



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO

EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

Mención en Negociaciones Internacionales

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA

PULPA NATURAL DE TOMATE DE ÁRBOL DE LA

PROCESADORA AGROINDUSTRIAL “MIS FRUTALES” S.A. DE

LA PARROQUIA SAN LUÍS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA DE LA

PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO DE

BELJING – CHINA

CRISTINA ALEXANDRA QUINTANILLA ARMIJOS

Riobamba - Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL:

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA:

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor

Cristina Alexandra Quintanilla Armijos

DEDICATORIA

Este trabajo lo he dedicado a:

MIS PADRES, por su profundo amor, el cual ha sido su gran motor de sacrificio y abnegación, que ha sido lo que ha impulsado mis deseos de superación y dedicación para poder culminar mi carrera y convertirme en una profesional.

LA ESPOCH, quien me recogió en su seno para ser una pupila más de su grande y extensa formación de personas deseosas de conocimiento y progreso.

MIS HERMANOS, por el amor y la comprensión que me brindan respetando siempre mi alejamiento del hogar; pero siempre apoyándome a la distancia, incentivando cada día mis deseos de superación.

MI FAMILIA, mis abuelitos, tíos y primos porque siempre han sido un soporte durante todo este tiempo de estudios, porque su cariño, sus consejos e incluso sus regaños me han servido no solo para culminar mi carrera profesional; sino también para ser mejor ser humano.

MI TUTOR, porque con su paciencia y sus consejos he podido culminar este trabajo, que espero sea utilizado para el fin que fue creado en bienestar del progreso de nuestra ciudad, provincia y país.

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su Agradecimiento:

A DIOS, porque gracias a su poder divino me ha brindado la oportunidad de formar parte de esta maravillosa experiencia de ser parte de esta importante institución educativa de la provincia y del país.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, por intermedio de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera en Comercio Exterior; que gracias al personal docente con el que cuenta he podido recibir una educación de calidad, y que los conocimientos asimilados me han ayudado a crecer académicamente y personalmente.

A los catedráticos y amigos Ingeniero PATRICIO MOYANO e Ingeniero NORBERTO MORALES, quienes con sus conocimientos y verdadera vocación de docentes académicos me han guiado y apoyado en el desarrollo de esta investigación para alcanzar mi meta anhelada.

A la PROCESADORA AGROINDUSTRIAL MIS FRUTALES S. A. de la parroquia San Luís, de la ciudad de Riobamba, de la provincia de Chimborazo, la que me ha brindado todas las facilidades necesarias para la recopilación de la información y datos que fueron posibles para la culminación de este proyecto, con el cual cierro una etapa fundamental en mi vida.

EL AUTOR

ÍNDICE GENERAL

Certificación de Tribunal	I
Certificación de autoría	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Índice general	V
Índice de cuadros	XI
Índice de tablas	XI
Índice de figuras	XI
Índice de gráficos	XII
Índice de anexos	XII
Introducción	XIII

CAPÍTULO I

1	Generalidades	
1.1.	Tema	1
1.2.	Reseña histórica	1
1.2.1	Contexto organizacional de Mis Frutales	2
1.3.	Nivel jerárquico	2
1.3.1.	Organigrama estructural	3
1.3.2.	Organigrama funcional	4
1.4.	Misión	4
1.5.	Visión	5
1.6.	Objetivos	5
1.6.1.	Objetivos a corto plazo	5
1.6.2	Objetivos a mediano plazo	5
1.6.3	Objetivo a largo plazo	5
1.7.	Ubicación	6
1.8.	Proceso de elaboración de la pulpa natural de tomate árbol	7

CAPÍTULO II

2.	Diagnóstico empresarial	9
2.1.	Análisis situacional	9
2.1.1.	Competencias y tratados comerciales	9
2.1.1.1	Competencias	9
2.1.1.2	Tratados Comerciales	12
2.1.2.	Estudio de mercado	13
2.1.2.1.	Importancia de las relaciones comerciales con China	13
2.1.2.2.	Proyección de las relaciones comerciales bilaterales	13
2.1.2.3.	Maneras de llevar las relaciones comerciales con China	15
2.1.2.4.	Interés del mercado Chino – Beijing por el comercio de frutas	16
2.1.2.6.	Competitividad de la Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales S.A.”	17
2.1.3.	Requisitos para la exportación de la pulpa natural de tomate de árbol	19
2.1.3.1.	Factura comercial	19
2.1.3.2.	Otros trámites	20
2.1.3.3.	Exportaciones vía aérea	21
2.1.3.3.1.	Exportaciones por carretera, países de la CAN	21
2.1.3.3.2.	Formulario de autorización de ingreso y salida de vehículos – AISV	21
2.1.3.3.3.	Declaración cupón cuota redimible, CORPEI	23
2.1.3.4.	Transitoria	24
2.1.3.5.	Varios	25
2.1.3.6.	Certificado de calidad	25
2.1.3.6.1.	Certificado de origen	26
2.1.3.6.2.	Certificados sanitarios	26

2.2.	Análisis FODA	28
2.2.1.	Fortalezas	28
2.2.2.	Oportunidades	28
2.2.3.	Debilidades	29
2.2.3.1.	Proveedores	29
2.2.3.2.	Medio Ambiente	29
2.2.4.	Amenazas	30
2.2.4.1.	Sector Económico	30
2.2.4.2.	Sector Social	30
2.2.4.3.	Sector Político	30
2.2.4.4.	Sector Laboral	31
2.2.5.	Cuadro comparativo del FODA de la procesadora Agroindustrial Mis Frutales S.A.	32
2.3.	Información del mercado de China	33
2.3.1.	Geografía	34
2.3.2.	Historia	35
2.3.3.	Política	37
2.3.3.1.	Relaciones exteriores	38
2.3.4.	Religión y filosofía	39
2.3.5.	Cultura	40
2.4.	Análisis de la competencia	41
2.4.1.	Parámetros competitivos	41
2.4.2.	Países exportadores	42
2.4.2.1.	Comparación entre Ecuador y los países competidores	43

2.4.2.1.1. Comparación entre Ecuador y Perú	44
2.4.2.1.2. Índice de rendimiento de Argentina	44
2.4.2.1.3. Índice de rendimiento de Perú	44
2.4.2.1.4. Índice de rendimiento de Venezuela	45
2.4.2.1.5. Índice de rendimiento de Colombia	45
2.4.2.1.6. Empresas competidoras	45
2.4.2.1.6.1. Empresas del país competidor (Perú)	45
2.4.2.1.7. Índice de rendimiento del Ecuador vs. las empresas peruanas	46
2.4.2.1.7.1. Índice de rendimiento de la empresa peruana COMINPER S.A	47
2.4.2.1.7.2. Índice de rendimiento de la empresa peruana G.R.F	47
2.4.2.1.7.3. Índice de rendimiento de la empresa peruana FORZEN FRUIT	47
2.4.2.1.8. Índice de rendimiento la empresa Mis Frutales vs. las empresas competidoras ecuatorianas	48
2.4.2.1.8.1. Índice de rendimiento de la empresa ecuatoriana LA JUGOSA	49
2.4.2.1.8.2. Índice de rendimiento de la empresa ecuatoriana MARIA MORENA	49
2.4.2.1.8.3. Índice de rendimiento de la empresa ecuatoriana FORZEN TROPIC	49
2.4.3. Estrategia competitiva	49
2.4.3.1. Competidores más débiles	50
2.4.3.2. Mercado potencial de Ecuador	51

CAPÍTULO III

3.	Estrategias de comercialización para el mercado de Beijing – China.	53
3.1.	Antecedentes de la propuesta	53
3.2.	Desarrollo de la propuesta	54
3.2.1.	Análisis del mercado ecuatoriano	54
3.2.2.	Análisis del mercado de Beijing – China	56
3.2.3.	Acuerdos entre Ecuador y China	58
3.2.4.	Estrategias de penetración y comercialización al mercado chino.	60
3.2.4.1.	Factores a tomar en cuenta	61
3.2.4.1.1.	Proveedores	61
3.2.4.1.2.	Correcto manejo de las relaciones humanas	61
3.2.4.1.3.	El factor cultural constituye un reto a superar al momento de exportar	62
3.2.4.1.4.	Mente abierta = open mind	63
3.2.4.1.5.	Prepararse para grandes pedidos	63
3.2.4.1.6.	Planificación en el momento de la negociación	64
3.2.4.2.	Algunos tips para iniciar operaciones en el exterior	64
3.2.5.	Exportación	65
3.2.5.1.	Estandarización comercial	65
3.2.5.1.1.	Embalaje	65
3.2.5.1.2.	Condiciones del embalaje para la exportación	66
3.2.5.1.3.	Envase/empaque	67
3.2.5.1.4.	Envase	67
3.2.5.1.5.	Características del envase	68

3.2.5.1.6. Tipo de contenedor	69
3.2.5.1.7. Forma de pago	70
3.2.5.1.8. Ventajas competitivas	70
3.2.5.2. Documentación	71
3.2.5.3. Incoterms - términos en comercio internacional	72
3.2.5.3.1. Descripción de gastos la procesadora Mis Frutales S.A. al utilizar FOB:	73
CAPÍTULO IV	
4. Conclusiones y recomendaciones	74
4.1. Conclusiones	74
4.2. Recomendaciones	75
Resumen	76
Summary	78
Bibliografía	79
Anexos	81

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	Título	Páginas
1	Capital social	2
2	Certificado de Calidad	25
3	Certificado sanitario	26
4	Comparación del FODA	32
5	Especificaciones de un contenedor	69

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	Título	Páginas
1	Países exportadores de la pulpa de fruta hacia china	42
2	Comparación entre Ecuador y los países competidores	43
3	Comparación entre Ecuador y Perú	44
4	Empresas peruanas exportadoras de pulpa de frutas	45
5	Comparación entre la empresa y las empresas del país competidor	46
6	Empresas exportadoras de pulpa de frutas - China	47
7	Comparación entre la empresa y las empresas de la competencia ecuatoriana	48
8	Comparación entre la empresa Mis Frutales y la empresa ecuatoriana, peruana de la competencia	50
9	Empresas ecuatorianas competidoras	51
10	Mercado potencial de la empresa ecuatoriana	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº	Título	Páginas
1	Organigrama Estructural.	3
2	Organigrama funcional	4
3	Mapa geográfico del Cantón Riobamba	6

4	Mapa geográfico y símbolos patrios de China	33
5	Mapa político de China	56
6	Mercado chino	60
7	Modelo de caja para el embalaje	66
8	Modelo de funda para el envase del producto	68
9	Tipo de contenedor	69
10	Incoterms	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	Título	Páginas
1	Consumo de frutas según el sexo	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº	Título	Páginas
1.	Proceso de clasificación del tomate de árbol, para la elaboración de la pulpa.	82
2.	Diagrama de flujo de procesos para la elaboración de la pulpa de tomate de árbol congelado	83
3.	Descripción de las operaciones a realizar para el proceso de elaboración de pulpa de tomate de árbol.	84
4.	Elaboración de la pulpa de tomate de árbol. Mis Frutales S.A. °	85

INTRODUCCIÓN.

El incursionar en un mercado lejano y un tanto difícil por la logística es un reto que empresas ecuatorianas ya lo han hecho con buenos resultados, este trabajo es una propuesta para los pequeños empresarios que aspiran ingresar en el comercio exterior, como es el caso de la unidad productiva objeto de nuestro estudio, misma que se dedica a la producción de la pulpa natural de frutas, utilizando como materia productos agrícolas que la tierra produce; en tal virtud, es de vital importancia asegurar el éxito comercial y económico de las empresas haciendo uso de técnicas y herramientas propias e incluso de aportación externa, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado en conjunto con una serie de investigaciones como son: competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, publicidad, precios, etc.: que faciliten su inclusión en el mercado foráneo.

Sabiendo que nuestro país es rico en recursos para todo tipo de producción, debido a la gran variedad de productos alimenticios; y que relativamente encontrar productos de diferentes áreas climáticas en cualquier parte del país no es ningún problema, se debe utilizar esta cualidad propia del país, para así presentarnos ante el mercado internacional y mejorar las relaciones comerciales establecidas con otros países.

Estas negociaciones internacionales deben ir mejorando de tal manera que todos los ecuatorianos aprovechemos no solo económicamente sino también científica y tecnológicamente los recursos de este País, en tal virtud se ha considerado para tema de estudio de mercado de la presente tesis establecer si es procedente o no la exportación de la pulpa de tomate de árbol hacia el país de China, explícitamente a través de esta investigación se busca alternativas y probabilidades de negociaciones con el mencionado país, que además es una potencia mundial.

Elaborar un estudio de mercado para la comercialización de pulpa natural de tomate de árbol hacia Beijing – China para la Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales” S:A, permitirá que la empresa se desarrolle principalmente como líder en exportación de este tipo de productos y además colocar en un nivel significativo de exportación a Ecuador y la

provincia de Chimborazo generando altos niveles de producción y comercialización, que conlleven a determinadas variantes de éxito que permitirán mejorar las condiciones de vida de la población.

CAPÍTULO I.

1. GENERALIDADES

1.1. TEMA:

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PULPA NATURAL DE TOMATE DE ÁRBOL DE LA PROCESADORA AGROINDUSTRIAL “MIS FRUTALES” S. A. DE LA PARROQUIA SAN LUÍS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO DE BEIJING – CHINA

1.2. RESEÑA HISTÓRICA.

“La empresa se encuentra en funcionamiento ininterrumpido desde el año 1985, en la actualidad se encuentra entre las mejores empresas a nivel nacional y competitiva de la ciudad de Riobamba; tal es el caso que su producción se expenden en importantes cadenas de Supermercados nacionales en las principales ciudades del país, como Quito, Cuenca, Loja entre otras y local, compitiendo con marcas muy reconocidas en el mercado ya que sus productos son netamente naturales.

La Procesadora Agroindustrial Mis frutales, se dedica a producir y comercializar pulpa natural de fruta, con frutas estrictamente seleccionadas, procesada bajo normas de calidad e higiene, que garanticen una total seguridad sanitaria, convirtiéndose al mismo tiempo en un importante apoyo para la nutrición y salud de los clientes.

Mis Frutales pulpa natural de frutas es concebida con la finalidad de agilizar al usuario (hogares, restaurantes, hoteles, bares, etc.) la elaboración de jugos, postres, mermeladas, dulces; nuestro producto lo ofertamos en una presentación sencilla que puedan ser fácilmente utilizada por el consumidor.

Los productos de Procesadora Agroindustrial Mis Frutales los pueden encontrar en presentaciones de un Kilogramo, 500 gramos, y 100 gramos”¹

1.2.1 Contexto organizacional de MIS FRUTALES.

La procesadora agroindustrial MIS FRUTALES es una empresa creada como SOCIEDAD ANÓNIMA constando en los registros oficiales y legales de la REPÚBLICA DEL ECUADOR.

Actualmente el Capital Social de la compañía se encuentra integrado de la siguiente manera:

Cuadro N° 1. CAPITAL SOCIAL

SOCIO	PORCENTAJE
Ing. Adriana Abarca	60,00%
Sra. María del Carmen Abarca.	40,00%
TOTAL	100,00%

Fuente: Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES S.A

Elaborado: Cristina Quintanilla A.

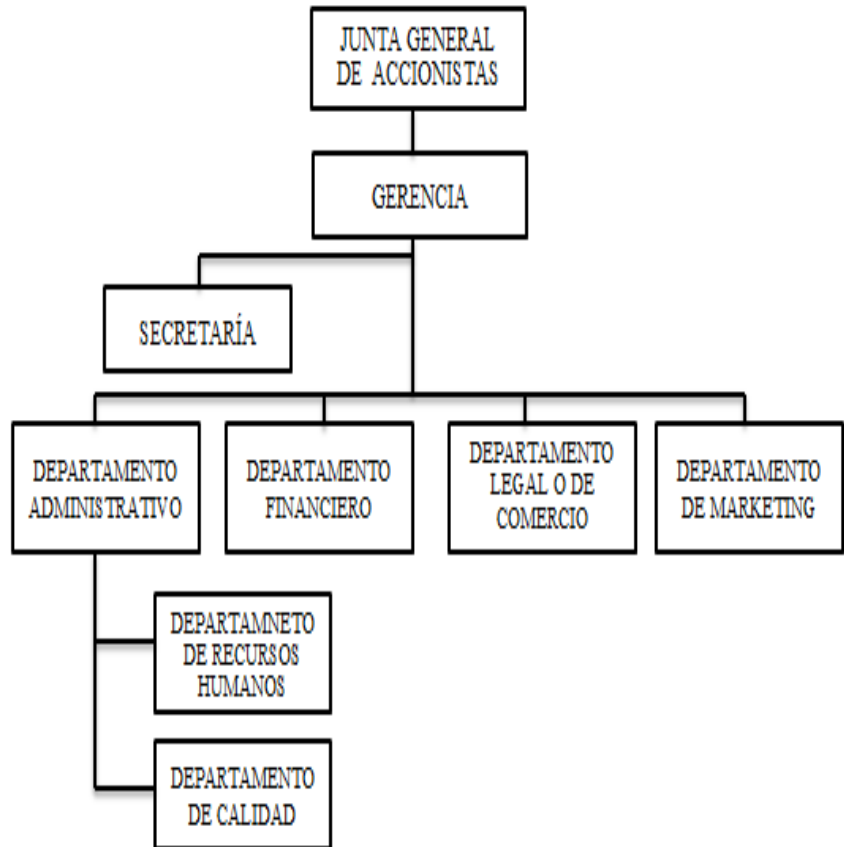
1.3. NIVEL JERÁRQUICO.

