinó que el proyecto es factible debido a que los resultados son satisfactorios como se observa en el TIR y el VAN, el cual demuestra que la recuperación de inversión se da en 4 años.
- Al término del proyecto de acuerdo al análisis de posibles impactos socioeconómico, de comercio exterior y cultural, se deduce que contribuyen al desarrollo del proyecto, debido a que determinan un impacto positivo con relación a los otros factores.

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

5. Recomendaciones

- Mejorar el método de cultivo en los productores de San Vicente de Pusir, para lograr un producto de calidad.
- Realizar alianzas con toda la parroquia en sí para aumentar la oferta exportable y de igual manera innovar el producto con valor agregado, iniciando por los mercados locales y posteriormente mercados internacionales.
- Incentivar a los productores a adquirir plantas productoras de mango por medio del endeudamiento a corto plazo sabiendo que ya se tiene un mercado meta al cual destinar el producto.
- Mejorar las alianzas con ministerios que ayuden a los pequeños y medianos productores a desarrollarse técnicamente en la producción de mango.
- El estudio técnico es realizado para cinco años, y es rentable pero en un bajo porcentaje pero si se lo realiza proyección a 10 años como máximo, la rentabilidad del proyecto sería satisfactoria.

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

6. Referencias bibliográficas:

Bibliografía

- COPCI. (2009). Ministerio de Industrias y Productividad
- Economías W.S. (2007). *economía W.S. Recuperado enero 2015, de <http://www.economía.w.s/oferta-i-demanda.php>.*
- Ecuador, P. (2007-2011). Exportaciones de Ecuador.
- Ecuador, P. (23 de 06 de 2015). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fca-franco-porteador/>
- Estadística, D.-D. A. (2015). Índice de Precios al consumo. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- EXOFRUT. (2015). *Exofrut*. Obtenido de <http://www.exofrut.com/>
- Lerma, A. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Mexico: Cengage Learning Editores, S. A. De C. V.,.
- Lara, J. S. (2001). *Historia de la iglesia catolica en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.
- Lerma, A. &. (2010). *Comercio y marketing internacional* (Cuarta ed.). México D.F: Cengage Learning Editores.
- Proecuador. (2011). Guía Comercial de España. 21. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROEC-GC2011-ESPANA.pdf>
- PROECUADOR. (2013). Ficha Comercial de Estados Unidos. 20. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_Estados_Unidos.pdf
- Proexport. (2013). Bebidas preparadas. *Períodico de las Oportunidades*, 11. Recuperado.

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mango desde la Provincia del Carchi- San Vicente de Pusir“

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“

- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano Folleto Informativo I, (1er Ed), Quito, Ediecuatorial.
- Ugarriza, S., (2009) Terminología Comercial Agropecuaria, (1ra Ed), Salta, p 325, editorial Universidad Católica de Salta
- Statistical office of the european communities, international monetary fund (2006) *Consumer Price Index Manual: Theory and Practice*, 1ra Edición: Estados Unidos.

“OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- SAN VICENTE DE PUSIR“



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. 018-2-AS-CEYNI/2014

A los veinte y siete del mes de febrero de 2014, siendo las 17h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: MSc. Julio López, PRESIDENTE; Ing. Jonathan Mora, VOCAL y MSc. Milena Gutiérrez SECRETARIA para sustentar el Proyecto de Grado titulado: “OPORTUNIDADES DE MERCADO EN CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANGO DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI-SAN VICENTE DE PUSIR” 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 ROSERO GARCÍA CARMEN TATIANA del IX nivel “B” Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante ROSERO GARCÍA CARMEN TATIANA APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:


1. Exposición del Proyecto de Grado 3,00.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 3,33.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo0,67.....

Obteniendo como nota final 7,00 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que la estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:
 Enfocar el estudio analizando tres mercados internacionales incluido Colombia
 Revisar el planteamiento del problema en función de causas y efectos
 Revisar los objetivos y las variables en función del mercado internacional

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”


Msc. Julio López
PRESIDENTE


Msc. Milena Gutiérrez
SECRETARIA


Ing. Jonathan Mora
VOCAL