Está constituido de un capital social en un fondo común dividido en acciones y la administración está a cargo de un directorio compuesto por miembros elegidos y renovados en las juntas generales de accionistas que es la máxima autoridad de la empresa.

¹ Archivos Procesadora Agroindustrial Mis Frutales

1.3.1. Organigrama Estructural.

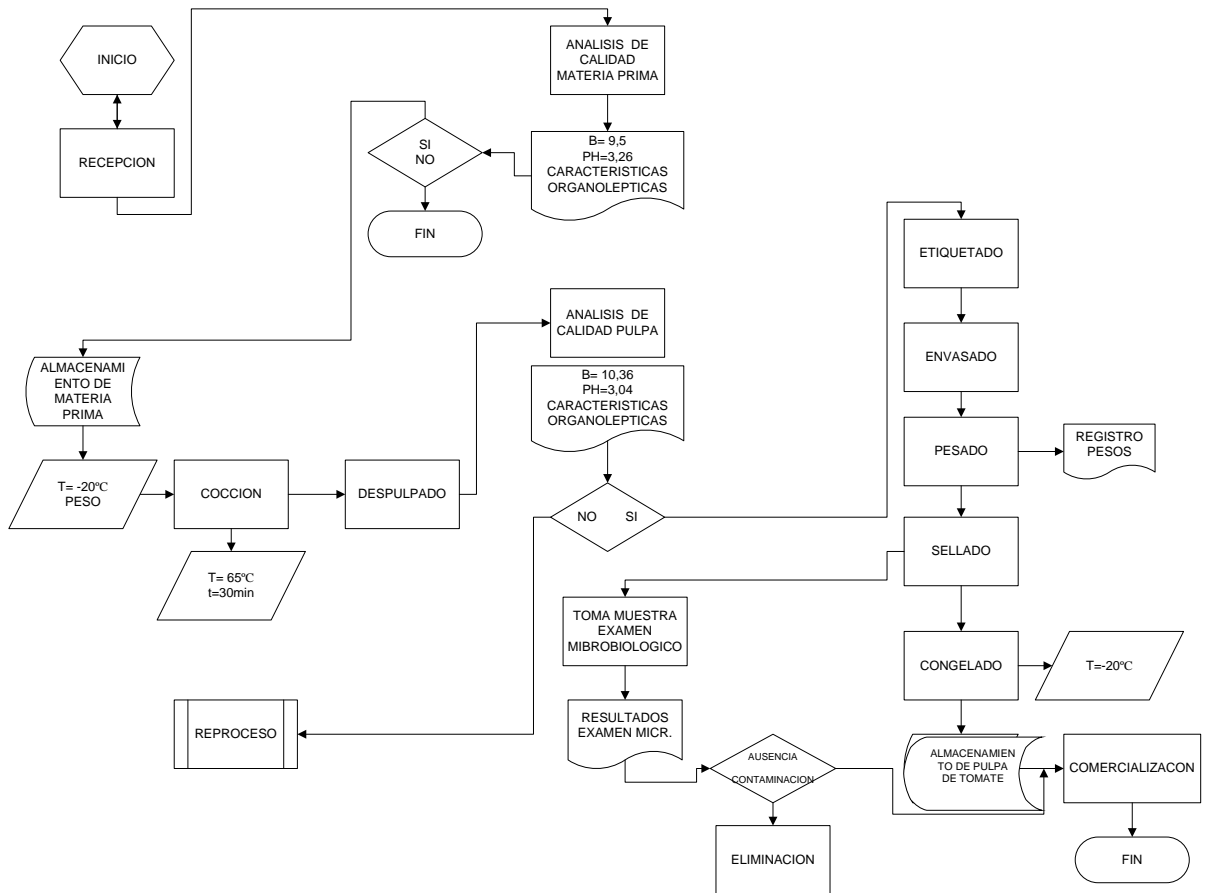
Figura N° 1. Organigrama Estructural.



Fuente: Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES

1.3.2. Organigrama Funcional.

Figura N° 2. Organigrama Funcional.



Fuente: Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES S.A

Elaborado: Cristina Quintanilla A.

1.4. MISIÓN.

“La empresa “Mis Frutales” está dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios a base de frutas, cuyo fin es satisfacer las necesidades de los clientes, empleando recursos naturales y cumpliendo estrictamente con normas de calidad nacionales e internacionales.

En la actualidad con el apoyo de un grupo de trabajo calificado se ha creado una cultura de mejoramiento continuo se incursionará en un nuevo mercado internacional, de esta manera se internacionalizará y aumentará su rentabilidad”.²

1.5. VISIÓN.

“Mis Frutales”, pretende ser una empresa productora y comercializadora de productos alimenticios con amplia cobertura del mercado nacional e internacional, fortaleciéndose como una compañía exportadora, integrando un equipo humano capaz de liderar el desarrollo y crecimiento organizacional.

1.6. OBJETIVOS.

1.6.1. OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Producir pulpa natural de fruta
- Nos encontramos en un proceso de verificación de buenas prácticas de Manufactura BPM y HACCP

1.6.2 OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- Lograr la calificación en estándares internacionales de calidad, según normas ISO,

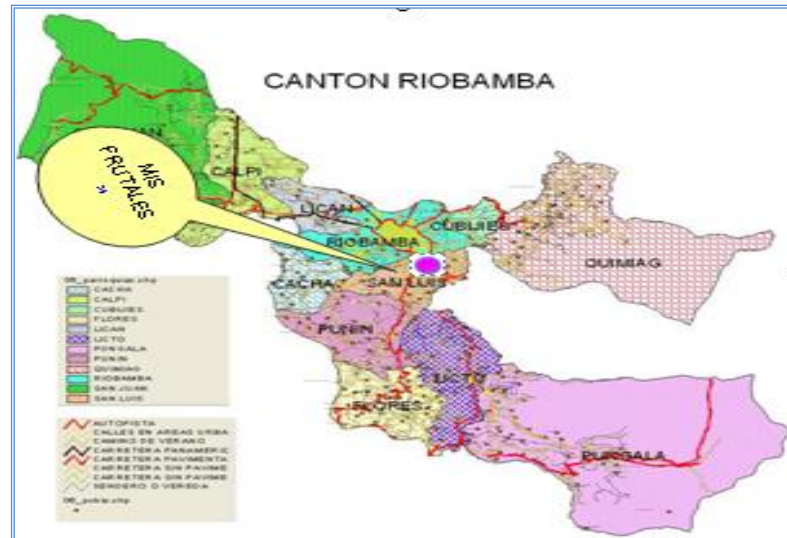
1.6.3 OBJETIVO A LARGO PLAZO

- Satisfacer la demanda de nichos de mercado internacionales.

² Archivos Procesadora Agroindustrial Mis Frutales

1.7. UBICACIÓN.

Figura N° 3. MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN RIOBAMBA



Fuente: www.mag.ec

La empresa Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales” S.A. está ubicada:

Provincia: Chimborazo.

Cantón: Riobamba

Parroquia: San Luís.

Dirección: Independencia y Simón Bolívar,

Propietaria: Ing. Isabel Abarca.

La misma que cuenta con una infraestructura de 2000 metros cuadrados.

Dispone de 2 cuartos fríos de congelamiento a temperatura de 18°C. y 2 contenedores refrigerantes para el almacenamiento del producto terminado para luego ser transportado hacia el lugar de destino.

1.8. PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA PULPA NATURAL DE TOMATE DE ÁRBOL.

Cuadro N° 2. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCION DE LA PULPA DE TOMATE



Fuente: Procesadora Agroindustrial Mis Frutales S.A

Elaborado: Cristina Quintanilla

- **Recibo de la materia prima:** Se pesa la cantidad requerida y se verifica el grado de maduración y estado de la fruta, la cual debe encontrarse sana y sin algún tipo de contaminación.

- **Selección:** Eliminar la fruta sobre madura, magullada, con hongos (manchas lanosas, blancas, negras, verdes o cafés) aporreadas o heridas por donde hayan podido entrar microorganismos, ya que esto incide en el deterioro de la pulpa.
- **Coacción / escaldado:** este paso aplica solo a cierta clase de frutas, se sumerge la fruta una vez lavada en agua hirviendo para lograr un ablandamiento que facilite los siguientes pasos.
- **Despulpado:** Se extrae la parte comestible de la fruta, se presenta una separación de la pulpa de aquellos residuos sólidos como cáscaras y semillas.
- **Refinado:** Esta actividad aplica a cierta clase de frutas, para las cuales se requieren hacer más pura la pulpa, es decir eliminar pequeños residuos de cáscara y semilla.
- **Inspección y ensayo:** Se le realiza a la pulpa un análisis organoléptico, donde se evalúan características como sabor, olor, color y textura y análisis fisicoquímicos de acidez, pH y Brix, para determinar la conformidad de la pulpa de acuerdo a unos parámetros establecidos.
- **Empaque y embalaje:** El producto es vertido en un tanque el cual tiene una válvula manual que permite la dosificación de la pulpa. El producto es empacado en bolsa de polietileno, sellada rectamente sin exceso de aire; las que estarán impresas con el sabor y la fecha de vencimiento indicadas. El producto es embalado en canastillas plásticas para su almacenamiento, 30 kg máximo por canastilla.
- **Almacenamiento:** El producto es conservado en cuartos fríos o contenedores de enfriamiento de temperatura de congelación entre 10°C y -20°C. Las canastillas son marcadas teniendo en cuenta el sabor, fecha de elaboración, el número de lote y la referencia (presentación)³.

³<http://procesodefrutas.blogspot.com/>

CAPÍTULO II.

2. DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.

Para cumplir este propósito el documento aborda los siguientes aspectos, los mismos que serán detallados en el estudio de mercado del presente proyecto:

- Evolución de la balanza comercial,
- Concentración de las exportaciones,
- Dinámica de las principales partidas de exportación,
- Grado tecnológico de las exportaciones e importaciones con Beijing – China.
- Exportaciones clasificadas por destino económico.
- Partidas con mayor posicionamiento en el mercado del socio comercial,
- Productos más demandados a nivel mundial por el socio comercial,
- Partidas con mayor potencial exportador en el mercado del socio comercial y;
- Dinamismo de la demanda de los bienes exportados ecuatorianos hacia dicho destino.

2.1.1. COMPETENCIAS Y TRATADOS COMERCIALES.

2.1.1.1 Competencias

En los últimos años, las relaciones económicas y comerciales entre China y Ecuador han logrado un gran desarrollo, motivado aún más por los 14 convenios y memorándums bilaterales suscritos durante la visita del Presidente de Ecuador Rafael Correa a China el pasado noviembre de 2007.

Según las estadísticas de la Aduana China, el volumen del comercio bilateral creció en un 47.94% y en un 46.15% en el 2010 y el 2011, respectivamente. Esta cifra alcanzó 885 millones de dólares lo que equivale a 139.3% en los primeros cuatro meses del año 2012. Las exportaciones de China a Ecuador crecieron en un 54.2%, mientras las importaciones aumentaron en un 1204.3%. La maquinaria, electrodomésticos, fibras ópticas, alambres metálicas, vestimenta, productos textiles, calzado y maletas son los productos principales que entran en el mercado ecuatoriano. Los productos más importados por China son petróleo, minas, residuos metálicos, materia prima de plásticos, tagua, etc.⁴

Ecuador es uno de los países latinoamericanos que recepta un mayor número de capitales chinos. Hasta mediados del año en curso, más de 20 empresas chinas invirtieron en Ecuador con una suma superior a 2,200 millones de dólares dedicándose a múltiples campos, tales como la explotación petrolera, contratación de obras, construcción de infraestructura, telecomunicación, ensamblaje, cooperación de tecnología agropecuaria, pesca, etc.

Al mismo tiempo, el gobierno chino hace todo lo posible para el desarrollo económico y social de Ecuador, aportando más de 56 millones de dólares desde 1980, cuando los dos países establecieron relaciones diplomáticas. Con estos aportes financieros, China ha llevado a cabo 21 programas que benefician al desarrollo económico del Ecuador.

El escenario anteriormente descrito establece que las relaciones bilaterales económicas y comerciales entre China y Ecuador serán cada día más estrechas y sólidas gracias a los esfuerzos mancomunados hechos por los dos pueblos.

Las relaciones diplomáticas entre la República Popular China y la República de Ecuador y sus relaciones de amistad y cooperación continuaron profundizando.

⁴Censos 2010- 2011- Mercantil Aduana China- (www.meaduchina.ec/ch).

China y Ecuador mantuvieron el impulso de intercambios de alto nivel. El 2 de enero de 2012, el Presidente Hu Jintao y el Presidente Rafael Correa Delgado intercambiaron mensajes de felicitación por el 30 aniversario de las relaciones entre China y Ecuador.

Del 26 al 28 de diciembre de 2011, miembro del Buró Político del Comité Central del PCCh y el consejero de Estado, Liu Yandong, visitó el Ecuador. Se reunió con el presidente Correa y el Secretario Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación Manuel Eduardo Baldeón. Las dos partes firmaron el Tratado de la Cooperación Económica y Tecnológica entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador y el Plan Director de Cooperación en Ciencia y Tecnología entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador. Del 10 al 16 de agosto, el ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, Ricardo Armando Patiño Aroca, visitó China y asistió a Nacional de Ecuador, evento del Día del Pabellón de la Expo Mundial de Shanghai. Fue co-presidió junto con el ministro de Relaciones Exteriores, Yang Jiechi, la quinta ronda de consultas políticas entre los dos Ministerios de Relaciones Exteriores y se reunió con el vicepresidente Xi Jinping, el Ministro del Departamento Internacional del Comité Central del PCCh, Wang Jiarui, viceministro de Comercio, Wang Chao y el vicepresidente Presidente de la Asociación del Pueblo Chino de la Amistad con el Extranjero Li Xiaolin.

Se ha avanzado en las relaciones comerciales entre los dos países. En junio del 2011, el Banco de Exportación e Importación de China firmó el acuerdo de un comprador de las exportaciones de crédito con el gobierno de Ecuador para la planta de Coca Codo Sinclair hidroeléctrica que se construirá por Sinohydro Corporation. En agosto, el China Development Bank y China National Petroleum Corporation (CNPC) firmaron con el Ministerio de Economía y Finanzas y Petroecuador un documento de cooperación en finanzas comerciales petroleras. En noviembre, el viceministro de Comercio ZhongShan, visitó Ecuador y co-presidió junto con el Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, Ricardo Armando Patiño Aroca, la 11^a sesión de la comisión conjunta para la cooperación económica y comercial entre los dos gobiernos. La cooperación bilateral en energía, telecomunicaciones, y la contratación del proyecto se trasladó a paso firme.

Ecuador se ha convertido en uno de los destinos de inversión más grandes de China en América Latina.

2.1.1.2. Tratados Comerciales.

Desde el año 2010, mantiene una muy buena relación con el mercado chino, existen acuerdos comerciales Ecuador y China, acuerdos comerciales entre China y Ecuador, convenios comerciales de Ecuador con China, convenios industriales de Ecuador con China, tratados comerciales entre China y Ecuador, en síntesis los principales rubros tratados como comercio son el libre impuesto de productos de primera necesidad para la salida de productos desde el Ecuador, liberación de impuestos en exportación hacia el mercado chino de frutas, como por ejemplo banano, papayas y tomates, que son los últimos productos que actualmente está exportando el Ecuador desde el año 2010, desaduanización y transferencia en materia de ciencia y tecnología, Tecnología e Innovación, con carácter de apoyo a la innovación en nuestro país.

Actualmente se ha firmado el “Tratado de la Cooperación Económica y Tecnológica entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador y el Plan Director de Cooperación en Ciencia y Tecnología entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador”, pero no tenemos alianzas comerciales definidas como Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), o Tratados de Libre Comercio (TLC), esto ha sido una estrategia ya que nuestro país aún no está en la posibilidad de competir con estos integrantes, ya que por tiempo y distancia tenemos varios puntos en contra, lo que si se ha buscado tener relaciones comerciales, tal es el caso de la reciente reunión del día 12 de Abril, en el cual se analizó la posibilidad de ampliar la oferta exportable de Ecuador hacia el mercado chino, principalmente de flores, frutas frescas y procesadas, como lo dijo a periodistas la subsecretaria de Negociaciones Comerciales Internacionales de la cancillería de Ecuador, Mireya Muñoz.

El Ecuador tiene acuerdos bilaterales con China para el manejo recíproco de inversión.

2.1.2. ESTUDIO DE MERCADO.

El Estudio de Mercado, ha sido considerado de fuentes fidedignas, como son correos, editoriales, revistas, entrevistas, embajadas, internet y otros medios acercándonos a la realidad de nuestro entorno, el mismo que en un mundo globalizado, implica un mayor nivel de competitividad.

2.1.2.1. Importancia de las relaciones comerciales con China.

En este momento es fundamental fortalecer las relaciones comerciales con China por varias razones. En primer lugar, la China continental es la segunda economía más grande del mundo, sobrepasó a Japón y sólo está por encima de ella Estados Unidos. Es uno de los cinco más grandes exportadores del mundo y uno de los principales compradores también, además el principal captador de inversión extranjera directa en el mundo.

China tiene una población de 1.300 millones de personas, cuyo nivel de bienestar ha ido mejorando paulatinamente, al punto que se han creado nichos de mercado importantes y segmentos poblacionales con alto poder adquisitivo, sobre todo en las grandes ciudades; incluso hay un fenómeno de nuevos millonarios que cada vez se multiplican más. Tiene tasas de crecimiento que superan del 8 al 10%, es uno de los mercados principales del siglo XXI y es en el que queremos estar.

2.1.2.2. Proyección de las Relaciones Comerciales Bilaterales

La relación con China es extremadamente interesante pero se la debe visualizar desde sus diferentes componentes a traer la inversión extranjera china al Ecuador, porque ese país está buscando invertir en el mundo y diversificar su inversión, no solamente en los países desarrollados, sino en aquellos en vías de desarrollo. Tiene un interés particular en América Latina.

En la actualidad con la inversión que realizó China en el proyecto hidroeléctrico Coca Codo Sinclair, el Ecuador pasa a ser el principal destino de las inversiones extranjeras chinas en América Latina, y existe un gran potencial de atraer más inversión. Se pueden desarrollar otros proyectos en diferentes ámbitos que le interesan a China, por ejemplo en sectores estratégicos, telecomunicaciones, energía; exploración y explotación de petróleo y minería, pero también hay otros sectores no estratégicos como el tema de cadenas forestales, productos forestales en general; inversiones en productos agrícolas y agroindustriales.

Este componente de la relación tiene un enorme potencial de crecimiento y es el de mayor impacto a largo plazo, por los montos que pueden ingresar desde la China y porque la transferencia de conocimiento y tecnología es muy importante.

La promoción de exportación de bienes ecuatorianos, definitivamente es una prioridad para el país, pero no es sencillo hacerlo porque tenemos una serie de problemas que dificultan el acceso de los productos ecuatorianos al mercado chino:

- La distancia, la logística y el transporte que se requiere para que nuestros productos lleguen de manera competitiva a China no es la adecuada; las distancias son muy amplias, no hay niveles de frecuencias suficientes, lo que hace que los costos de fletes y seguros sean caros. Esto se complica porque en el mercado chino, los principales competidores para nuestros productos son países fundamentalmente del Sudeste Asiático y ellos están a una distancia más corta de China y en esa zona es una de las que mayor movimiento de carga existe en el mundo. Entonces hay muchísimas frecuencias que implican costos más bajos de fletes y seguros. Eso hace difícil la competencia con países como Malasia, Tailandia, Filipinas, Vietnam, Singapur e Indonesia, que proveen a China de los mismos productos que nosotros como: camarón, productos forestales, palma africana, banano, tomate de árbol, café, entre otros.

- China tiene altos niveles de requisitos para el ingreso de productos extranjeros, sobre todo de tipo sanitario y fitosanitario y hay productos ecuatorianos que no cumplen con esos requisitos. Al respecto hay que trabajar con las autoridades chinas para que, a través de asistencia técnica y apoyo por parte del Gobierno chino, el Ecuador pueda cumplir rápidamente esos requisitos y nuestros productos ingresen a ese mercado.
- El Ecuador paga aranceles altos porque no tenemos un acuerdo comercial entre los dos países, mientras que nuestros competidores, junto con otros países de la región, son parte de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), que es un grupo de integración que tienen prácticamente una zona de libre comercio.

2.1.2.3. Maneras de llevar las relaciones Comerciales con China

Definitivamente, siempre se puede hacer algo, siempre existen negocios, incluso en las situaciones más adversas. Hay ciertos productos que se pueden vender en grandes volúmenes a la China y pueden ir detrás de productos emblemáticos como el petróleo.

Pero la estrategia principal que se debe usar para ingresar al mercado chino es la de diferenciación, hacerles entender a los chinos que los productos ecuatorianos tienen un alto grado de diferenciación, pues son los mejores del mundo. Tenemos productos gourmet, amigables con el medio ambiente, entre otras cualidades, lo que hace que el precio más alto en comparación con los productos de esa región valga la pena.

El Ecuador tiene las mejores rosas, camarones, cacao, palmito, tomate de árbol, brócoli del mundo, y actualmente uno de los mejores cafés del mundo también. La gente con alto poder adquisitivo está en busca de comprar lo mejor de lo mejor y nosotros lo tenemos.

Esto mientras resolvemos lo fundamental que es firmar un Acuerdo de Comercio para el Desarrollo con China, esto no puede ser un TLC, porque para el Ecuador es muy riesgoso abrirse completamente a la China que tiene un enorme potencial de venta que afectaría

sectores muy sensibles de nuestra economía como el cuero, calzado, textiles y confecciones. Necesitamos un Acuerdo que permita negociar ciertos ámbitos en los cuales existe complementariedad entre los dos países.

El último componente son las importaciones, y en este punto hay que tener en cuenta que no todas las importaciones son malas, porque muchas de ellas son insumos y bienes de capital, extremadamente baratos y por ende muy competitivos; materias primas que requerimos para desarrollar el aparato productivo nacional y el mismo exportador.

2.1.2.4. Interés del Mercado Chino – Beijing por el comercio de frutas

El mercado de Beijing, está muy interesado en participar de nuestras frutas, ya que se conoce que la calidad de las mismas por la diversidad de clima son las mejores, ya que simplemente no tiene gran cantidad de químicos y las pruebas fitosanitarias las pasaría con normalidad, para darnos cuenta citamos una frase publicada en el diario de la Oficina del Consejero económico-Comercial de la Embajada de la República Popular China:

"Toda la fruta ecuatoriana tiene mercado en China, conocemos que es variada, queremos llevar de todos los tipos, pero sobre todo fruta exótica que no tenemos", indicó el presidente del sector empresarial del país asiático DaiLiuy añadió que la meta es lograr que Shanghai sea el centro de distribución de la fruta ecuatoriana, ya que a esa ciudad llega mercancía procedente de todo el mundo, además de que es considerada la capital económica de China.⁵

⁵<http://www.mmrree.gob.ec/2011/bol340.asp>

2.1.2.6. Competitividad de la Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales S.A”

La competitividad de las empresas depende cada vez más del conocimiento tecnológico, la capacidad de innovación, el manejo de la información, las estrategias empresariales, la articulación productiva, la cooperación empresarial y los recursos humanos calificados.

La imperiosa necesidad de contar con herramientas que permitan competir y lograr el éxito en un mercado evolutivo y dinámico, la influencia de las diferentes políticas socio — económicas aplicadas en nuestro país. Nos obliga a asumir cambios e innovaciones en los campos financiero y administrativo, los cuales deberán estar en correlación con la innovación tecnológica adoptadas por el gobierno y más factores que inciden directa e indirectamente en los precios de los bienes y servicios y lógicamente en los productos elaborados y comercializados por la planta, son razones para que la empresa deba entrar en constante innovación de sus técnicas de comercialización, para lo cual se debe estar al tanto y seguir un orden de sus actividades diarias.

La **PROCESADORA AGROINDUSTRIAL “MIS FRUTALES S.A”**, requiere contar con un proyecto para sus exportaciones que ayude de mejor manera a incrementar sus utilidades, el mismo que servirá como un instrumento y herramienta a la vez, que le permita organizar y trabajar tanto a sus directivos, empleados y obreros, con eficiencia y eficacia, desarrollar competencias para mejorar su calidad laboral, sustento que le permitirá crecer administrativamente y lo que es mas lograr los objetivos empresariales económicos que son las metas direccionales para el crecimiento como tal en ámbito de la relación que mantiene.

La empresa se encuentra ubicada en **LA PARROQUIA SAN LUÍS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO con destino comercial HACIA EL MERCADO DE BEIJING – CHINA**, para esto se cuenta con el aval de la empresa, la misma que desarrolla actividades de producción y procesamientos agrícolas con frutas, con un muy buen prestigio en las zonas en donde desarrolla sus actividades, de su nivel organizacional y administrativo nos serviremos para la mejor realización de nuestra investigación.

Antes de embarcarse en una exportación hay criterios que se debe argumentar eficientemente. En Ecuador existe lo que se llama regímenes aduaneros; y respecto a la exportación existen tres clases de regímenes:

Régimen común: Exportación a consumo donde Mis Frutales S.A, ingresa la producción hacia Beijing para ser “nacionalizada” para su uso o consumo directo. Nota: Aquí cabe aclarar que el equipaje de viajeros también se incluye en este régimen de aduana, con la diferencia de que debe ser declarado como efectos personales del viajero (o sea que no hay fines comerciales) para que pueda ser exento de pago de cualquier tributación de importación, pero esto no quiere decir que pueda ser exento de pago de tasas por servicio aduanero.

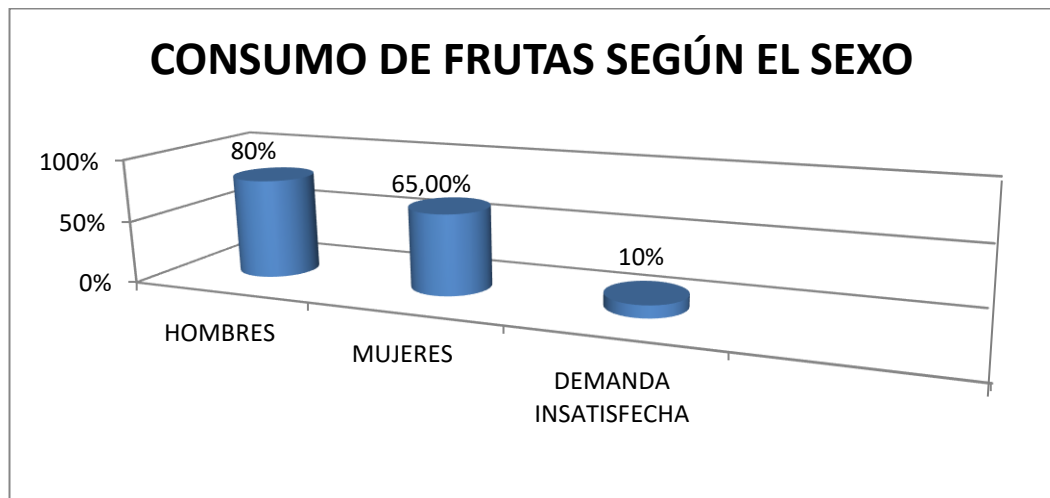
Regímenes especiales: A su vez se subdividen en regímenes suspensivo (porque se aplaza), liberatorio (porque se exime) o compensatorio porque se restablece) respecto al pago de impuesto. Entre ellos están: maquila, zona franca, ferias internacionales, devolución condicionada, reposición con franquicia, importación (o internación o admisión) temporal para reexportación, etc.

Régimen particular: Es el tráfico postal internacional, correos rápidos, zona de libre comercio, tráfico fronterizo.

Cuando al inicio se declara un régimen de importación a consumo, no se podrá cambiar a régimen especial o particular; sin embargo, sí se puede cambiar de régimen especial o particular a otro régimen diferente previa autorización, por supuesto.

Consumo de productos descendientes de frutas en el mercado chino.

Gráfico N° 1. GRÁFICO DE CONSUMO DE FRUTAS SEGÚN EL SEXO



MERCADO CHINO * BEIJING

2.1.3. REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PULPA NATURAL DE TOMATE DE ÁRBOL

- Registro como exportador
- Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Código de catastro para exportadores del sector público.
- El Registro se obtendrá en cualquier Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador.
- Documentos habilitantes para exportar
- Formulario Único de Exportación, se lo adquiere en un Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador

2.1.3.1. FACTURA COMERCIAL

- Visto Bueno del Banco Corresponsal en el Formulario Único de Exportación;
- Documento de Embarque emitido por el transportista;
- Cupón de aportación a la CORPEI.
- Productos que se pueden exportar
- Todos los productos son exportables, excepto:

- Los que hayan sido declarados parte del patrimonio nacional de valor artístico, cultural, arqueológico o histórico;
- Flora y Fauna silvestres en proceso de extinción y sus productos, salvo los que se realicen con fines científicos, educativos y de intercambio internacional con instituciones científicas;
- Nómina de productos de prohibida exportación y/o sujetos a autorización previa.
- Acuerdo Ministerial N° 0001 de enero 03 de 1997, publicado en el R.O. N° 110 de enero 16 de 1997.
- Utilización de Preferencias Arancelarias
- Adquisición de Formularios “Certificados de Origen”
- Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad MICIP
- Régimen Especial de Incentivos para el Desarrollo Sostenible y Buen Gobierno (SGP Unión Europea), para Europa.
- Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act (Ley de Preferencias Comerciales Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA), para USA; Certificate Of Origin (Certificado de Origen), para terceros países; Global System Of Trade Preferente (Sistema Global de Preferencias Comerciales SGPC), para Rumania; Cámaras de la Producción: Asociación Latinoamericana de Integración ALADI;
- Comunidad Andina CAN.
- Depósito de divisas en el Sistema Financiero Nacional
- Las divisas obtenidas por la exportación deberán depositarse en cualquier Banco o Financiera.

2.1.3.2. OTROS TRÁMITES

- Documentos de transporte:
- Exportaciones vía marítima:
- Requieren Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Lading, B/L

2.1.3.3. EXPORTACIONES VÍA AÉREA:

Requieren conocimiento de embarque aéreo, guía aérea o carta de porte aéreo, expedido por la empresa aérea que se utilizará; luego de recibir la mercadería para su transporte.

2.1.3.3.1. Exportaciones por carretera, países de la CAN:

Una vez entregada la mercadería al transportista contratado, el exportador suscribe la carta de porte internacional por carretera, en original con dos copias; documento que es emitido por la empresa transportista. El exportador emite al transportista una guía de remisión (original y copia).

El transportista recibe los documentos, cumple las formalidades aduaneras exigidas durante la partida, tránsito, destino de las mercaderías y entrega al destinatario. El transportista deberá elaborar el manifiesto de carga internacional y el Gerente del Departamento Distrital de la Aduana por donde saldrá la mercadería, emite la Declaración de Tránsito Aduanero Internacional. (Los departamentos distritales se ubican en Huaquillas y Tulcán).

Habiéndose realizado el despacho de la mercadería, el exportador deberá confrontar en la aduana el documento de transporte y las cantidades embarcadas, en un plazo máximo de 45 días contados a partir de la fecha de embarque.

2.1.3.3.2. Formulario de autorización de ingreso y salida de vehículos –AISV

La AISV es un documento de control interno de la APG y no reemplaza ningún otro documento que sea solicitado por las respectivas autoridades.

Este documento será llenado a través del portal de Internet de la APG y será exigido al ingreso del puerto para la realización de cualquier tipo de operación dentro del recinto portuario.

El AISV es un medio tanto de control vehicular como de carga así es que, si un vehículo lleva dos contenedores de 20 Ton debe llevar dos AISV, si lleva un contenedor de 20 Ton y carga suelta debe llevar un AISV para el contenedor y otra para la carga Suelta.

El documento AISV estará confeccionado en un papel químico de seguridad y cuenta con métodos para verificar su autenticidad

Este documento cuenta con un original y cuatro copias las cuales están divididas así:

- Original: Báscula de Salida de APG
- Copia No 1: Usuario (Exportador, Importador, Agencia)
- Copia No 2: Transportista
- Copia No 3: Bodega, Patio o Modulo.
- Copia No 4: Báscula de Entrada APG

Será obligatorio presentarlo en el ingreso a la APG cuando se vaya a realizar una de las siguientes actividades: Exportación tanto en contenedores, carga suelta o Banano, Importación de contenedores y carga suelta, transporte de contenedores vacíos dentro del puerto denominada porteo interno, entrada o salida de contenedores vacíos denominada porteo externo o vehículos graneleros que entran o salen haciendo tránsito hacia el puerto concesionado de Andipuerto

Al registrarse en el sistema, este entrega un usuario y una clave para tener acceso a la impresión de la AISV. (Solo se permite el registro una sola vez y cada usuario tendrá una clave única para acceder al documento).

Los usuarios autorizados para imprimir los formularios AISV de acuerdo a cada actividad serán.

Para Exportaciones: Exportadores y agencias Navieras Para Importaciones Permisionarios y concesionario.

2.1.3.3.3. Declaración cupón cuota redimible, CORPEI

De acuerdo a la Regulación 115-2003 del 18 de junio del 2003, del Banco Central del Ecuador, el Cupón de Cuota Redimible CORPEI será considerado como documento que acompaña a la declaración aduanera de exportación.

Con dicha regulación se eliminó el trámite de Justificación de divisas, con el objetivo de simplificar los trámites al exportador. Este fue un compromiso conjunto entre el BCE y CORPEI para mejorar la competitividad del sector.

El valor de la cuota redimible debe ser cancelado a través de los bancos autorizados para receptar la cuota CORPEI y que sean corresponsales de comercio exterior del Banco Central del Ecuador, como son, a julio del 2011: Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco Internacional, Banco de Guayaquil, Banco del Pacífico, Banco del Pichincha y Produbanco.

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de USD 500, el portante tiene derecho a cambiar sus cupones por un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto. El portante puede endosar los certificados o utilizarlos para el pago de servicios que la CORPEI realice a su favor.

- Cupón de Exportación
- Es de color verde y tiene un original y dos copias
- Cupón original para CORPEI, copia 1 Aduana y copia 2 Portante
- En el caso de Exportaciones, el valor a pagar del 1.5 por 1000 del valor FOB exportador.

CUPÓN DE LA CORPEI DE EXPORTACIÓN

CUPON CORPEI DE EXPORTACION
CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Nº 2520202

Ciudad: _____ Fecha: ____/____/____
DIA MES AÑO

Nombre del Aportante: _____

Tipo/Número Identificación: R.U.C. C.C. C.I. PASAPORTE _____

Nº FUE / DAU _____
(Nº Preimpreso del Formulario o DAU)

Valor FOB: USD, \$ _____ Valor Cuota: USD, \$ _____ CORPEI

Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y como a la Institución Financiera responsable de toda responsabilidad, relativa respecto a la emisión de esta declaración, hago saber a todos los efectos.

Firma de Responsabilidad: _____

FOR-FOP-09/Ver Jun 03

- Datos a ser llenados- Cupón de Exportación
- Los datos a ser llenados por el Exportador son los siguientes:
- Ciudad
- Fecha de Pago
- Nombre del Aportante
- Tipo de Identificación del Aportante (RUC, Catastro, C.I., Pasaporte)
- N° FUE (Actualmente) - DAU (Posteriormente)
- Valor FOB en dólares
- Valor cuota en dólares
- Firma de Responsabilidad.

2.1.3.4. TRANSITORIA

Se estableció el plazo de 90 días a partir de la fecha de la promulgación de la regulación, para realizar toda justificación de divisas pendiente (del sistema anterior), reemplazada por la justificación del Cupón CORPEI.

Asimismo, dentro de este plazo deberá utilizarse el formato anterior de cupones para el pago de la cuota, por aquellas exportaciones realizadas y no justificadas antes de que entre en vigencia la regulación.

Transcurrido este plazo solo podrán utilizarse los cupones nuevos.

El BCE puede cerrar el despacho del exportador por falta de pago del Cupón CORPEI.

2.1.3.5. VARIOS

- Pago mínimo a cancelar CORPEI USD 5, por importación o exportación.
- Los cupones deben ser legibles, de preferencia llenados con letra imprenta.

La identificación del Aportante debe ser la correcta (# RUC, C.I, PASAPORTE, CATASTRO)

Trámites complementarios: certificados no exigibles para el trámite. Pueden ser solicitados por el importador.

2.1.3.6. CERTIFICADO DE CALIDAD

Cuadro N° 3. CERTIFICADO DE CALIDAD

CERTIFICADO DE CALIDAD	
INSTITUTO NACIONAL DE PESCA	PRODUCTOS DEL MAR Y DERIVADOS
INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN	CONSERVAS ALIMENTICIAS
RESPECTIVOS PROGRAMAS NACIONALES	CAFÉ Y CACAO

2.1.3.6.1. Certificado de Origen

Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios.

2.1.3.6.2. Certificados Sanitarios.

Es necesario para la Empresa Mis Frutales S.A, entrar en el margen de medidas Sanitarias que permitan el ingreso de frutas procesados al mercado Chino.

En este caso recomendaríamos hacer caso a las medidas de control Sanitario que emite el Instituto Nacional de Higiene LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ.

Cuadro N° 4. CERTIFICADOS SANITARIOS

Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.	<u>Certificado fitosanitario</u> : para productos de origen vegetal no industrializados.
SESA	Certificado de residualidad de plaguicidas: para flores naturales exportadas a Uruguay
Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar frutas y hortalizas frescas a China
Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, SESA	Certificado zoonosanitario: para exportar animales, productos y subproductos de origen animal.

Veterinario acreditado	Certificado de vacunación y/o salud: para exportar animales vivos.
Instituto Nacional de Pesca	Certificado ictosanitario: para productos del mar y derivados.
Instituto Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar productos del mar frescos a la Comunidad Económica Europea.
<p>Registro sanitario</p> <p>Productos alimenticios industrializados, aditivos, medicamentos o materia prima para elaborarlos, productos farmacéuticos, productos de tocador, plaguicidas. Se solicita registro para exportación, adjuntando documentos y muestras al Instituto de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.</p> <p>Certificado de elegibilidad de cuotas</p> <p>Para exportar azúcar a Estados Unidos</p> <p>Trámite en la Embajada de Estados Unidos y el MICIP</p>	<p>Certificado de libre venta en el país</p> <p>Aplicable a medicinas, alimentos, productos de higiene o cosméticos, plaguicidas, material médico quirúrgico.</p> <p>Trámite en el Ministerio de Salud Pública</p> <p>Factura o visa consular</p> <p>Pueden exigirla en Argentina, Colombia, Haití, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela, Portugal, Nigeria.</p>

2.2. ANÁLISIS FODA

FODA de la Empresa: “MIS FRUTALES”

2.2.1. FORTALEZAS

- F1. Pagos Puntuales.
- F2. Diversificación de productos.
- F3. Infraestructura.
- F4. Buena relación Laboral.
- F5. Personal colaborador y confiable.
- F6. Experiencia y Calidad en el Trabajo.
- F7. Personal Comprometido con la Empresa
- F8. Productos de excelente calidad.
- F9. Precios competitivos.
- F10. Marketing.

2.2.2. OPORTUNIDADES

- O1. Pacto Andino.
- O2. Relaciones comerciales.
- O3. Industrias a Nivel Nacional.
- O4. Industrias a Nivel Local.
- O5. La actual política económica.
- O6. Mejores Salarios.

O7. La disposición de maquinarias y equipos de última tecnología.

O8. Comunicación por INTERNET.

2.2.3. DEBILIDADES:

D1. Falta de herramientas adecuadas.

D2. Falta de capacitación al personal en determinadas áreas.

D3. Utilización inadecuada de personal en la cadena de distribución.

D4. Falta de capacitación específica en cada área de trabajo.

D5. No existen procedimientos en todas las áreas.

D6. No hay normas y especificaciones en los procesos de Compras, ventas, Recursos Humanos, Diseño.

D7. No existe un departamento definido de ventas-compras.

2.2.3.1. Proveedores

D8. Materia prima de buena calidad

D9. Productos 100% naturales y ecuatorianos.

D10. Apertura de créditos descuentos

2.2.3.2. Medio Ambiente

D11. Preservar la Ecología de nuestro país ya que es como un paraíso.

D12. Nuestro clima es muy favorable ya que no existen las 4 estaciones y permiten una mejor cosecha.

2.2.4. AMENAZAS

2.2.4.1. Sector Económico

A1. Contrabando.

A2. Altas tasas de interés.

A3. Políticas tributarias.

A4. Competencia comercial.

A5. Falta de crédito para inversión agroindustrial.

2.2.4.2. Sector Social

A6. Inestabilidad en Cobro a Clientes

A7. Inseguridad

A8. Bajo Perfil

A9. Incumplimiento de proveedores

A10. Desastres Naturales

2.2.4.3 Sector Político

A11. Cambios continuos del ejecutivo

A12. Paros y huelgas

A13. Falta de apoyo gubernamental.

A14. Falta de convenios comerciales.

2.2.4.4. Sector Laboral

A15. Falta de centros de capacitación AGROINDUSTRIALES locales.

A16. Fuga de mano de Obra Capacitada

2.2.5. COMPARTIVO DEL FODA DE LA PROCESADORA AGROINDUSTRIAL MIS FRUTALES S. A.

Cuadro N° 5. COMPARACIÓN DEL FODA

FACTOR	ÁREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	POSIBILIDAD		CONCLUSIÓN
				OCURRENCIA	IMPACTO	
INTERNO	ADMINISTRACIÓN	F1, F4 , F5 , F7	D1 , D5 , D 6 , D7	ALTA	MEDIO	CREAR MANUALES DE CAPACITACIÓN POR DEPARTAMENTO Y ÁREA QUE NO INTERFIERA CON LAS NECESIDADES DE LOS TRABAJADORES
	COMERCIAL	F2, F3, F6, F8, F9, F10	D4, D2, D3	MEDIO	ALTA	CAPACITAR AL PERSONAL EN LAS DISTINTAS FUNCIONES, OPTIMIZANDO RECURSOS Y TIEMPO, OBTENIENDO DE ESTA MANERA UN PRODUCTO 3B (BUENO, BONITO Y BARATO).
FACTOR	ÁREA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	POSIBILIDAD		CONCLUSIÓN
				OCURRENCIA	IMPACTO	
EXTERNA	NEGOCIACIÓN	o1, o2, o5, o11, o10	A1, A2, A3, A5, A6, A7, A8, A9, A11, A13, A14	MEDIO	ALTA	APROVECHAR LOS TRATADOS COMERCIALES, ADAPTÁNDONOS AL ENTORNO SOCIAL POLÍTICO GUBERNAMENTAL DEL MOMENTO.
	COMPETITIVIDAD	o3, o4, o6, o7, o8, o9, o10, o12, o13	A4, A9, A 10, A12, A15, A16	MEDIO	ALTA	OFERTAR UN SERVICIO EFICIENTE A TRAVÉS DE UN PRODUCTO DE ALTA CALIDAD, EVITANDO QUE LA COMPETENCIA INCREMENTE LA COBERTURA DEL MERCADO.

FUENTE: Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES S.A

ELABORADO : Cristina Quintanilla A.

2.3. INFORMACIÓN DEL MERCADO DE CHINA.

Figura N° 4. MAPA GEOGRÁFICO Y SÍMBOLOS DE CHINA



“Estado situado en el este de Asia, el más poblado del mundo, con más de 1.300 millones de habitantes, y el cuarto más grande en cuanto a extensión territorial, tras Rusia, Canadá y los Estados Unidos.

La historia de China muestra más signos de independencia que cualquier cultura asiática, el pueblo chino no ha sufrido los efectos de grandes invasiones y gran parte de su cultura, como el sistema de escritura y numerosas facetas de su arte, apenas han variado en más de 3000 años.

- **Nombre Oficial:** República Popular China
- **Capital:** Beijing
- **Tipo de gobierno:** República Democrática Popular. Se estableció 1° de octubre de 1949.
- **Área total:** 9'670.000 kms²
- **Población:** 1'298.847.624
- **Idiomas:** Chino (putonghua, basado en el dialecto de Beijing), yue (cantonés), wu (shanghainés), minbei (fuzhou), minnan (hokkien-taiwanés), xiang, gan, dialectos de hakka.
- **Religiones:** Budismo, Daoismo (Taoísmo), Islam, Cristianismo.
- **Expectativa de vida:** 71.96 años.
- **Moneda:** Yuan, Reminbi (CNY).
- **Industria:** Siderurgia, carbón, construcción de maquinaria, armamento, textil y ropa, petróleo, cemento, fertilizantes, química, calzado, juguetes, alimentos procesados, automóviles, electrónica y telecomunicaciones.
- **Exportaciones:** Maquinaria y equipo, textil y ropa, calzado, juguetes y combustibles minerales.
- **Importaciones:** Maquinaria y equipo, combustibles minerales, plásticos, hierro, acero y químicos.”⁶

2.3.1. Geografía.

China, la segunda nación más grande del mundo, tiene una superficie de 11,418,174 km² (incluida Mongolia). China es superada sólo por Rusia en términos de tamaño y es más grande que toda Europa y Oceanía. Ocupa una cuarta parte de la extensión territorial de Asia y aproximadamente una doceava parte del área de todo el mundo.

⁶http://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_Popular_China#cite_note-55

2.3.2. Historia.

“El territorio actual chino ha estado poblado desde tiempos muy antiguos. Destaca entre los pobladores remotos del país el hombre de Pekín, del cual se encontró un cráneo y que los arqueólogos consideran que vivió dentro del norte de la actual China hace unos 500.000 años. Además de épocas más recientes se han logrado múltiples hallazgos de restos de culturas prehistóricas. Una de las zonas con más vestigios de presencia humana antigua en China es el valle del Río Amarillo, donde apareció la primera cultura histórica china: La dinastía Shang (siglo XVII a. C. - siglo XI a. C.). A esta dinastía, conocida sobre todo por los descubrimientos arqueológicos del siglo XX, le seguirá la dinastía Zhou (siglo XI a. C. - 256 a. C.). Durante el período Zhou aparecen las escuelas de pensamiento chino antiguas, representadas por pensadores como Confucio, Mencio, Laozi o Zhuangzi.

En 221 a. C. QinShiHuang unifica el norte de China y se proclama a sí mismo "primer emperador". El emperador Qin adopta medidas de unificación política y cultural de repercusiones enormes para el futuro de China. Al poco después de su muerte se funda la dinastía Han (206 a. C. - 220), otra de las grandes dinastías chinas.

Tras la dinastía Han se sucederán períodos de unión y de desunión marcados por la caída y ascenso de nuevas dinastías. Entre las más importantes de éstas están la dinastía Tang (618 - 907), que en sus momentos iniciales marcó un momento de esplendor cultural, la dinastía Yuan (1206 - 1368), fundada por los mongoles tras invadir China, y las dos últimas dinastías, Ming (1368 - 1644) y Qing (1616 - 1911), esta última de origen manchú.

El levantamiento de Wuchang el 10 de octubre de 1911 desencadena el final de la China imperial. El revolucionario Sun Yat-sen, fundador del partido nacionalista Kuomintang, vuelve a China para proclamar la República de China, pero se verá obligado a ceder la

presidencia a Yuan Shikai, quien depone definitivamente al último emperador. El periodo republicano se caracterizó por la debilidad del poder central, primero en Pekín, y después en Nanjing, donde el sucesor de Sun Yat-sen al frente del Kuomintang, ChiangKai-shek, establece la capital de la República en 1927. Las invasiones japonesas, primero de Manchuria y después de gran parte del resto de China, mantendrán al país dividido hasta el final de la Segunda Guerra Mundial en 1945.

Tras la derrota japonesa se reanudó el enfrentamiento entre el Gobierno del Kuomintang y el Partido Comunista de China, desatándose una guerra civil que acabaría en 1949 con la victoria de los comunistas en el continente. El 1 de octubre de ese año, el líder comunista Mao Zedong proclamó la República Popular China. El Gobierno de ChiangKai-shek se tuvo que refugiar en la isla de Taiwán, única parte del país, junto a algunas islas pequeñas, que quedaría, hasta la actualidad, fuera del control del gobierno comunista.

Bajo la dirección de Mao, China, tras una breve etapa de recuperación, vivió momentos de grandes convulsiones sociales con campañas de masas de corte ideológico, como el Gran Salto Adelante o la Revolución Cultural.

Tras la muerte de Mao en 1976, el país estuvo dirigido brevemente por HuaGuofeng, político poco conocido y con escasos apoyos, que acabaría cediendo el poder a partir de 1978 a DengXiaoping, el nuevo líder máximo del país. La época de Deng estuvo marcada por las reformas estructurales que provocaron un intenso crecimiento económico que ha continuado hasta la actualidad. A DengXiaoping lo sucedieron en el poder sucesivamente Jiang Zemin y Hu Jintao, actual Presidente de la República Popular China”⁷.

⁷<http://es.wikipedia.org/wiki/Pek%C3%ADn>

2.3.3. Política.

La estructura de poder en la República Popular China se apoya en tres ámbitos fundamentales: el Partido, y, subordinados a éste, el Ejército y el Estado. La jefatura del Estado corresponde al presidente de la República Popular China, mientras que el líder del Partido es su secretario general y el líder del Ejército Popular de Liberación es el Presidente de la Comisión Militar Central. En la actualidad, estos tres cargos están ocupados por un mismo hombre, Hu Jintao, tal como había ocurrido con su antecesor Jiang Zemin. Esta tendencia a nombrar a una misma persona para los tres cargos pretende evitar las luchas por el poder que esta estructura tricéfala ha provocado en el pasado. De hecho, una de las luchas por el poder más intensas de la historia de la República Popular se produjo en los años 1960 cuando Mao Zedong, como líder del Partido, desplazó del poder al jefe de Estado Liu Shaoqi, lo cual dejaría vacante el puesto de presidente de la República Popular hasta los años 1980.

Bajo la autoridad del presidente, se encuentra el Consejo de Estado de la República Popular China, el órgano de Gobierno. A la cabeza de este Gobierno se encuentra el primer ministro, en la actualidad Wen Jiabao, que encabeza un gabinete con un número variable de viceprimeros ministros, cuatro en la actualidad, además de numerosos ministerios. Mientras que la Presidencia y el Consejo de Estado conforman el poder ejecutivo, el máximo órgano legislativo de la República Popular China es la Asamblea Popular Nacional, parlamento formado por más de tres mil delegados, que se reúne una vez al año.

En la República Popular China no existe un poder judicial independiente. Si bien desde finales de los años 1970 ha habido intentos de desarrollar un sistema legal eficaz basado en gran medida en el sistema de derecho continental europeo, el poder judicial permanece subordinado a la autoridad del Partido. La excepción a este sistema se encuentra en los territorios de Hong Kong y Macao, donde se mantienen los sistemas jurídicos de origen británico y portugués, respectivamente.

Junto al Partido Comunista de China, la República Popular permite las actividades de otros ocho partidos políticos. Sin embargo, estos partidos deben aceptar la autoridad del Partido Comunista y desempeñan un papel meramente consultivo y simbólico. A pesar de las presiones de grupos de activistas por el pluripartidismo en Hong Kong y en las comunidades chinas en el extranjero, los líderes del Partido Comunista siempre se han resistido a aceptar introducir elementos característicos de la democracia pluripartidista. Desde los años 1980, existen elecciones en ámbitos locales, en las que se elige a los jefes de las aldeas. Este tipo de elecciones ha sido extendido recientemente a barriadas urbanas, y hay también elecciones para las asambleas populares del Partido de los ámbitos locales de términos municipales y distritos. Con todo, el sistema de designación de candidatos, que por lo general depende del Partido, hace que sean muchas las voces críticas con este sistema electoral. En Hong Kong y Macao, por su parte, se celebran elecciones legislativas, pero sólo para elegir a un tercio de los miembros de los consejos legislativos de estas dos regiones administrativas especiales.

2.3.1. Relaciones exteriores

“China tiene relaciones con 171 países, y mantiene embajadas en 162. Suecia fue el primer país con el que tuvo relaciones diplomáticas, desde el 9 de mayo de 1950. En 1971, quitó la representación internacional de la República de China como un único representante frente a las Naciones Unidas y como uno de los 5 miembros del Consejo de Seguridad. Además, fue un antiguo miembro y líder del Movimiento de Países no Alineados y aún sigue defendiendo a los países en vías de desarrollo.

Según la interpretación de la política de Una sola China, la República Popular China ha hecho que sea una condición previa para el establecimiento de relaciones diplomáticas con un país, que este reconozca su pretensión a Taiwán y rompa los vínculos oficiales con el gobierno de la República de China. Funcionarios de la República Popular China han protestado en numerosas ocasiones que países extranjeros han hecho acuerdos diplomáticos con Taiwán, especialmente en el tema de las ventas de armamento. Los encuentros políticos entre funcionarios de gobiernos extranjeros y el 14º Dalai Lama

también encuentran la oposición de la República Popular China, que considera que el Tíbet es parte integral de ella.

Gran parte de la actual política exterior de China se fundamenta en los Cinco Principios de Coexistencia Pacífica de Zhou Enlai, no injerencia en los asuntos de otros Estados, la no agresión, la convivencia pacífica, la igualdad y beneficios mutuos. La política exterior del país también se explica por el concepto de armonía sin uniformidad, que anima a las relaciones diplomáticas entre los estados a pesar de las diferencias ideológicas. Esta política ha llevado a China a apoyar a los estados que se consideren peligrosos o de represión por las naciones occidentales, tales como Zimbabue, Corea del Norte e Irán.

Los conflictos con los países extranjeros se han producido a veces en la historia reciente del país, en particular con los Estados Unidos, por ejemplo, el bombardeo de este país de la embajada china en Belgrado durante el conflicto de Kosovo en mayo de 1999 o el incidente del avión de espionaje entre Estados Unidos y China en abril de 2001. Las relaciones exteriores de la República Popular China con muchos países occidentales sufrieron durante un tiempo tras la represión militar en las protestas de Tiananmen de 1989, aunque en los últimos años China ha mejorado sus vínculos diplomáticos con Occidente.”⁸

2.3.4. Religión y Filosofía

La libertad de religión es un derecho constitucional de cada ciudadano de la República de China. Según el Ministerio del Interior, hay más de 11 millones de creyentes religiosos en el área de Taiwán. En conjunto, hay más de 16.000 templos e iglesias dispersos en la región, sirviendo las necesidades espirituales de los 21,4 millones de residentes.

Politeísta y sincrética, en la sociedad china domina el taoísmo y el budismo, a pesar de que aparentemente cada religión postula una doctrina independiente, algunas de ellas no

⁸<http://clubensayos.com/Acontecimientos-Sociales/Politica-Y-Economia-De-La/173573.html>

pueden diferenciarse estrictamente. Por ejemplo, Matsu, la Diosa del Mar, una deidad folklórica de Taiwán; y Kuanyin, la diosa budista de la Misericordia, se adoran a veces en el mismo templo. Esto revela el carácter especial de la perspectiva religiosa china, que puede acomodar simultáneamente creencias aparentemente contradictorias.

2.3.5. Cultura

La gran extensión territorial de la República Popular China tiene como consecuencia la presencia en el Estado actual de una gran diversidad cultural. Tras la fundación de la República Popular en 1949, se adoptó una política oficial de reconocimiento de minorías culturales, basada fundamentalmente en el criterio lingüístico, de acuerdo con la cual en la actualidad se reconoce de manera oficial la existencia de 56 grupos étnicos en China.

Esta diversidad cultural se manifiesta de manera especial en las zonas periféricas del oeste de China. Así, en la Región Autónoma Uigur de Xinjiang gran parte de la población profesa el islam y se hablan lenguas de raíz túrquica como el uigur, el kazajo y el kirguís. Al sur de Xinjiang, se encuentra la Región Autónoma del Tíbet, en la que se habla la lengua tibetana y se profesa el budismo en su forma lamaísta. La cultura tibetana se extiende más allá de la actual región autónoma, ocupando también la provincia de Qinghai y partes occidentales de las provincias de Sichuan y Yunnan. Al norte, en la Región Autónoma de Mongolia Interior, se habla el idioma mongol, y predomina también el budismo lamaísta en combinación con el chamanismo tradicional mongol.

En el sur de China, existen numerosos grupos étnicos con reconocimiento oficial que hablan lenguas similares a otras del sudeste asiático como el birmano o el tai. Entre estos grupos destacan los hablantes del idioma zhuang, la minoría étnica más numerosa en China, que da nombre a la Región Autónoma Zhuang de Guangxi.

El principal grupo étnico y cultural del actual Estado chino lo constituyen los llamados "chinos han", el grupo humano generalmente designado como "chinos". Los chinos han representan más del 95% de la población actual del país y ocupan tradicionalmente toda la

zona central y septentrional del territorio. En las últimas décadas, la emigración interna ha hecho también que los han se hayan convertido en mayoritarios en muchas de las zonas tradicionalmente no han, como Mongolia Interior, especialmente en los grandes núcleos urbanos.

La cultura han tiene como rasgo de identidad destacado la lengua china, que tiene sus raíces en las primeras inscripciones de la época de la dinastía Shang, en el II milenio a. de C. En la época de la dinastía Zhou, en el I milenio a. de C. se consolida la forma escrita de la lengua: el chino clásico, que será la base de la lengua culta o literaria hasta comienzos del siglo XX. La unidad de la lengua china a lo largo de un periodo tan extenso se debe precisamente al uso de una forma escrita única: la escritura china, basada en varios miles de signos gráficos o caracteres que representan las sílabas, por lo general palabras o morfemas, del idioma”⁹.

2.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.4.1. PARÁMETROS COMPETITIVOS

El Ecuador debido a que por tradición y cultura son los productores más conocidos y poseemos un producto de buena calidad y con mayor porcentaje en vitaminas. El Ecuador tiene posibilidades de aumentar su oferta exportadora hacia este mercado debido a las condiciones que impone China, sin embargo se encuentran aspectos restrictivos (aranceles discriminatorios) hacia algunos productos agrícolas (banano), que afectan la competitividad de los mismos. El mercado asiático es uno de los mercados que más produce sin embargo importa estos bienes para aumentar su calidad de vida y para la mejora de la industria.

⁹http://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_Popular_China#cite_note-55

Dentro de este punto están tanto competidores nacionales como internacionales de los cuales analizaremos cada uno de ellos de acuerdo a su volumen de exportación anual, tipo de productos y precio del producto ya sea en \$ millones de dólares FOB y/o CIF definiendo nuestros países.

2.4.2. Países exportadores

PAÍSES EXPORTADORES DE PULPA DE FRUTA FRESCA HACIA CHINA

Tabla N° 1. PAÍSES EXPORTADORES DE LA PULPA DE FRUTA HACIA CHINA

PAÍSES	PRODUCTOS POR RUBRO CON/SIN AZÚCAR DESIDRATADOS	TONELADAS / TM	%
ARGENTINA	Pulpa de frutas de tomate árbol	54.75	20.62
PERÚ	Pulpa de fruta de tomate árbol, mora, guanábana	48.04	18.09
VENEZUELA	Pulpa de tomate de árbol, mora	61.61	28.20
ECUADOR	Pulpa de tomate de árbol, mora	43.02	16.20
COLOMBIA	Pulpa de frutas maracuyá, tomate re árbol, fruta fresca	58.13	21.89
TOTALES		265.54	100

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

Entre los países con los cuales Ecuador puede competir son los de menos volumen de exportación y menos precio por kilos tenemos:

- Argentina
- Perú
- Venezuela
- Colombia

2.4.2.1. COMPARACIÓN ENTRE ECUADOR Y LOS PAÍSES COMPETIDORES

Tabla N° 2. COMPARACIÓN ENTRE ECUADOR Y LOS PAÍSES COMPETIDORES

Variables Cuantitativas	Ecuador TN/M/a	Argentina TN/M/a	Perú TN/M/a	Venezuela TN/M/a	Colombia TN/M/a	ÍNDICE ECUADOR
Volumen / Exportación / año	$\frac{43,02}{100\%}$	$\frac{54,75}{127,04\%}$	$\frac{48,04}{111,69\%}$	$\frac{61,61}{143,22\%}$	$\frac{58,13}{134,22\%}$	0,19
Tipo de productos	$\frac{3}{100\%}$	$\frac{4}{133,33\%}$	$\frac{2}{66,67\%}$	$\frac{5}{166,67\%}$	$\frac{6}{200\%}$	0,15
Precio promedio / kilos	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3,20}{106,67\%}$	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3,30}{110\%}$	$\frac{3,40}{133,33\%}$	0,20

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

- Ecuador frente a los países competidores tiene el 19% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 15% según el tipo de producto y el 20% de rendimiento según el precio promedio de kilo, indicadores que reflejan su condición frente a la competencia. Esto quiere decir que con el país que se va a competir es Perú porque es el que tiene menores índices de rendimiento.
- Comparando los valores arrojados del cuadro de matriz de los países competidores se puede apreciar que Ecuador es el quinto país exportador de pulpa de frutas, su precio es competitivo a nivel mundial por kilos o por cajas de 20 unidades.

- Según el índice de competitividad 0.15% Ecuador va competir con Perú por ser el país con más bajo porcentaje de 66.67% atacando al tipo de productos exportables, volumen de exportación, el precio promedio por kilo.

2.4.2.1.1. Comparación entre Ecuador y Perú

Tabla N° 3. COMPARACIÓN ENTRE ECUADOR Y PERÚ

Variables Cuantitativas	Ecuador TN/M/a	Perú TN/M/a	ÍNDICE DE RENDIMIENTO
Volumen / Exportación / año	$\frac{43,02}{100\%}$	$\frac{48.04}{111.69\%}$	0.47 Ecuador y 0.53 Perú
Tipo de productos	$\frac{3}{100\%}$	$\frac{2}{66.67\%}$	0,60 Ecuador y 0.40 Perú
Precio promedio / kilos	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3.00}{93.33\%}$	0,52 Ecuador y 0.52 Perú

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

2.4.2.1.2. Índice de rendimiento de Argentina

Argentina tiene el 25% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 20% de rendimiento según el tipo de producto y el 19% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.3. Índice de rendimiento de Perú

Perú tiene el 22% de rendimiento según el volumen de exportación, el 10% de rendimiento según el tipo de producto y el 20% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.4 Índice de rendimiento de Venezuela

Venezuela tiene el 28% de rendimiento según el volumen de exportación, el 25% de rendimiento según el tipo de producto y el 20% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.5. Índice de rendimiento de Colombia

Colombia tiene el 26% de rendimiento según el volumen de exportación, el 30% de rendimiento según el tipo de producto y el 24% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.6. Empresas competidoras

En este elemento se tomará como base al país de menor índice de rendimiento por el tipo de producto, precio de producto y volumen de exportación anual. En este caso tenemos a Perú.

2.4.2.1.6.1. Empresas del país competidor (Perú)

EMPRESAS EXPORTADORAS DE PULPA DE FRUTAS - PERÚ

Tabla N° 4. EMPRESAS PERUANAS EXPORTADORAS DE PULPA DE FRUTAS

EMPRESA PERUANAS	TM / M Anuales	Kilos	%
COMINPER.S.A .C	12,05	24104	25.09
G.R.F TRADING.S.A	21,19	42387	44.12
FORZE FRUIT	14,79	29581	30,79
TOTAL	48,04	96072	100%

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

En el porcentaje de participación exportable de las Empresas transformadoras de pulpa de frutas del Perú, podemos apreciar que la empresa **COMINPER S.A.** exporta 12.05 toneladas anuales es decir 24.104 kilos de pulpa de frutas, su variedad de productos compite a nivel Nacional con otras empresas de similares características como son **G.R.F TRADING.S.A** y **FORZE FRUIT** liderando a la empresa **G.R.F TRADING S.A.** con 21.09 toneladas y con una variedad de 5 productos.

Comparación entre nuestra empresa y las empresas del país competidor

Tabla N° 5. Comparación entre nuestra empresa y las empresas del país competidor

Variables Cuantitativas	MIS FRUTALES TN/M/a	COMINPER S.A TN/M/a	GRP TRADING S.A TN/M/a	FORZE FRUIT TN/M/a	ÍNDICE ECUADOR
Volumen / Exportación / año	$\frac{10.20}{100\%}$	$\frac{12.05}{118.14\%}$	$\frac{21.09}{206.76\%}$	$\frac{14.79}{145\%}$	0.21
Tipo de productos	$\frac{2}{100\%}$	$\frac{2}{100\%}$	$\frac{5}{166.67\%}$	$\frac{4}{133.33\%}$	0.20
Precio promedio / kilos	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3.00}{100\%}$	$\frac{3.10}{103.33\%}$	$\frac{3.05}{101.67\%}$	0.25

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

2.4.2.1.7. Índice de rendimiento del Ecuador vs. las empresas Peruanas

La empresa Ecuatoriana “Mis Frutales” frente a las empresas peruanas tiene el 21% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 20% según el tipo de producto y el 25% de rendimiento según el precio promedio de kilo de combatir con la competencia. Esto quiere decir que con la empresa peruana que vamos a competir es **COMINPER S.A.** porque es el que tiene menores índices de rendimiento.

2.4.2.1.7.1. Índice de rendimiento de la empresa Peruana COMINPER S.A.

COMINPER S.A. tiene el 25% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 20% de rendimiento según el tipo de producto y el 25% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.7.2. Índice de rendimiento de la empresa Peruana G.R.F

G.R.F Trading S.A tiene el 44% de rendimiento según el volumen de exportación, el 33% de rendimiento según el tipo de producto y el 26% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.7.3. Índice de rendimiento de la empresa Peruana FORZEN FRUIT

FORZEN FRUIT tiene el 31% de rendimiento según el volumen de exportación, el 27% de rendimiento según el tipo de producto y el 25% según el precio promedio de combatir con la competencia.

Empresas Ecuatorianas:

EMPRESAS EXPORTADORAS DE PULPA DE FRUTAS - CHINA

Tabla N° 6. EMPRESAS EXPORTADORAS DE PULPA DE FRUTAS - CHINA

EMPRESA ECUATORIANAS	TM / M Anuales	kilos	%
LA JUGOSA	16,02	32031	37,23
MARÍA MORENA	15,01	30018	34,89
FORZE TROPICAL	11,99	23987	27,88
TOTAL	43,02	86335	100

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

En el porcentaje de participación exportable de las Empresas transformadoras de pulpa de frutas del Ecuador, podemos apreciar que la empresa FORZEN TROPIC exporta 11.99 toneladas anuales es decir 23987 kilos de pulpa de frutas, su variedad de productos compite a nivel Nacional con otras empresas de similares características como son **LA JUGOSA** y **MARÍA MORENA** liderando a la empresa **LA JUGOSA** con 16.02 toneladas y con una variedad de 5 productos.

Comparación Entre Nuestra Empresa y Las Empresas De La Competencia Ecuatoriana

Tabla N° 7. Comparación Entre Nuestra Empresa y Las Empresas De La Competencia Ecuatoriana

Variables Cuantitativas	MIS FRUTALES TN/M/a	LA JUGOSA TN/M/a	MARÍA MORENA TN/M/a	FORZEN TROPIC TN/M/a	ÍNDICE ECUADOR
Volumen / Exportación / año	$\frac{10.20}{100\%}$	$\frac{16.02}{157.06\%}$	$\frac{15.01}{147.16\%}$	$\frac{11.99}{117.55\%}$	0.37
Tipo de productos	$\frac{2}{100\%}$	$\frac{3}{150\%}$	$\frac{4}{200\%}$	$\frac{2}{100\%}$	0.18
Precio promedio / kilos	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3.05}{101.67\%}$	$\frac{3.10}{103.33\%}$	$\frac{3}{100\%}$	0.25

FUENTE: Corpei. www.corpei.org.ec

2.4.2.1.8. Índice de Rendimiento la empresa MIS FRUTALES vs. Las Empresas Competidoras Ecuatorianas

La empresa mis frutales aspira exportar por lo menos 10.20 toneladas anuales que equivale a 20400 kilos los mismos que arrojan un 37% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 18% según el tipo de producto y el 25% de rendimiento según el precio promedio de kilo de combatir con la competencia. Esto quiere decir que con la empresa Peruana que vamos a competir es **FORZEN TROPIC CIA LTDA.** Porque es la que tiene menores índices de rendimiento.

2.4.2.1.8.1. Índice de rendimiento de la empresa Ecuatoriana LA JUGOSA.

La Jugosa tiene el 37% de rendimiento según el volumen de exportación anual, el 27% de rendimiento según el tipo de producto y el 25% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.8.2. Índice de rendimiento de la empresa Ecuatoriana MARÍA MORENA

María Morena tiene el 29% de rendimiento según el volumen de exportación, el 27% de rendimiento según el tipo de producto y el 26% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.2.1.8.3. Índice de rendimiento de la empresa Ecuatoriana FORZEN TROPIC

FORZEN TROPIC tiene el 28% de rendimiento según el volumen de exportación, el 20% de rendimiento según el tipo de producto y el 25% según el precio promedio de combatir con la competencia.

2.4.3. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Dentro de ese punto destacaremos a las empresas más débiles tanto peruana como ecuatoriana la menor índice de competitividad tomando en cuenta (volumen de exportación anual, tipo de producto y precio del producto) y a los mercados donde esta empresa vende sus productos en este caso tenemos a COMINPER S.A., una empresa Peruana dedicada a la producción, comercialización y exportación de pulpa de frutas específicamente de Mora, de igual manera tomaremos como base a la empresa Ecuatoriana FORZEN TROPIC CIA. LTDA., ya que esta es la de menor índice de competitividad complementando lo ya mencionado en el caso anterior.

2.4.3.1. COMPETIDORES MÁS DÉBILES

Comparación Entre la Empresa Mis Frutales y La Empresa Ecuatoriana, Peruana de La Competencia

Tabla N° 8. Comparación Entre la Empresa Mis Frutales y La Empresa Ecuatoriana, Peruana de La Competencia

Variables Cuantitativas	MIS FRUTALES TN/M/a	COMINPE R.S.A (PERÚ) TN/M/a	FORZEN TROPIC (ECUADOR)TN/M/a	ÍNDICE ECUADOR
Volumen / Exportación / año	$\frac{10.20}{100\%}$	$\frac{12.05}{101.69\%}$	$\frac{11.99}{117.55\%}$	MIS FRUTALES 0.31 (COMINPER S.A 0.32) (FORZE TROPICAL 0.37)
Tipo de productos	$\frac{2}{100\%}$	$\frac{2}{100\%}$	$\frac{2}{100\%}$	Para las 3 empresas hay 0.33 de rendimiento/tipo de producto
Precio promedio / kilos	$\frac{3,00}{100\%}$	$\frac{3.00}{100\%}$	$\frac{3}{100\%}$	Para las 3 empresas hay 0.33 de rendimiento/precio promedio

Fuente: Corpei. www.corpei.org.ec

“Mis Frutales” frente a la empresa ecuatoriana y peruana que son la competencia tiene un rendimiento de 33% según el volumen de exportación anual, el 33% según el tipo de producto y el 33% de rendimiento según el precio promedio de kilo de combatir con la competencia. Las empresas de la competencia tanto la nacional como la Internacional tienen los mismos índices de rendimiento tanto en tipo de producto como en el precio promedio de cada kilo, solo en el volumen de exportación varía.

Mercados de la Empresa Peruana COMINPER S.A. y Mercados de la Empresa Ecuatoriana FORZE TROPIC.CIA. LTDA

A continuación se detalla a los diferentes mercados que consumen alimentos en China tanto en miles como en kilos de acuerdo a cada una de las categorías, como por ejemplo: hogares o familias, hosterías, restaurantes, instituciones, supermercados.

2.4.3.2. MERCADO POTENCIAL DE ECUADOR

A continuación se detalla cada una de las participaciones de las empresas Ecuatorianas competidoras.

EMPRESAS ECUATORIANAS COMPETIDORAS

Tabla N° 9. EMPRESAS ECUATORIANAS COMPETIDORAS

MERCADO DE EXPORTACIÓN DE ECUADOR				
DETALLE	VALOR (%)	FUENTE	CALCULO	UNIDAD
LA JUGOSA	37,23	http://www.lajugosa.com.ec	32031	Kilos/anual/persona
MARÍA MORENA	34,89	http://www.mariamorena.com.ec/engrafit	30018	Kilos/anual/persona
FORZE TROPICAL	27,88	http://www.frozentropic.com/paginasfrogen	23987	Kilos/anual/persona
total empresas:	100		86035	Kilos/anual/persona

Fuente: Corpei. www.corpei.org.ec

Para efectuar nuestro estudio del potencial de mercado tomaremos a la empresa Ecuatoriana que tiene menor porcentaje de participación, en este caso tenemos a la empresa FORZE TROPIC CIA.LTDA, ya que esta entidad tiene el 27.88% de participación que equivale a 23987 kilos/anual/persona.

MERCADO POTENCIAL DE LA EMPRESA ECUATORIANA

Tabla N° 10. MERCADO POTENCIAL DE LA EMPRESA ECUATORIANA

MERCADO POTENCIAL 2	CÁLCULO	UNIDAD
MERCADO DE LA EMPRESA < COMPETIDORA ECUATORIANA (FORZE TROPIC.CIA LTDA.)	23987	Kilos/año/persona
Índice de competitividad	80,00%	Kilos/año/persona
Potencial 2	19189,60	Kilos/año/persona

Fuente: Corpei. www.corpei.org.ec

La empresa Ecuatoriana FORZE TROPICAL CIA. LTDA. exporta a China 23987 kilos que equivale a 11.99 toneladas año, dentro de la matriz competitividad de las empresas peruanas obtuvimos un índice competitivo del 80% de acuerdo al volumen de exportación, tipo de producto y precio promedio; dando como resultado al mercado potencial uno 19189.60 kilos/año/persona.

CAPÍTULO III.

3. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL MERCADO DE BEIJING – CHINA.

3.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En las últimas décadas se han desarrollado nuevas tecnologías en el sector alimentario, dirigidas unas a ofrecer alimentos llamados funcionales con ingredientes añadidos que aportan un beneficio nutricional a quienes los consumen, y otras, como la modificación genética, que tratan de agregar productividad a la actividad agrícola o pecuaria entre otros propósitos. En Ecuador desde hace algún tiempo se aplican estas tecnologías en la producción de alimentos, haciendo que una variedad de productos con estas características estén disponibles para los consumidores. Pero ¿qué opinan los consumidores? Los pocos estudios disponibles, indican que estas tecnologías emergentes crean bastante desconfianza en el consumidor, y algunas de ellas, como la clonación vegetal o animal, generan intensos debates en los que muy poco se incluye el criterio de los consumidores.

En la medida en que el mercado global de alimentos se vuelve más turbulento, sin que se hayan identificado de manera suficiente las causas y las consecuencias, tanto productores como intermediarios, procesadores, distribuidores, mayoristas y vendedores minoristas, requieren conocer los cambios en las actitudes de los consumidores de alimentos, de tal manera que puedan considerarlos al momento de desarrollar sus estrategias. Así por ejemplo, de la misma manera que tecnologías alimentarias como el congelado o el enlatado de alimentos fueron consideradas como nuevas en su tiempo, la revolución de la biotecnología en la producción de alimentos comienza a ofrecer un sinnúmero de alternativas, algunas de las cuáles, en el caso de Ecuador, está pendiente de consulta a los consumidores finales.

Lo descrito anteriormente permite plantear la principal interrogante de esta investigación, en relación a las decisiones de los consumidores locales e internacionales, y cómo estas

podrían afectar los sistemas de producción de alimentos de la competencia como es el caso de la pulpa de tomate de árbol.

Por otro lado, la investigación del comportamiento del consumidor también propone retos importantes, por condiciones como la actual crisis económica, ambiental y social, que a muchas personas les obliga a repensar sus aspiraciones, dejando de lado sus más grandes esperanzas y ambiciones, y obligándolas a concentrar sus esfuerzos en la satisfacción de necesidades básicas como la alimentación. Por supuesto, esto también presupone un reto metodológico importante por la multitud de variables en juego, algunas de las cuales interactúan entre sí o ejercen influencias recíprocas.

3.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

Las actitudes de consumidores y tendencias de mercados de productos agrícolas están cambiando en relación a temas como crisis y seguridad alimentaria, inocuidad y competitividad de la agricultura. Sin embargo, poco se investiga sobre lo que podríamos llamar el “Comportamiento del Consumidor de Alimentos”. Es así que la empresa Mis Frutales S.A. con este proyecto entenderá las dinámicas de este comportamiento y sus implicaciones sobre el desarrollo del consumo de la pulpa natural de tomate en Ecuador y en el mercado Chino.

3.2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO ECUATORIANO.

Si bien es cierto en los últimos años la agricultura orgánica ha tomado gran importancia a nivel mundial, principalmente por el interés de la gente en consumir alimentos más sanos y saludables.

Es así que la empresa Mis Frutales S.A. esta consciente de los casos de intoxicación, malformaciones congénitas, otras enfermedades y trastornos producidos como consecuencia del uso indiscriminado de sustancias químicas en cultivos, y que han logrado que la agricultura orgánica tome mayor importancia en nuestros tiempos. La agricultura orgánica integra prácticas de manejo de cultivos que evitan el uso excesivo

de plaguicidas y otras sustancias químicas. Se estima así que el mercado de los productos orgánicos mueve más de 46 mil millones de dólares, este valor se ve reflejado en cada empresa ecuatoriana, inclusive en nuestra empresa, ya que hay que cuidar el producto de insectos dañinos de los cultivos.

En el Ecuador este tipo de agricultura va tomando gran acogida entre los productores que la ven como una fuente rentable de ingresos. Los países desarrollados debido a su grado de industrialización y cultivos extensivos no pueden implementar del todo este tipo de prácticas, convirtiéndose así los países como el nuestro en potenciales productores.

La CORPEI mostró para el 2010 la proyección de la Agricultura Orgánica y su creciente mercado en el país. En el 2010 la producción orgánica ascendía a 31793 ha de las cuales 4 076 ha estaban en proceso de certificación. Este estudio mostraba que la mayor cantidad de hectáreas dedicadas a la agricultura orgánica eran para Banano y Orito, seguidas del Cacao, Café y frutas.

Según datos de un estudio publicado en el 2011 por el Instituto de Investigación de la Agricultura Orgánica (FIBL) y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), en su última publicación “El Mundo de la Agricultura Orgánica: estadísticas y nuevas tendencias de 2011. La producción orgánica del Ecuador 2001 al 2010 ha crecido considerablemente.

Los principales productos orgánicos que el Ecuador exporta son Cacao, Banano y Café. Pero existen otras producciones derivados de frutas como son concentrados, mermeladas y pulpas naturales.

3.2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE BEIJING – CHINA.

Figura N° 5 MAPA POLÍTICO DE CHINA



Con una gran base poblacional y significativo momentáneo desarrollo económico, China con su población de Beijing, es un Mercado inmenso o será un mercado inmenso en casi cualquier producto.¹⁰

Paradójicamente, también es el principal campo de batalla de comerciantes de todo el mundo, y la competencia se está haciendo cada vez más fuerte en la mayoría de sectores.

Para encontrar y analizarlos productos ecuatorianos con ventaja competitivo y potencial de mercado en China, hemos llevado a cabo un arduo estudio tanto en los productos competitivos para exportar de Ecuador como del potencial de mercado de esos productos en el mercado chino.

Refiriéndonos a los datos de exportación del Banco Central del Ecuador (BCE) y los datos de importación de la Administración General de Aduana de China (GAC), evaluamos el potencial de productos no solo por el historial del valor de exportación de

¹⁰www.google.com/ BEIJING – CHINA

Ecuador a China, sino también el estatus del mercado y las tendencias en el sector específico en China. Para la información futura, hemos consultado con periódicos, revistas, páginas web oficiales y otros recursos abiertos pertinentes, así como información interna para algunos productos con valor agregado.

China ha implementado una política abierta por tres décadas y el mercado chino se ha convertido en parte inseparable del mercado global. El nivel de precios en China debe considerar tanto la dinámica del mercado global (eje. La estructura económica global, el estatus financiero global, la oferta y demanda global, etc.) Y la economía local y el factor comercial (políticas macroeconómicas, índices microeconómicos, rivalidades locales, etc.)

Todos estos factores son complicados y variados en los diferentes sectores. Por esto, no hemos puesto precios en las cuentas durante el filtro, aunque es definitivamente un elemento esencial en los negocios en la vida real.

Hong Kong, Macao y Beijing como regiones con administración especial, son autónomos en el comercio internacional y no siguen la mayoría de las leyes y regulaciones administrativas mencionadas abajo.

Principales productos con Potencial

Como resultado de un análisis, hemos clasificado los productos ecuatorianos con potencial en China en las siguientes categorías:

- Los mayores productos exportados de Ecuador a China, que tienen un negocio estable en China y contribuyen a más del 5% de la exportación de Ecuador a China por año.
- Los productos competitivos de Ecuador para exportar a China, que tienen ciertos canales de distribución en China (valor de exportación anual > USD \$ 1 millón en 2009-2011) y demuestran un potencial de crecimiento en el mercado chino, aunque actualmente sean menos del 5% de la exportación de Ecuador a China.

- Los productos ecuatorianos con valor agregado con potencial de mercado en China, que crean un valor más alto que los productos primarios y poseen competitividad en el mercado chino, aunque actualmente no han tenido una contribución significativa a la exportación de Ecuador a China.

Principales productos exportados de Ecuador a China:

- Petróleo (código HS: 27090000)
- Madera aserrada de Virola, Imbuia y Balsa (código HS: 44072200)
- Carne de pescado (código HS: 23012011)

Productos generales de Ecuador con potencial de mercado en China:

- Camarones (código HS: 03061391)
- Productos de madera (código HS: 44219090)
- A base de cobre-estaño(bronce) (código HS: 74032200)
- A base de cobre-zinc (latón) (código HS: 74082100)

Productos con valor agregado de Ecuador con potencial de mercado de China:

- Cacao & Chocolate (código HS: 1806xxxx)
- Café (código HS: 0901xxxx & 2101xxxx)
- **Pulpa de frutas, concentrado de jugos de frutas especial (código HS: 2009xxxx)**
- Licor

3.2.3. ACUERDOS ENTRE ECUADOR Y CHINA.

La empresa Mis Frutales S.A, está muy bien informada que en los últimos años, las relaciones económicas y comerciales entre China y Ecuador han logrado un gran desarrollo, empujado aún más por los 14 convenios y memorándums bilaterales suscritos durante la visita del Presidente Correa a China en el año 2011.

Ecuador es uno de los países latinoamericanos que recibe un mayor número de capitales chinos. Hasta mediados del año en curso, más de 20 empresas chinas invirtieron en Ecuador con una suma superior a 2,200 millones de dólares dedicándose a múltiples campos, tales como la explotación petrolera, contratación de obras, construcción de infraestructura, telecomunicación, ensamblaje, cooperación de tecnología agropecuaria, pesca, etc.

Al mismo tiempo, el gobierno chino hace todo lo posible para el desarrollo económico y social de Ecuador, aportando más de 56 millones de dólares desde 1980, cuando los dos países establecieron relaciones diplomáticas. Con estos aportes financieros, la parte china ha llevado a cabo 21 programas que benefician al desarrollo económico del Ecuador.

Confiamos en que las relaciones bilaterales económicas y comerciales entre China y Ecuador serán cada día más estrechas y sólidas gracias a los esfuerzos mancomunados hechos por los dos pueblos.

Ecuador se ha convertido en el décimo mayor socio comercial de China en América Latina en la actualidad, este es un pilar que nos permitiría crecer a un mas y penetrar con una estrategia sólida y firme hacia el mercado de Beijing- China.

Actualmente, se mantiene una muy buena relación con el mercado Chino, existen acuerdos comerciales Ecuador China, acuerdos comerciales entre China y Ecuador, convenios comerciales de Ecuador con China, convenios industriales de Ecuador con China, tratados comerciales entre China y Ecuador, en síntesis los principales rubros tratados como comercio son el libre impuesto de productos de primera necesidad para la salida de productos desde el Ecuador, liberación de impuestos en exportación hacia el mercado chino de frutas, como por ejemplo Banano, papayas tomates, que son los últimos producto que actualmente está exportando el Ecuador desde el año 2010, desaduanización y transferencia en materia de ciencia y tecnología, Tecnología e Innovación, con carácter de apoyo a la innovación en nuestro país.

Se ha firmado el “Tratado de la Cooperación Económica y Tecnológica entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador y el Plan Director de Cooperación en Ciencia y Tecnología entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador”, pero no tenemos alianzas comerciales definidas como Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), o Tratados de Libre Comercio (TLC), esto ha sido una estrategia ya que nuestro país aún no está en la posibilidad de competir con estos integrantes, ya que por tiempo y distancia tenemos varios puntos en contra, lo que si se ha buscado tener relaciones comerciales, tal es el caso de la reciente reunión del día 12 de Abril, en el cual se analizó la posibilidad de ampliar la oferta exportable de Ecuador hacia el mercado chino, principalmente de flores, frutas frescas y procesadas, como lo dijo a periodistas la subsecretaria de Negociaciones Comerciales Internacionales de la cancillería de Ecuador, Mireya Muñoz.

El Ecuador tiene acuerdos bilaterales con China para el manejo recíproco de inversión.

3.2.4. ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AL MERCADO CHINO.

Figura N° 6. MERCADO CHINO



Las empresas que tengan proyecciones de ingresar en el mercado chino, como el caso de la Empresa Mis Frutales, tendrán que diseñar diversas estrategias para afrontar la complejidad de un sistema de comercialización distinto al nuestro.

Tenemos que tener en cuenta que en la República Popular China el idioma oficial es el chino mandarín sin dejar de lado a otros importantes dialectos.

Por lo que será bueno tomar en cuenta algunas estrategias de comercialización que nos sirvan para poder introducir en este mercado tan complejo la producción de pulpa de tomate de árbol de la empresa Mis Frutales.

3.2.4.1. FACTORES A TOMAR EN CUENTA.

3.2.4.1.1. Proveedores:

1. Investigación del sector, proveedor, producto
2. Ubicación geográfica en China
3. Diferente sector Diferente región
4. Referencias comerciales y gubernamentales

3.2.4.1.2. Correcto manejo de las Relaciones Humanas.

Dentro de una negociación en el mercado Chino existen Protocolos de Negocios, así tenemos:

- a. Ser cortés
- b. Conocer sus costumbres
- c. Ser puntual
- d. Contar con relaciones personales

3.2.4.1.3. El factor cultural constituye un reto a superar al momento de exportar

Debemos realizar un estudio general de las características de la cultura a la que se pretende vender nuestro producto. Para algunos países la palabra no basta y todo es volcado a un contrato mientras que para otros la sola palabra es suficiente. El lenguaje es otro reto adicional a tomar en cuenta, es fácil entender y sorprende a la vez porque se ha incrementado la demanda empresarial para capacitarse en aprender el idioma chino, es la gran atracción que genera el gran mercado. Un punto importante es fijarse en el lenguaje no verbal. Por ejemplo las personas de occidente son más conversadores que los orientales. Es necesario acudir a las embajadas y agregadurías comerciales para que puedan acceder a estos informes. El conocimiento y la comprensión de las diferentes culturas es sin lugar a dudas el mejor camino para llevar a buen término cualquier tipo de negociación.

Para tener éxito en el gran mercado chino no basta cumplir con las exigencias hay que hacer un esfuerzo mayor.

Las empresas tienen que dar un servicio de excelencia. Hay una asociación entre el cumplimiento de las fechas de embarques, por ejemplo, y la percepción de sí hay o no respeto de la contraparte. Por eso, exceder sus requerimientos, otorga una ventaja de negocios importante, a diferencia lo que sucede en los mercados occidentales.

Lo importante es la regularidad de las exportaciones para no generar sorpresas.

Los empresarios chinos se preocupan muchos por los detalles, por eso los orientales se fijan desde la clase en la que viajan los visitantes en el avión, hasta la importancia que tiene dentro de la empresa la persona encargada de negociar con ellos. "Si mandas a una persona que no tiene mucho poder, va a ser recibido por un funcionario junior, lo que va a demorar la posibilidad de cerrar un trato.

3.2.4.1.4. Mente Abierta = Open Mind

Para ingresar en el mercado asiático se requiere una dosis importante de apertura mental para trabajar en otra cultura. Esa es una tarea de marca mayor para las empresas latinas. Pocos profesionales de este lado del mundo tienen la posibilidad de experimentar lugares cosmopolitas durante su vida.

Para ser exitosos en culturas tan diferentes se requiere una gran apertura mental. A un importador de Shanghai no le puedes decir: 'Es que las cosas se hacen así en Latinoamérica'. Tienes que adaptarte a su forma de ver el mundo. Después de todo, ellos son 1.300 millones de personas.

Las provincias chinas de Jiangsu, Guangdong y Shandong, al igual que las grandes ciudades del mundo tienen consumidores dispuestos a comprar productos de alta calidad y precio; sin embargo, en otras regiones nos encontramos con un comportamiento conservador.

"En el sur de China y Taiwán les gusta la uva red globe más pálida y se compra para regalarla; en cambio, en el norte de China y en Corea le asignan mayor valor al sabor que al color. En el norte de China es frecuente el desfile de muchos platos y la única forma de saber que la comida termina es cuando aparece la fruta"

En China las grandes cadenas canalizan las compras de sus salas ofreciendo los mismos productos en todos los locales.

3.2.4.1.5. Prepararse para grandes pedidos

Una de las dificultades que encuentran los medianos y pequeños exportadores en el mercado de China es la complejidad que puede provocar un gran pedido y que genere presiones financieras demasiado grandes; pudiendo provocar desprestigio al no poder cumplir con el pedido.

El mercado chino puede generar demandas altas y frente a esa posibilidad, es importante que se formen redes entre empresas exportadoras que están en el mismo rubro. Es mucho mejor repartir las ganancias que perder a un cliente.

3.2.4.1.6. Planificación en el momento de la negociación:

Manejar la ansiedad por hacer negocios es vital. La precipitación por cerrar un trato rápido puede ser ofensiva y/o generar desconfianza en compradores chinos- Beijing. A diferencia de los occidentales, cuando un oriental negocia no sólo está preocupado de la mera transacción, sus esfuerzos están destinados a aquilatar si es posible establecer una relación de largo plazo con su contraparte. Es decir, si tiene la posibilidad de convertirse en un proveedor confiable durante la próxima década.

Debemos ser responsables con los pedidos para que a su vez ellos respondan con creces y son muy leales. Hay ocasiones que aunque haya pérdidas ellos asumen parte de las mismas, pues les interesan las relaciones a largo plazo.

El rápido crecimiento de la economía de Shanghai y de los ingresos de las familias abre espacios de negocios. Los consumidores, en especial las nuevas generaciones de profesionales, buscan nuevos productos, con énfasis en aquellos más naturales y saludables, como los orgánicos.

Tenemos que mirar el mercado chino más allá de Shanghai y Beijing, donde la competencia es más dura, ya que hay ciudades intermedias con 3 a 9 millones de habitantes a las cuales se puede acceder con mayor facilidad. La segunda es viajar a conocer el mercado y tratar directamente con los importadores. En China es muy importante tomar contacto cara a cara".

3.2.4.2. ALGUNOS TIPS PARA INICIAR OPERACIONES EN EL EXTERIOR.

Hemos establecido algunos tips para la correcta comercialización en el exterior, los que queremos poner en consideración de la Empresa Mis Frutales S.A.

a. Saber si nuestra empresa está en condiciones de exportar, en nuestro caso sí lo está, realizando estadísticas de la empresa podremos conocer el volumen de producción y venta de los últimos años, las variaciones en los stocks, análisis de costos podrá definir el cuadro de ventas actual y futuro.

b. Verificar que la tecnología actual se adapte a la producción de bienes destinados a la exportación. Si las expectativas futuras superan la capacidad actual, se deberá plantear la incorporación de nuevos equipos con el avance tecnológico requerido.

c. La selección de los productos a exportar debería ser el resultado de un estudio de producto y mercado, por consiguiente un bien comercializado en el mercado interno puede no serlo en el mercado externo.

d. Es un producto de fácil adaptación? De adaptarlo cuál será mi costo? Los insumos son de fácil abastecimiento? Se requerirá personal de la empresa o se contratará personal externo?

3.2.5 EXPORTACIÓN.

3.2.5.1. ESTANDARIZACIÓN COMERCIAL.

Dentro de este punto trataremos sobre la entrega del producto para el consumo o para uso como materia prima o para la transformación en otros productos, la marca, embalaje, cantidad tamaño, envase, marca, condiciones de entrega, financiamiento, entre otros puntos.

3.2.5.1.1. EMBALAJE.

Cualquier medio material, que sirve para acondicionar, presentar, embalar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía.

“Todo aquello que agrupa, contiene y protege debidamente los productos envasados, facilitando el manejo en las operaciones de transporte y almacenamiento, e identifica su

contenido. Por medio del embalaje se protegen los productos contra los riesgos de transporte a que están expuestos durante su traslado a puntos distantes, con objeto de que lleguen al comprador sin sufrir mermas o deformaciones y en aceptables condiciones de calidad y presentación”¹¹

- El embalaje es la protección del producto durante el transporte.

Es muy importante que la empresa siga ciertos pasos de rigor, con el fin de que el producto llegue en las mejores condiciones hasta el lugar de destino.

MODELO DE CAJAS DE ESPUMAFLEX PARA EL EMBALAJE DEL PRODUCTO PULPA DE TOMATE DE ÁRBOL.

Figura N° 7. MODELOS DE CAJA PARA EL EMBALAJE



- Estas son las cajas de espuma flex especiales para el envío hacia el país de destino.

Estructura: Gracias a su resistencia estructural brinda una excelente protección, durabilidad y facilidad de apilamiento.

3.2.5.1.2. CONDICIONES DEL EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN

Se colocará en Cajas de espuma flex las mismas que contendrán 20 unidades es decir 20 kilos de 1000 gr. Cada caja, esta caja servirá para que el producto se mantenga congelado.

¹¹Cadena de Exportación y Programas Bid y FODE/ Corpei/ tomo 1 2011.

El seguro de transporte el exportador debe gestionar la separación de cupo en el medio de transporte y acordar el seguro.

3.2.5.1.3. ENVASE/EMPAQUE

Todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para CONTENER, PROTEGER, MANIPULAR, DISTRIBUIR Y PRESENTAR mercancías, desde materias primas hasta artículos acabados, en cualquier fase de la cadena de fabricación, distribución y consumo. También se consideran envases todos los artículos desechables utilizados con este mismo fin.

Un alimento envasado EN FUNDA DE POLIETILENO una vez abierto puede conservarse en nevera dentro de su envase original por 3 o 4 días sin ningún riesgo.

Envase.- Recipiente que contiene el producto, para protegerlo o conservarlo, y que facilita su manipulación, almacenamiento, distribución y presenta la etiqueta o rótulo indicativo.

3.2.5.1.4. ENVASE

- Su envase será en FUNDAS DE POLIETILENO para conservar el producto
- La FUNDAS son selladas con maquina selladora.
- Las Fundas son cerradas y selladas, en este punto se encuentran listas para ser enviadas a su destino.
- Un alimento envasado de funda de polietileno una vez abierto puede conservarse en nevera dentro de su envase original por 3 o 4 días sin ningún riesgo.
- La pulpa de TOMATE DE ÁRBOL envasada en funda de polietileno será enviada una vez al mes, debido a la estacionalidad del producto, en una naviera contratada por otra empresa de tal forma que compartamos los gastos.

3.2.5.1.5. CARACTERÍSTICAS DEL ENVASE

Un envase en funda de polietileno es muy seguro y rápido de abrirlo, ya que durante su proceso de sellado se somete a un proceso hermético.

MODELO DE FUNDA DE POLITILIENO PARA EL ENVASE DEL PRODUCTO

Figura N° 8. MODELO DE FUNDA PARA EL ENVASE DEL PRODUCTO



El alimento envasado una vez abierto puede conservarse en nevera dentro de su envase original por 3 o 4 días sin ningún riesgo, la probabilidad de alteración de un alimento envasado es muy escasa, y si esta llega a producirse, se produce por lo general dentro de las primeras 72 horas tras su elaboración, y es fácilmente detectable, lo que permite al empacador realizar una adecuada selección y análisis de los productos que van a salir al mercado.

Los envases en funda de polietileno tienen algunos componentes que ayudan a proteger el alimento contenido, como son el estaño y las lacas sanitarias, y su presencia depende de la composición química y características organolépticas del alimento envasado.

En los envases en funda de polietileno la interacción empaque-alimento es deseada, ya que estos componentes contribuyen a conservar y en muchos casos a mejorar las características del producto.

3.2.5.1.6. TIPO DE CONTENEDOR

Figura N° 9. TIPO DE CONTENEDOR



Para usos generales y carga sólida se utilizará el contenedor de 20 pies (6m) de largo, tienen 8 pies (2.4m) de ancho por lo que el centro de carga esta a 48 pulgadas (1200mm),/// debe ser un contenedor con refrigerador.

Cuadro N° 6. ESPECIFICACIONES DE UN CONTENEDOR

ESPECIFICACIONES DE UN CONTENEDOR		
LARGO EXTERIOR	238.5 PULGADAS	12,192 MM
ANCHO EXTERIOR	95.08 PULGADAS	2,438 MM
ALTURAS EXTERIOR	102.1 PULGADAS	2,591 MM
LARGO INTERIOR	232.28 PULGADAS	5,900 MM
ANCHO INTERIOR	92.6 PULGADAS	2,352 MM
ALTURA INTERIOR	94.29 PULGADAS	2,395 MM
ANCHO DE LA PUERTA	92,24 INCHES	2,343 MM
ALTURA DE LA PUERTA	89.76 INCHES	2,280 MM
CAPACIDAD CUBICA	1,172.62 PIES CUBICOS	
RANGO DE TEMPERATURA	NO ESTA DISPONIBLE	
CARGA DE MATERIALES PELIGROSOS	SI	

Elaborado por Cristina Quintanilla.

- Los embalajes deberán facilitar el transporte y la distribución. (Tendencia a la unificación y estandarización de carga).
- La posibilidad de llevar un producto fabricado en cualquier parte del mundo a cualquier destino exigirá mayor duración de los productos (Aumento de vida útil).
- Las consideraciones ambientales tendrán mayor importancia para los sistemas de envase y embalaje.
- El desarrollo del sector de envases y embalajes estará fuertemente influenciado por las exigencias en cuanto a seguridad, nuevas tecnologías para el mantenimiento de la calidad y por cuestiones ambientales.
- El desarrollo del sector de envases y embalajes estará fuertemente influenciado por los siguientes aspectos:
 - Exigencias en cuanto a seguridad.
 - Nuevas tecnologías para el mantenimiento de la calidad y por cuestiones ambientales.
 - Patrones de estilo de vida de los consumidores.
 - Población y cambios demográficos.
 - Actitudes del consumidor de país de destino.

3.2.5.1.7. FORMA DE PAGO

La forma de pago se realizara 50% el importador y 50% el exportador, es decir que la empresa Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES tiene que cubrir la mitad del pago para poder producir.

3.2.5.1.8. VENTAJAS COMPETITIVAS

Todo producto de exportación tiene sus ventajas competitivas las nuestras son:

- El tomate es cultivado de una manera orgánica y al ser envasada en funda de polietileno puede conservarse hasta un año con todos sus valores nutricionales.

- Gracias a que nuestro país se encuentra en la mitad del mundo poseemos una gran ventaja natural ya que los rayos del sol caen perpendicularmente y esto ayuda que todos los productos del Ecuador tengan un nivel de nutrientes y proteínas más elevado que el de Perú y Bolivia, además que el tomate de árbol de Ecuador tiene un sabor más exquisito que el de otros países,

3.2.5.2. DOCUMENTACIÓN.

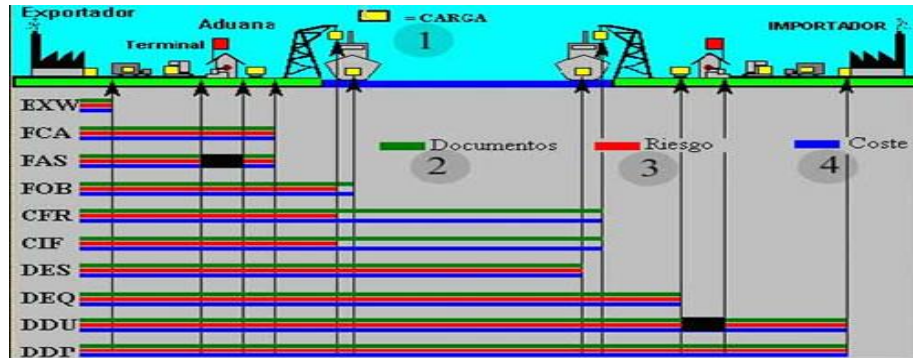
- Registro como exportador
- Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Código de catastro para exportadores del sector público.
- El Registro se obtendrá en cualquier Banco Corresponsal del Banco Central del Ecuador.
- Documentos habilitantes para exportar (permisos Sanitarios).
- Formulario Único de Exportación.
- Factura Comercial.
- Documento de Embarque emitido por el transportista.
- Cupón de aportación a la CORPEI.
- Formulario de Utilización de Preferencias Arancelarias

Otros Documentos:

- Documentos de transporte:
- Exportaciones vía marítima:
- Requieren Conocimiento de Embarque Marítimo o (Bill of Lading)B/L.

3.2.5.3. INCOTERMS - TÉRMINOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

Figura N° 10. INCOTERMS



Son normas para la interpretación de los términos comerciales utilizados en las transacciones internacionales, elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional.

Los INCOTERMS regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación.¹²

Se recomienda a la Empresa Mis Frutales utilizar el INCOTERMS:

FOB (Free On Board - Libre a Bordo)

Mis Frutales S.A., cumple su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido, en este caso en China.

Si las partes no han acordado estrictamente que la entrega de las mercancías se cumple, "cruzando los rieles de carga de buque" (borda del buque), debe ser usado el término FCA, con esto evitaríamos cualquier riesgo de mala manipulación en el puerto de China y cumpliríamos con nuestra parte, incluso ahorrando tiempo de desaduanización y costos económicos.

¹²Encarta 2010/ WINDOWS.

3.2.5.3.1. Descripción de Gastos la procesadora Mis Frutales S.A, al utilizar FOB:

- La Procesadora Agroindustrial Mis Frutales S.A deberá ser responsable de:
 - Asumir los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
 - La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
 - Asumir a su riesgo y expensas los gastos de aduana en el punto de embarque (agente, permisos e impuestos).
 - Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.

- El Comprador deberá ser responsable de:
 - La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
 - Asumir los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional).
 - Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido.(fábrica, taller o bodega del comprador)

CAPÍTULO IV.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- Se determinó que con la realización del estudio de mercado para la comercialización de la pulpa natural de tomate de árbol, la Procesadora Agroindustrial MIS FRUTALES S.A puede exportar hacia el mercado de Beijing – China ya que existe una demanda insatisfecha de 10.00 toneladas anuales equivalentes a 29098 kilos, la misma que podría ser cubierta por la empresa de acuerdo al cronograma de negociación efectuado en el proyecto.
- Como todo producto de exportación que se está introduciendo en el mercado internacional, la pulpa de tomate de árbol presenta sensibilidad a la variación de los precios por la presencia de sustitutos mejor posicionados; también es sensible a la variación en los costos del paquete tecnológico, factor que influye directamente en la productividad de la plantación, que incluye insumos importados cuyo incremento en los precios afecta a la productividad.
- Para tener éxito en el gran mercado chino no basta cumplir con las exigencias hay que hacer un esfuerzo mayor, las empresas tienen que dar un servicio de excelencia. Hay una asociación entre el cumplimiento de las fechas de embarques, por ejemplo, y la percepción de si hay o no respeto de la contraparte. Por eso, exceder sus requerimientos otorga una ventaja de negocios importante, a diferencia lo que sucede en los mercados occidentales.
- La pulpa de tomate de árbol no solo abre un nuevo mercado para sí mismo, sino que abre las puertas para la exportación de derivados de otras frutas tradicionales como no tradicionales. Por tratarse de un producto bien posicionado en la cultura alimenticia ecuatoriana, el tomate de árbol tiene un gran futuro comercial ante un mercado creciente.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Aplicar el proyecto ya que es la base fundamental de una actividad productiva que constituye el sustento económico de muchos hogares e identificar y establecer relaciones costo-beneficio en el apoyo a compras y ventas.
- Establecer alianzas estratégicas entre productores y agroindustriales ya que el excesivo número de intermediarios provocan que los precios varíen debilitando la competitividad de la cadena.
- La organización ejecutora del proyecto debe evaluar y documentar los resultados que se van logrando y estableciendo sistemas de información para intercambiar las ideas de tal manera que se logre resultados positivos.
- Realizar cuadros estadísticos de la empresa para conocer el volumen de producción y venta de los últimos años, las variaciones en los stocks, análisis de costos, gastos y de esa manera se podrá definir el cuadro de ventas actual y futuro.
- Verificar que la tecnología actual se adapte a la producción de bienes destinados a la exportación. Si las expectativas futuras superan la capacidad actual, se deberá plantear la incorporación de nuevos equipos con el avance tecnológico requerido.
- La selección de los productos a exportar deberá resultar de un estudio de producto y mercado, por consiguiente un bien comercializado en el mercado interno puede no serlo en el mercado externo
- Con la gestión administrativa se estableció un plan estratégico de la empresa procesadora agroindustrial “Mis Frutales”, el mismo que nos brinda la oportunidad de tener un marco referencial empresarial pues este nos permitirá reforzar la idea de ¿Dónde queremos llegar? Y ¿Cómo estamos para llegar?, permitiendo encontrar los objetivos estratégicos adecuados para cumplir con la misión y visión de la empresa.

RESUMEN

La presente tesis “Estudio de Mercado para la Comercialización de la pulpa natural de tomate de árbol de la Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales” S. A. de la parroquia San Luís, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el mercado de Beijing – China”; está realizada para proporcionar a la empresa nuevas posibilidades y expectativas de ampliar su mercado a nivel internacional.

Esta investigación está encaminada a fortalecer y concientizar a los agricultores que los recursos naturales potenciales que posee nuestro país; deben ser explotados al máximo, primeramente para darlos a conocer internacionalmente y demostrar que nuestro país está preparado para grandes cosas; que el petróleo no es el único recurso natural que poseemos, que gozamos de un país maravilloso con diversidad de productos naturales; y que a la vez, con todo esta variedad de productos podemos generar mayor ingresos de divisas a nuestro país, que los mismos pueden ser exportados tanto de forma natural como procesados y que con empuje y empeño se tiene grandes posibilidades de ser aceptados en mercados nacionales e internacionales.

A través de estudio de mercado hemos podido determinar que es factible la introducción del producto que produce la empresa hacia este país asiático, ya que los chinos tienen un lema que “la comida no termina hasta que le pasen su bebida natural”, sumado esto a las virtudes del producto. Por lo que la Procesadora Agroindustrial “Mis Frutales” S. A. está y tiene la capacidad suficiente de cubrir la demanda insatisfecha.

La pulpa de tomate de árbol no solo abre un nuevo mercado para la exportación de derivados de otras frutas tradicionales como no tradicionales. Por tratarse de un producto bien posicionado en la cultura alimenticia ecuatoriana, el tomate de árbol tiene un gran futuro comercial ante un mercado creciente.

Siendo también un referente para futuros estudios y facilitar los procesos sistemáticos de otras empresas que quieran incursionar en nuevos mercados, por ello es recomendable

establecer alianzas estratégicas entre productores y agricultores, ya que el excesivo número de intermediarios provocan que los precios varíen debilitando la competitividad de las cadenas.

SUMMARY

Market Study for the natural tree tomato pulp commercialization of the Agro Industrial Processing "My Fruit "S.A. in St. Louis, Riobamba City, Chimborazo Province to the Beijing - China market, to provide the company with new opportunities and expectations to expand its international market.

This research purpose is to strengthen and raise awareness in farmers about potential natural resources in our country, these products should be fully exploited, to advertise them internationally and demonstrate that Ecuador is ready for big challenges; the world must know that petroleum is not the only natural resource that Ecuador has. Wonderful diverse natural products are also found and with all this variety of products more foreign exchange earnings can be generated to our country, these products can be exported both natural and processed and with hard work and commitment been accepted in national and international markets.

The deductive and inductive methods were used. Through market feasibility of introducing this new product to China was determined; the Chinese people have a slogan "There is no food without natural drink". There is an unsatisfied demand and the Agro Industrial Processing "My Fruit" is ready to meet it.

The three tomato pulp not only opens a new market to export other traditional and nontraditional fruits, but also it has a great commercial future in a growing market.

It is recommended to establish strategic alliances between producers and farming industries because the excessive number of third-part businesses enlarges the products cost.

BIBLIOGRAFIA.

GARCÍA FONSECA, Cándido, Elementos de Comercio Exterior, México, Trillas, 2004.

CONTINOLO, C, De las finanzas y su realización., Paidós, 2002 .

LERMA KIRCHNER, Alejandro Eugenio, Comercio Internacional, México, Ecafsa, 2000.

ESPINOSA HERRERA, Nemesio. Antología de la administración, San Marcos. Lima, 2004.

MINERVINI, Nicolás, La Ingeniería de la Exportación, México, McGraw-Hill, 2001.

HAAR, Jerry; **ORTIZ BUONAFINA**, Marta, Como Exportar a los Estados Unidos. México, Limusa, 1994.

BERUMEN, Sergio A; **ARRIAZA IBARRA**, Karen, Negocios Internacionales en un Mundo Globalizado, México, Cecsá, 2004.

ZAPATA, Pedro, Contabilidad de Costos, Bogotá, McGraw-Hill, 1999.

WESTON, J. Fred y Eugene F. **BRIGHAM**, Fundamentos de Administración Financiera, 10 Ed México, Edit. Mc-Graw Hill, 1993.

RIGGS, James L, Ingeniería Económica, 2 Ed, México Mc-Graw Hill, 1983.

PERDOMO MORENO, Abraham, Planeación de Sociedades mercantiles. 14 Ed. México, Edit. Thomson, 2002.

FIERRO MARTINEZ, Ángel María, Planeación y Evaluación Financiera, 2 Ed. Bogotá, Edit. Eco Ediciones, 2004.

KREITNER, Robert y **KINICKI**, Ángelo, Comportamiento de las Organizaciones, Madrid, Edit. Irwi, 1996.

LARROULET, Cristian y **MOCHON**, Francisco. Economía. Madrid, Edit. Mc-Graw Hill, 2000.

FALCÓN Ponce, William, Términos Económicos, Financieros y Bursátiles, 2 Ed. 2001.

PROCESADORA AGROINDUSTRIAL Mis Frutales S.A., Proceso de Producción y Distribución del producto. San Luis.

ENCICLOPEDIA VIRTUAL ENCARTA. Terminología. 2011.

WEBGRAFÍA

http://es.wikipedia.org/comercio_internacional, comercio exterior, definición, teorías, restricciones al comercio internacional, Incoterms, 2012, (en línea)

<http://www.elegro.com.ec/ediciones/agro130/pdf/elagro130-36378.pdf>, Información del tomate de árbol., (en línea)

<http://procesodefutas.blogspot.com/>, Proceso de producción de la pulpa de tomate de árbol, (en línea)

<http://clubensayos.com/Acontecimientos-Sociales/Politica-Y-Economia-DeLa/173537.html>, Política, Economía del país de China, (en línea)

http://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%ABblica_Popular_China#cite_note-55, Información de China, (en línea)

www.infoagro.com, Agricultura y cultivos de las frutas, (en línea)

www.comunidadandina.org, Acuerdos comerciales con Ecuador y el Mundo (en línea)

www.corpei.org, Atención al cliente, 2012, (en línea)

www.bce.fin.ec, Inflación exportaciones de Ecuador, 2012, (em línea)

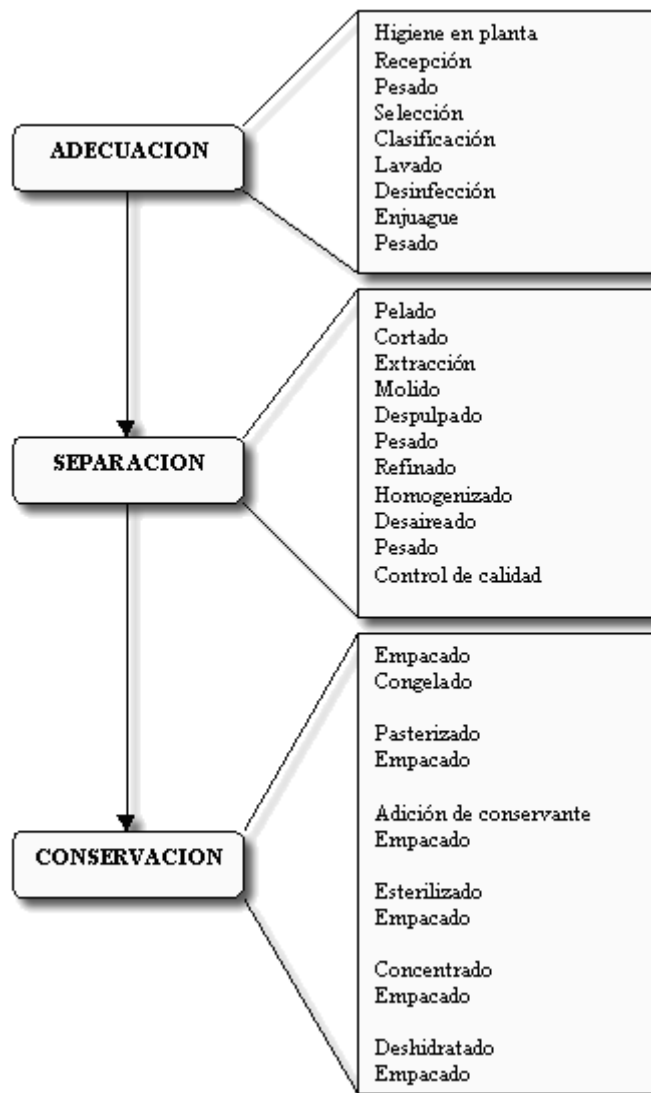
www.meaduchina.ec/ch, Censo 2011-2012, Mercantil Aduana China, (en línea)

www.google.com/, Información de BEIJING – CHINA, (en línea)

ANEXOS

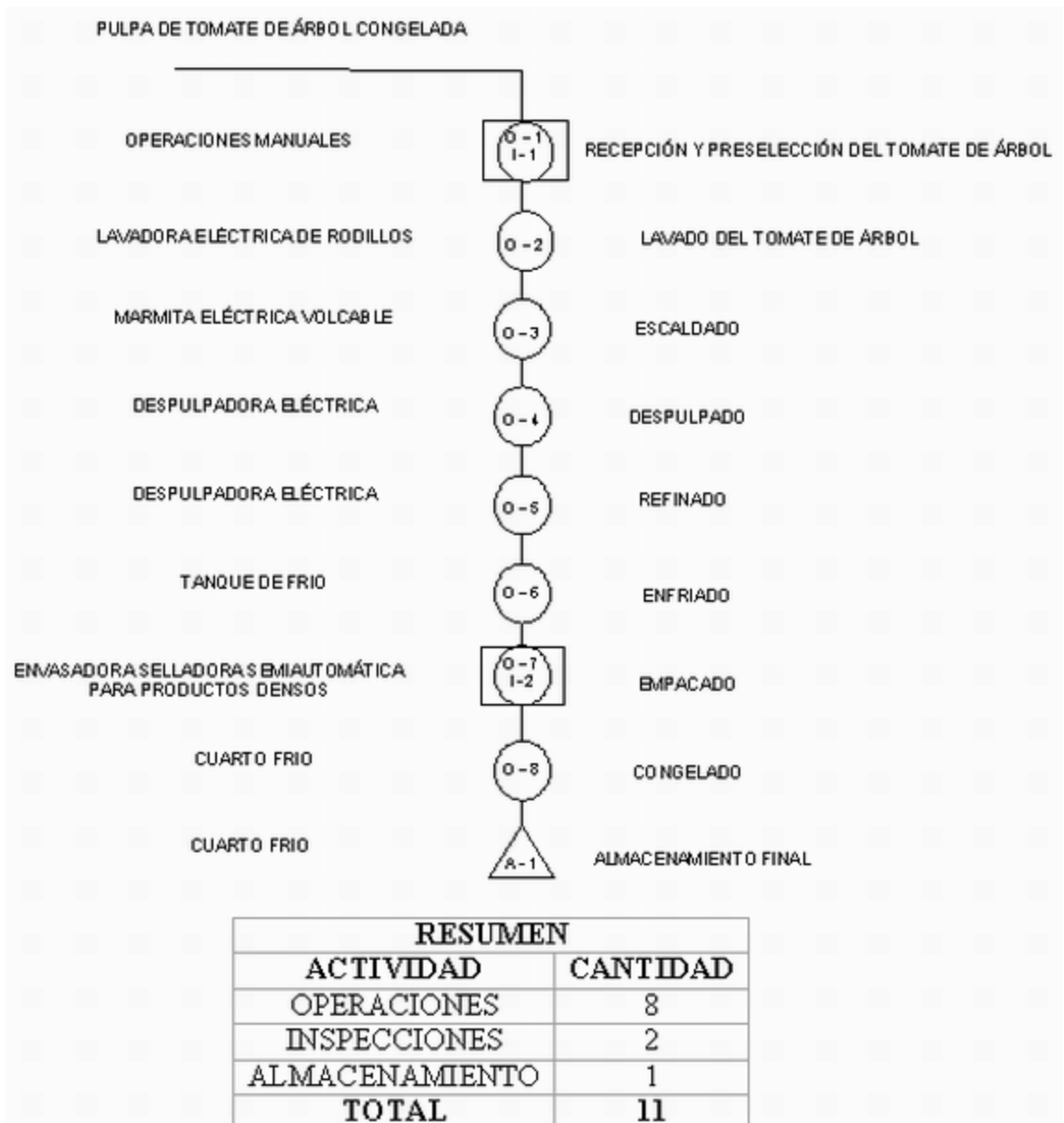
ANEXO N. 1.

PROCESO DE CLASIFICACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL, PARA LA ELABORACIÓN DE LA PULPA.



ANEXO N. 2.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA PULPA DE TOMATE DE ÁRBOL CONGELADO



Fuente: El Autor.

ANEXO N. 3.

DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES A REALIZAR PARA EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE PULPA DE TOMATE DE ÁRBOL.

OPERACIÓN	INSPECCIÓN	ALMACENAMIENTO	TRANSPORTE	DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES
●	□	△	→	Compra del tomate de árbol seleccionado en el galpón de frutas y verduras de Cenabastos y selección preliminar.
○	□	△	→	Transporte del tomate de árbol en canastas hasta la planta de procesamiento, utilizando un carro montacargas.
○	□	△	→	Inspección y selección manual del tomate de árbol sobre la mesa de trabajo, eliminando aquellas que se encuentren en mal estado.
○	□	△	→	Transporte del tomate de árbol por banda transportadora hasta el equipo de lavado.
●	□	△	→	Lavado del tomate de árbol utilizando la máquina lavadora de rodillos.
●	□	△	→	Transporte del tomate de árbol sobre banda transportadora hasta la marmita eléctrica.
●	□	△	→	Escaldado en marmita eléctrica.
●	□	△	→	Vaciado de la marmita eléctrica y alimentación de la despulpadora.
●	□	△	→	Despulpado del tomate de árbol en máquina despulpadora.
●	□	△	→	Refinado de la pulpa de tomate de árbol utilizando la máquina despulpadora y tamiz menor.
○	□	△	→	Transporte por tubería a tanque de frío utilizando bomba positiva.
○	□	△	→	Enfriamiento mediante la disminución gradual de la temperatura de la pulpa de frutas en el tanque de frío.
○	□	△	→	Transporte por tubería a envasadora semiautomática utilizando bomba positiva.
○	□	△	→	Envasado y sellado en bolsas de polipropileno de media densidad (calibre 3), utilizando envasadora semiautomática.
○	□	△	→	Transporte de la pulpa de tomate de árbol en canastas a cuarto frío utilizando carro montacargas pequeño.
○	□	△	→	Congelación en cuarto frío.
○	□	△	→	Almacenamiento final en cuarto frío hasta despacho de producto terminado.

Fuente: El Autor

ANEXO N.4

ELABORACIÓN DE LA PULPA DE TOMATE DE ÁRBOL. MIS FRUTALES S.A.

➤ RECOLECCIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL.



➤ RECIBO DE LA MATERIA PRIMA EN LA EMPRESA.



➤ **PROCESO DE SELECCIÓN O CLASIFICACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL.**



➤ **PROCESO DE DESPULPADO DEL TOMATE DE ÁRBOL.**



➤ **PROCESO DE COCCIÓN (TOMATE DE ÁRBOL)**



➤ **PROCESO DE ENFUNDADO Y SELLADO**



➤ **PROCESO DE CONGELAMIENTO EN LAS PERCHAS EN EL CUARTO FRÍO**



➤ **PRODUCTO TERMINADO**



➤ **PROCESO: GUARDAR EL PRODUCTO TERMINADO EN LA BODEGA (CONTENEDOR) LISTO PARA SU EXPORTACIÓN.**





LA PULPA DE TOMATE DE ÁRBOL PUEDE SER UTILIZADA TANTO PARA EL CONSUMIDOR FINAL COMO PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN

