



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TUNA PELADA PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA “VITA TUNA” DESDE EL CANTÓN GUANO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO HOLANDA (PAÍSES BAJOS) – ÁMSTERDAM, PERIODO 2015-2016”

AUTORA:

MARIA ELENA BALSECA VALLEJO

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICADO DE TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Sra. María Elena Balseca Vallejo, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Bolívar Alexis Ricaurte Coto

DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Javier Alonso Viñán Carrera

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, María Elena Balseca Vallejo, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 de mayo de 2016

María Elena Balseca Vallejo

C.I. 060419061-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A una persona muy especial en mi vida: mi esposo Edwin Freire, por su amor y comprensión; por estar siempre apoyándome en las decisiones que tome. A mi hija Candy Valentina por ser parte de mi vida, porque con ella he aprendido a ser feliz, y fue mi inspiración para culminar esta etapa de mi vida.

A mis primos Mayra y José Luis Guerrero por compartir momentos significativos conmigo y por estar siempre dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme día a día la fuerza y empuje necesario para culminar una etapa muy importante en mi vida, demostrándome cada día que es viable llevar a cabo las metas y objetivos trazados.

También agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, que me brindó la oportunidad de realizar mis estudios y de la cual siempre he recibido apoyo constante por parte del personal administrativo y de sus docentes por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales para un integral desarrollo académico.

Mi sincero agradecimiento a los ingenieros Bolívar Ricaurte y Javier Viñán, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por su paciencia, entrega y valiosos consejos que me permitieron alcanzar los objetivos de esta tesis.

En especial a mi familia, que siempre estuvieron en los momentos felices y más duros de mi vida, brindándome sus consejos y su apoyo incondicional para culminar esta etapa.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, tiempo e información para el logro de mis objetivos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificado de tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de imágenes.....	xiii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Executive summary.....	xv
Introducción	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del Problema.....	3
1.1.2. Delimitación del Problema	4
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4. IDEA A DEFENDER	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA	7
2.2.1. Teorías Sobre El Comercio Internacional.....	7
2.2.2. Teoría De La Ventaja Absoluta	7
2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa	8
2.2.4. Teoría de la Ventaja Competitiva	9
2.2.5. Teoría Pura y Monetaria del Comercio Internacional.	10
2.2.6. Teorías Clásica de la Administración	11
2.3. FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....	12

2.3.1. Valores Empresariales	12
2.3.2. Desempeño laboral	13
2.3.3.Ética Empresarial.....	13
2.3.4. Responsabilidad Social	14
2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4.1. Constitución del Ecuador.....	15
2.4.2. Plan del Buen Vivir.....	16
2.4.3. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	16
2.5. MARCO CONCEPTUAL	17
2.5.1. Antecedentes de la Tuna y Empresa	17
2.5.2. Generalidades.....	20
2.5.3. Principales áreas y zonas productoras de tuna.....	21
2.5.4. Importancia y Usos de la Tuna	23
2.5.5. Beneficios de la Tuna	24
2.5.6. Composición Nutricional	25
2.5.7. Tipos de Tunas.....	27
2.5.8. ¿Cómo Elegir una Tuna?	28
2.5.9. Métodos de Cosecha para la Tuna	29
2.5.10. La Empresa	29
2.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	35
2.6.1. Características de la Producción Agrícola de la Tuna en el Ecuador	35
2.6.2. Situación Nacional del Producto.....	36
2.6.3. Variedades comerciales producidas en Ecuador.....	36
2.6.4. Principales Exportadores	37
2.7. CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN	37
2.8. MARCO METODOLÓGICO.....	39
2.8.1. Métodos	39
2.8.2. Técnicas e Instrumentos de Investigación.	39
2.8.3. Unidad de Estudio.....	39
2.8.4. Población	40
2.8.5. Muestra	40
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO	41
3.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	41

3.1.1. Ambiente Económico	41
3.1.2. Ambiente Social.....	48
3.1.3. Ambiente político	49
3.2. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO	51
3.2.1. Análisis de las 5 fuerzas de Porter	51
3.3. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y HOLANDA (PAÍSES BAJOS).....	53
3.4. VÍAS DE ACCESO DE HOLANDA	56
3.5. ANÁLISIS FODA	57
3.5.1. FODA Cruzado o Cruce de Variables	58
3.6. DEMANDA	60
3.6.1. Metodología para cuantificar la demanda.....	60
3.6.2. Producción de tuna en Holanda	60
3.6.2.1. Proyecciones	61
3.6.3. Importaciones de tuna en Holanda.....	62
3.6.4. Proyección de las importaciones de tuna en Holanda.....	63
3.6.5. Exportaciones de tuna en Holanda.....	64
3.6.6. Proyección de las exportaciones de tuna en Holanda	65
3.6.7. Consumo Aparente	65
3.6.8. Población económicamente activa de Holanda	66
3.6.9. Consumo Per Cápita	67
3.6.10. Consumo Recomendado	67
3.6.11. Déficit por Habitante	68
3.6.12. Déficit Total.....	69
3.7. OFERTA.....	70
3.7.1. Producción de tuna.....	70
3.7.2. Producción de la Empresa Vita Tuna.	71
3.7.3. Proyección	71
3.8. DEMANDA INSATISFECHA.....	72
3.9. PRECIO	73
3.9.1. Precios de la tuna en el mercado nacional	74
3.9.2. Precios de la tuna a nivel mundial	74
CAPITULO IV: PROPUESTA	75
4.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	75

4.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	75
4.2.1. Espacio físico.....	75
4.2.2. Localización de los oferentes.....	76
4.2.3. Localización de los Demandantes.....	77
4.2.3.1. Definición del Mercado Meta.....	77
4.2.3.2. Economía.....	80
4.2.3.3. Principales Sectores de la Economía.....	80
4.2.3.4. Agrícolas y de Consumo.....	81
4.2.3.5. Industriales y de Servicios.....	82
4.2.3.6. Servicios.....	83
4.2.3.7. El Sector Exterior.....	83
4.2.4. Segmentación del Mercado.....	84
4.4. CERTIFICADOS.....	90
4.5. TRÁMITES DE EXPORTACIÓN.....	91
4.6. PROCEDIMIENTO PARA EXPORTACIÓN DE TUNA A HOLANDA.....	91
4.6.1. Requisitos de etiquetado de productos alimenticios.....	92
4.7. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.....	92
4.7.1. Cadena Comercial.....	93
4.7.2. Incoterms.....	93
4.7.3. Selección del Transporte.....	95
4.8. MERCANCIA A BORDO.....	95
4.9. CONTENEDOR.....	95
4.9.1. Características del contenedor.....	96
4.10. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	96
4.11. FORMAS DE PAGO.....	97
4.12. INFORMACIÓN ARANCELARIA DE ECUADOR Y HOLANDA.....	98
4.13. PRECIO DE EXPORTACIÓN.....	98
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....	100
5.1. ESTADOS FINANCIEROS.....	100
5.2. BALANCE GENERAL.....	100
5.2.1. Flujo de Caja.....	102
5.3. VALOR ACTUAL NETO.....	104
5.4. TASA INTERNA DE RETORNO.....	105

5.5. RELACIÓN BENEFICIO COSTO	106
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES.....	109
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXOS	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Zonas Representativas de la producción de tuna.....	22
Tabla 2: Composición Nutricional de la Tuna.....	26
Tabla 3: Producto Interno Bruto	41
Tabla 4: Distribución Sectorial del PIB	42
Tabla 5: PIB Per Cápita	42
Tabla 6: Inflación.....	43
Tabla 7: Tasa de interés activa y pasiva	44
Tabla 8: Precio Barril de Petróleo.....	44
Tabla 9: Riesgo País	45
Tabla 10 : Población de Ecuador por Provincias	48
Tabla 11: Autoridades que rigen el Gobierno.....	50
Tabla 12: Ministerios del Ecuador.....	50
Tabla 13: Productos ecuatorianos exportados a Países Bajos.....	54
Tabla 14: Análisis FODA	58
Tabla 15: Cruce de Variables.....	59
Tabla 16: Producción Nacional De Tuna En Holanda.....	61
Tabla 17: Cálculo Para La Proyección De Producción Nacional	61
Tabla 18: Proyección De La Producción Nacional.....	62
Tabla 19: Importaciones de Tuna en Holanda	63
Tabla 20: Calculo para la Proyección de Producción Nacional.....	63
Tabla 21: Proyección de las importaciones	64
Tabla 22: Exportación de Tuna.....	64
Tabla 23: Consumo Aparente	65
Tabla 24: PEA de Holanda	66
Tabla 25: Proyección PEA Holanda	66
Tabla 26: Consumo Per Cápita de Tuna en Holanda.....	67
Tabla 27: Consumo Recomendado de Tuna	68
Tabla 28: Déficit Por Habitante	68
Tabla 29: Déficit Total.....	69
Tabla 30: Producción de Tuna	71
Tabla 31: Proyección de la producción nacional	71

Tabla 32: Distribución De La Producción Vita Tuna	72
Tabla 33: Demanda insatisfecha	73
Tabla 34 Precio de tuna nivel mundial	74
Tabla 35: Tamaño de la empresa	75
Tabla 36: Indicadores Económicos de Holanda	78
Tabla 37: Principales Productos Exportados por Holanda-Países Bajos	84
Tabla 38: Segmentación de Mercado.....	85
Tabla 39: Certificación Orgánica.....	91
Tabla 40: Características del contenedor	96
Tabla 41: Partida Arancelaria Ecuador	98
Tabla 42: Partida Arancelaria Holanda.....	98
Tabla 43: Precio de Exportación de la Tuna.....	99
Tabla 44: Balance Situación Inicial	101
Tabla 45: Estado de Resultados	102
Tabla 46: Flujo de Caja.....	102
Tabla 47: Calculo de flujo de caja Ingresos.....	103
Tabla 48: Cálculo de flujo de caja Egresos.....	104
Tabla 49: Flujo de caja proyectado	104
Tabla 50. Indicadores financieros	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principales mercados de productos no petroleros.....	45
Gráfico 2: Principales Proveedores de las Importaciones.....	46
Gráfico 3: Indicadores del Mercado Laboral	49
Gráfico 4: 5 Fuerzas de Porter	52
Gráfico 5: Flujo gramal de la planta de producción	76
Gráfico 6: Holanda- Países Bajos	77
Gráfico 7: Incoterms	93
Gráfico 8: FAS.....	94

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: La Tuna.....	24
Imagen 2: Tuna silvestre.....	27
Imagen 3: Tuna amarilla con espinas	27
Imagen 4: Tuna blanca.....	28
Imagen 5: Tuna amarilla sin espina	28
Imagen 6: Ubicación Geográfica del Cantón Guano	33
Imagen 7 : Tuna en Malla	33
Imagen 8: Tuna Pelada en Tarrina	33
Imagen 9: Mermelada de Tuna	34
Imagen 10: Vino de Tuna	34
Imagen 11: Shampoo de Tuna	34
Imagen 12: Presentación del Producto.....	96

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este estudio es demostrar la exportación de Tuna pelada hacia el mercado de Holanda, para lo cual fue necesario realizar el análisis de todas las características del producto, para su debida exportación.

Esto se complementa a un análisis de mercado tanto nacional como internacional que permite utilizar y examinar datos históricos para realizar la oferta y demanda del producto, tomando en cuenta la calidad, el sabor, el peso, los valores nutricionales, los tiempos de maduración entre otros factores.

Actualmente la producción de Tuna en el país se produce en varias provincias, entre las principales son de la Provincia de Chimborazo e Imbabura, entre otras, donde se cultiva con gran escala, razón por la cual este proyecto se orienta a mejorar la producción de Tuna para que sea reconocida internacionalmente.

Finalmente en la parte financiera se pudo determinar si es rentable con los indicadores que se obtuvo los siguientes resultados Valor actual Neto de \$ 37.308.91, Tasa Interna de Retorno de 31%, y Relación Beneficio costo de \$ 1,51 lo cual quiere decir que en el proyecto por cada dólar invertido tendría una ganancia de \$ 0.51 ctvs., esto captaría la atención de un inversionista que desee incursionar en un proyecto de esta naturaleza.

Palabras claves: factibilidad, exportación, economía.

Ing. Bolívar Alexis Ricaurte Coto

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

EXECUTIVE SUMMARY

The present study has as objective to demonstrate the export of Prickly pear peeled toward the market of Holland, for which purpose it was necessary to carry out the analysis of all the product features for its correct export.

This is complemented by an analysis of market in both national and international that allows to use and examine historical data to make the supply and demand for the product, taking into consideration the quality, taste, weight, nutritional values, the maturation time among other factors.

The production of prickly pear peeled in the country occurs in several provinces, the main are Chimborazo and Imbabura, in with it is cultivated in big quantity, for with reason this project purposes to improve the production of prickly pear peeled to be internationally recognized.

Finally the financial results determined its profitability, with indicators the following results were obtained Net Present Value of \$ 37.308,91, Internal Rate of Return of 31%, and Relationship Benefit Cost of \$ 1.51 with means that in the project for each dollar invested would get a profit of \$ 0.51 cents, this would receive the attention of an investor who wants to participate in a project of this nature.

Key words: feasibility, export, economy.

INTRODUCCIÓN

Las exportaciones siempre serán de vital importancia para la economía de un país pues permite incentivar la producción nacional y a la vez obtener ingresos económicos, mejorando directamente las condiciones de vida de sus habitantes.

La comercialización internacional de productos tradicionales desde el Ecuador, le ha permitido afianzarse y posicionarse a nivel mundial como un país bananero o cacaotero, aunque lento pero sostenidamente se abierto fronteras para productos poco tradicionales tales como brócoli, palmito, maracuyá, quinua, etc., los mismos que en la actualidad comienzan a liderar mercados externos especialmente por su calidad.

De igual manera es momento propicio para que el sector exportador ecuatoriano aproveche el apoyo incondicional que está brindando el Gobierno Nacional para fomentar y diversificar las exportaciones no tradicionales de nuestro país que permitirá la generación de divisas provenientes del exterior y a la vez contribuirá al incremento de plazas de trabajo, las cuales son de suma necesidad e importancia actualmente.

El Ecuador es un país considerado rico en recursos naturales especialmente porque cuenta con un clima envidiable que permite el cultivo de varios productos exóticos y afrodisíacos que son reconocidos a nivel mundial principalmente por su calidad.

Este es el caso de la tuna, fruta que se produce en zonas áridas del país, esta especie tiene gran resistencia por lo que es común encontrarla en zonas arenosas o calcáreas, así como en tierras poco fértiles o pedregosas. Para consumirla es importante tomar en cuenta la coloración, debe estar amarilla o roja, que es el tono que adquiere cuando madura totalmente.

En el mercado nacional la tuna tiene mínima acogida, pero en el mercado internacional su aceptación es abundante especialmente en el mercado europeo y a donde actualmente países de la región andina como Colombia, Perú, Chile, Bolivia están exportando esta fruta.

El Ecuador siendo productor de tuna puede incursionar y competir en la exportación de la misma, por ello el presente proyecto para la exportación de tuna al mercado de Holanda.

La posibilidad de formar una empresa exportadora de tuna natural que será cultivada principalmente en el Cantón Guano de la provincia de Chimborazo para posteriormente ser exportada con Régimen de Exportación a Consumo al mercado holandés, ameritó realizar un previo análisis de comercialización internacional que permitió tener un amplio panorama para el logro del presente proyecto.

Es así que luego de determinar la oferta exportable de tuna en la zona de Chimborazo y conocer la demanda insatisfecha de esta fruta en Holanda se podría establecer contacto vía Internet a través de correos electrónicos con empresas importadoras interesadas en la compra, las mismas que conocen los gustos y preferencias de sus consumidores como color, tamaño, peso, etc., y a las cuales nuestra empresa deberá ajustarse. El empaque y embalaje es otra condición que se debe considerar ya que es sumamente elemental previa a la exportación al mercado holandés.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Holanda (Países Bajos) se sitúa entre los diez primeros socios comerciales con Ecuador en exportación e importación, en términos de exportaciones e importaciones, los Países Bajos se ubican como el décimo socio.

No obstante, cuando se observan los mismos parámetros desde el punto de vista de la balanza comercial, se puede ver a los Países Bajos en un prominente sexto puesto en general y un segundo sitio en Europa Occidental.

En el Ecuador existen regiones de gran expectativas para el desarrollo del cultivo de la tuna, sobre todo en el área subtropical de alta luminosidad y temperatura, contrariamente de poseer un gran potencial de productos exportables, aún en el Ecuador no desarrollamos esta actividad económica como podríamos hacerlo.

Actualmente en la provincia de Chimborazo del cantón guano, a pesar de no tener mayor comercialización, la tuna es una fruta consumida y gracias a sus propiedades, este consumo se ha venido incrementando, convirtiéndose en un producto muy apetitoso, cuya demanda se encuentra en constante aumento.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo influye el proyecto de exportación de Tuna pelada para incrementar la rentabilidad de la empresa “Vita Tuna” desde el Cantón Guano de la Provincia de Chimborazo hacia el mercado Holanda (Países Bajos) – Ámsterdam, Periodo 2015-2016?

1.1.2. Delimitación del Problema

La exportación de la tuna pelada se lo realizara desde la empresa VITA TUNA de la provincia de Chimborazo del cantón Guano, y está enfocado a la comercialización de los clientes potenciales de la ciudad de Holanda – Ámsterdam. Esta investigación se efectuará en el periodo 2015 – 2016.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene como fin que a la Empresa Vita Tuna optimice su proceso de internacionalización mediante la exportación, generando que dicha organización tenga una exitosa incursión del producto, presencia de marca y expansión a través de nuevas oportunidades de negocio.

Para el desarrollo sustentable del Ecuador es necesario fomentar las exportaciones y más aún si son de productos no tradicionales, ya que de esta manera se diversificaría la oferta exportable no tradicional que puede desarrollar el país, la misma que últimamente ha sido completamente descuidada, este es el caso de la tuna, exótica fruta que tiene alta producción en zonas áridas del Ecuador.

Una de estas zonas como lo es el Cantón Guano de la provincia de Chimborazo, que posee un clima propicio para la producción de tuna, pero el desconocimiento del sector productor para ofertar esta fruta en el mercado internacional fue el motivo principal para la realización del presente proyecto para la exportación de tuna en estado natural hacia el mercado Holandés que de una u otra forma sería un apoyo sustancial para el progreso económico del país y en especial para la empresa. Debido al desconocimiento de técnicas de comercialización internacional, motivo trascendental para que profesionales en esta área colaboremos y contribuyamos para el desarrollo productivo y exportador del país, el cual daría a su vez apertura a fuentes de trabajo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un Proyecto de exportación de Tuna pelada para incrementar la rentabilidad de la empresa “Vita Tuna” desde el Cantón Guano de la Provincia de Chimborazo hacia el mercado Holanda (Países Bajos) – Ámsterdam.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la capacidad productiva de la empresa sobre la rentabilidad de la tuna.
- Efectuar un estudio del mercado para conocer la oferta potencial y la demanda insatisfecha de la tuna en el mercado holandés
- Elaborar un estudio económico y financiero del proyecto de exportación para conocer la rentabilidad que obtendrá la Empresa Vita Tuna

1.4. IDEA A DEFENDER

El proyecto para la exportación de tuna pelada hacia el mercado de Holanda permitirá generar utilidad para la empresa.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES

Luego de una breve revisión sobre temas relacionados con la investigación planteada, se obtuvo como referentes los siguientes documentos que han servido de guía en la ejecución del proyecto de exportación

Título: Estudio de factibilidad de exportación de granadilla al mercado alemán.

Autora: Gabriela García Velásquez

Año: 2009

Como propósito fundamental en esta tesis se busca demostrar que el Ecuador posee todas las condiciones necesarias para no mantenerse al margen del proceso de globalización en el contexto del comercio exterior. Confirmado que el Ecuador es un país agrícola y en busca de sustentabilidad, donde obligatoriamente debe encontrar nuevas propuestas para este sector.

Poner esfuerzos en el mercado alemán en donde su economía es una de las más fuertes del mundo, no solo por pertenecer al “Grupo de los ocho”, ser uno de los países desarrollados y ricos del mundo es una gran decisión ya que el mercado mantiene una tendencia creciente al consumo de las frutas exóticas como la Granadilla, convirtiéndose esto en una gran oportunidad para el país.

Título: Producción y exportación de aguacate de la zona de Guayllabamba hacia el mercado de estados unidos de Norteamérica

Autor: José Fernando Gordon Cisneros

Año: 2012

Este proyecto busca que el Ecuador llegue a tener una importante participación en el mercado estadounidense, tratando de seguir los pasos de México que es el principal proveedor de este fruto hacia dicho mercado.

El consumidor norteamericano busca siempre tener adquirir el mejor producto posible, que le garantice la mejor calidad, buen sabor y frescura. Durante el proceso productivo es importante tener los menores costos de producción posibles para incrementar las utilidades.

Los tratados bilaterales entre el Ecuador y los Estados Unidos otorgan a los productores un importante beneficio que permite ser más competitivo que los otros productores, permitiendo ingresar con precios más bajos al mercado estadounidense debido a la exoneración de aranceles que se tiene.

2.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

2.2.1. Teorías Sobre El Comercio Internacional

Para poder entender de una manera más clara lo que es el comercio internacional es necesario comenzar por plantear como surge y sobre todo cuáles son sus bases teóricas es decir, las diversas teorías que se han formado a través del propio desarrollo y evolución del comercio internacional. (Milquiades, 1980)

2.2.2. Teoría De La Ventaja Absoluta

La Ventaja absoluta es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien teniendo que usar menos factores de producción que otro. En otras palabras, es mejor desarrollando la actividad en cuestión ya que incurre en costes menores.

Al tener mejores recursos como tecnología, tiempo, capital o mejor factor humano, puede producirse algo con más facilidad, esto hace que pueda emplearse esta medición a la hora de establecer comparaciones entre distintos productores.

Adam Smith: Los países tienden a especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tiene ventaja absoluta. Esto sucede por el menor gasto de recursos en la producción que se mencionaba anteriormente.

Según la teoría de la ventaja absoluta, al especializarse los países en los bienes en los que tiene ventaja absoluta, exporta esos bienes y con las ganancias de esta venta a otros países compran los demás bienes producidos por otros, de esta manera llegaba a la conclusión de eficiencia del comercio internacional. (Galán, 2015)

Adam Smith en lugar de los aranceles apoyados por los mercantilistas propuso una política de libre comercio (la eliminación de aranceles a las importaciones) y presentó cuatro razones específicas por las que un país podría ganar con el comercio:

- Ganancias mutuas provenientes del intercambio voluntario de los bienes existentes.
- Mayor competencia, (Calidad del producto, precio, volumen producción etc.)
- La división del trabajo.(cada país se especializa en un producto)
- Mejor uso de las habilidades y recursos en diferentes países, (Ventaja Absoluta).

Según Adam Smith partiendo de esta teoría con respecto a la tuna si se adapta ya que su producción es debidamente bajo supervisiones y además es un producto que se elabora orgánicamente y así aprovechar la exportación y presentar al mercado Holandés.

2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa

David Ricardo da mayor precisión al análisis de Smith, al demostrar que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general que es el de las ventajas comparativas.

El punto de partida de la explicación que da Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países.

Según Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales. (Freddy Sanjinés M., 2002)

Con relación a la tuna esta tiene su variedad en cuanto a la exportación con la correlación lo que nos dice Freddy Sanjinés tomamos en cuenta que en el Ecuador tiene mayor rendimiento en la producción y si se puede abastecer en el mercado internacional y a un precio accesible para el consumidor.

2.2.4. Teoría de la Ventaja Competitiva

Michael Porter: La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar.

El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.

Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto, a nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto.

Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva” (Michael Porter, 2014)

Michel Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por separado pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurarnos el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes:

- El liderazgo en costos, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes.

- La diferenciación, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes.
- El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento.

Modelo Heckscher – Ohlin: Se basa en la existencia del comercio internacional en la diferencia de recursos entre países. Se distingue así del modelo ricardino que suponía que el comercio existe porque los países utilizaban su ventaja comparativa tecnológica para especializarse en la producción de bienes diferentes. (M.Taylor, 2011)

El modelo parte de la teoría de David Ricardo que trata sobre la ventaja comparativa, al afirmar que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes y que tienden a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

Vita Tuna buscaría mejorar la estrategia de cómo atraer el cliente a que compre el producto, que vean que es saludable , dando a ofrecer que en el Ecuador es rico en frutas exóticas y que es nicho de mercado para exportar, ya que Holanda es un país desarrollado posee factor de capital y Ecuador factor de trabajo.

2.2.5. Teoría Pura y Monetaria del Comercio Internacional.

Esta teoría plantea que el comercio internacional está comprendido por dos campos de estudio, el primero o de la teoría pura y el segundo que es la teoría monetaria, la primera se refiere al análisis de valor aplicado al intercambio internacional y considera dos aspectos:

- El enfoque positivo, que se explica y predice los acontecimientos, para contestar a preguntas como: ¿por qué un país comercia de la manera en que lo hace?, ¿qué determina la estructura, dirección y el volumen del intercambio entre países?, ¿cuáles son las fuerzas que determinan si se va a importar o exportar un tipo u otro de producto? y ¿cuánto se intercambiaría de cada mercancía?

Sin embargo ésta misma teoría no ha contestado de manera determinante a ellas, sino que a través de la evolución del comercio internacional, se ha demostrado que las variables que se pueden manejar y mover para contestarlas suelen ser muy distintas en cada país, dependiendo de su tipo de comercio.

- En segundo lugar, se encuentra el análisis del bienestar, el cual se encarga de investigar los efectos que tendrá un cambio de la demanda sobre la relación real de intercambio de un país, lo que lleva a preguntar en este caso ¿cuáles son las ventajas del comercio internacional en este caso? y si ¿aumenta o disminuye el consumo y la tasa de desarrollo económico con el comercio internacional?

En concreto, para la teoría pura se tiene que contar con un planteamiento teórico, después se deben investigar los hechos y finalmente se deben aplicar las medidas específicas que sean necesarias. (Milquiades, 1980)

2.2.6. Teorías Clásica de la Administración

Henry Fayol: La ciencia de la administración, como toda ciencia, se debe basar en leyes o principios, Fayol intento definir los principios generales de administración, sistematizándolos muy bien, aunque sin mucha originalidad, por cuanto los tomo de diversos autores de su época. Fayol adapta el término principio para adaptarse así de cualquier idea de rigidez, ya que nada hay de rígido o absoluto en materia administrativa.

En administración, toda cuestión de medida, ponderación y sentido común, en consecuencia tales principios son maleables y se adapta a cualquier circunstancia, tiempo o lugar. (Chiavenato, 2005)

Según Fayol, los principios generales de la administración son:

- División del trabajo
- Autoridad y responsabilidad
- Disciplina
- Unidad de mando
- Unidad de dirección
- Subordinación de los intereses individuales a los generales
- Remuneración del personal
- Centralización
- Cadena escalonada
- Orden
- Equidad
- Estabilidad del personal
- Iniciativa
- Espíritu de equipo

La investigación relacionada con la Empresa Vita Tuna, se puede decir que tiene un buen equipo de trabajo la cual genera una buena producción del producto y bajo el mando del Sr. Gerardo Vizueté quien supervisa que haya centralización y equidad en el trabajo.

2.3. FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA

2.3.1. Valores Empresariales

Existen valores que deben tomarse en cuenta por las empresas, ya que suelen tomar mucha importancia cuando se actúa y se interactúa en todos los ámbitos que abarcan las ideas de negocios que se llevan a cabo dentro de la compañía.

Es precisamente por esas razones por las que los negocios productivos logran llegar a un punto alto de rentabilidad, debido a las características y valores que reúne un empresario para alcanzar el éxito.

- Entusiasmo del cliente
- Mejora continúa
- Integridad
- Trabajo en equipo
- Innovación
- Respeto y responsabilidad

Vita Tuna ha alcanzado tener conocimiento en el mercado de Chimborazo con el entusiasmo que se tiene para lanzar el producto, con respeto y responsabilidad de los representantes o productores.

2.3.2. Desempeño laboral

Podemos dar muchas definiciones de desempeño laboral como por ejemplo las metas que debe alcanzar un trabajador dentro de la empresa en un tiempo determinado.

Con ello nos damos cuenta de que el desempeño laboral de los recursos humanos tendrá mucho que ver con el comportamiento de los trabajadores y los resultados obtenidos, así como de la motivación.

Cuanto mejor sea la motivación mejor podremos desempeñar nuestro trabajo y con ello mejoraremos nuestra productividad.

Para un buen desempeño laboral en la Empresa Vita Tuna, es muy importante que los trabajadores entiendan cuáles son sus funciones o tareas específicas, los procedimientos que se deben seguir, las políticas que se deben respetar, los objetivos que deben cumplir.

2.3.3.Ética Empresarial

Es el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte.

En virtud de su profesión, el sujeto ocupa una situación que le confiere deberes y derechos especiales.

La empresa se basa en valores como es el cumplimiento de la ley, la conducta esperada en aquellos casos que no están claramente cubiertos por las disposiciones legales o que no están prohibidos por ellas, y conllevan una obligación para con la sociedad en general, al cumplir con las responsabilidades la empresa puede exportar el producto como es hacia el mercado Holandés y brindar mejores expectativas al cliente.

2.3.4. Responsabilidad Social

Responsabilidad social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social.

Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos, no únicamente de los accionistas o propietarios

La responsabilidad social empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el Estado Medio, etc. que trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa. (Herrera, 2011)

Con la elaboración del proyecto de exportación de tuna pelada al mercado de Holanda fortalecerá a la empresa para incrementará su rentabilidad con la apoyo de sus socios, empleados y al medio que le rodea.

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.4.1. Constitución del Ecuador

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (Constitucion del Ecuador, 2008).

Referente al proyecto de la Tuna esto permitirá que en la Provincia de Chimborazo especialmente en los cantones que producen este producto sean respaldados con el fin de crear sus micros empresas y así fomentar trabajo en el sector y a su vez tener una mejor calidad de vida.

Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que se pueda promover la equidad entre espacios rurales y urbanos.

Art. 304.- concerniente a la política comercial del numeral 2 y 3 nos habla de Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial para fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. (Constitucion del Ecuador, 2008).

La apertura de nuevos mercados para la comercialización de Tuna de la empresa “Vita Tuna” permitirá incrementar la producción y nuevas estrategias de cómo incentivar al cliente adquirir este producto.

2.4.2. Plan del Buen Vivir

Objetivo 4: Habla de promover productos de calidad, con bajo impacto ambiental y alto valor agregado, en particular de los generados en la economía social y solidaria, con certificación de la calidad ambiental. Fomentar las actividades alternativas a la extracción de los recursos naturales, generando actividades productivas con el principio de soberanía alimentaria, a través de la producción agroecológica, acuícola y otras alternativas. (Plan del Buen Vivir , 2013).

Los productores de Tuna al presentar su producto al cliente se les muestra que es netamente orgánico sin ningún químico y de buena calidad, dentro de esto que se puede realizar varios derivados como son jugos, mermeladas, y su consumo de la fruta que es en estado natural que va generando cada día más su producción y que en ningún momento se daña a medio ambiente con la siembra de la Tuna.

Objetivo 10. Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva

Con esto impulsaría a generar mayor empleo y a su vez dar a conocer lo beneficios de la Tuna, la cual se busca impulsar actividades ligadas al talento humano, a la tecnología y el conocimiento de cada uno de los productores. (Plan del Buen Vivir , 2013)

Con esto también se beneficiaría para así tener exportaciones hacia otros mercados internacionales para dar a conocer el producto que es netamente ecuatoriano.

2.4.3. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

En el Título III de la Generación de un Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento referente al artículo 11 nos dice:

- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Vita Tuna para en si tener mayor emprendimiento tiene la ayuda del Consejo Provincial de Chimborazo con esto permite que su producto se presente en ferias que realizan con otros productores. A su vez también recibe capacitaciones de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo específicamente de la Escuela de Química para darles a conocer cómo cuidar su producto ante varias plagas se puede presentar.

2.5. MARCO CONCEPTUAL

2.5.1. Antecedentes de la Tuna y Empresa

La tuna o nopal generalmente se identifica, tanto a la planta como al fruto del cactus (Opuntia).

El nopal o tuna es una especie originaria de América, trasladada por los españoles, difundándose así por toda la Costa Mediterránea, con dos grandes centros de distribución: al sur desde Chile hasta Ecuador y al norte en las planicies de México y California; al igual que muchas otras plantas nativas, la tuna y algunas especies de esta fueron introducidas como planta ornamental a Europa por los españoles en tiempos de la conquista y por las condiciones ecológicas y climáticas actualmente se encuentra distribuida en países tales como: España, Portugal, Italia, Argelia, Marruecos, Túnez, Grecia, Israel, Australia, Norte de África, así como también, Brasil, Argentina, Colombia y Estados Unidos se adaptaron con mayor facilidad.

Las culturas prehispánicas le dieron una gran importancia al uso medicinal de los nopales. Por ejemplo, para detener el flujo menstrual con las semillas de la tuna. La goma o mucílago templaba el calor de los riñones. Para eliminar las fiebres ingerían el jugo, la fruta era útil para el exceso de bilis. La pulpa de la tuna y las pencas asadas eran usadas como cataplasma. Para el tratamiento de hernia, hígado irritado, úlceras estomacales y erisipela, utilizaban la raíz, el mucílago o baba del nopal servía para manos y labios partidos, las pencas mitigan el dolor y curan inflamaciones.

Una pequeña plasta curaba el dolor de muelas, la pulpa de las tunas servía para la diarrea, la savia del nopal, contra las fiebres malignas, las pencas descortezadas ayudaban en el parto, las espinas fueron usadas en la limpieza de infecciones.

La tuna ha sido un cultivo artesanal de las zonas secas y áridas ecuatorianas, con superficies pequeñas, de 300, 500 o 1000 metros cuadrados, el creciente mercado interno de la última década ha impulsado siembras de mayores extensiones e inclusive las posibilidades de exportación de tuna como fruta y la cochinilla que se produce en su planta.

La cochinilla fue impulsada por exportadores ecuatorianos, sin embargo su precio internacional tiene variaciones dramáticas y actualmente se encuentra por un período largo, en una de las épocas más bajas.

La fruta de tuna tiene una demanda limitada pero creciente y su precio es estable, por lo que se considera que tiene más potencial y seguridad que la cochinilla. (Agropecuarios, 2001)

La producción de tuna en el Ecuador tuvo un repunte en años anteriores, pero conforme a transcurrido el tiempo ha ido decreciendo el sector agrícola, provocando a la vez un déficit exportable.

Cabe decir que la producción de tuna se lo realiza artesanalmente sin soporte tecnológico alguno y que bien podría contribuir a mejorar la capacidad productiva y exportable de la fruta.

La tuna existe en forma silvestre o cultivada en el sur de España, y en toda la cuenca del Mediterráneo: Francia, Grecia, Italia y Turquía, llegando hasta Israel.

Los árabes la llevaron desde España a África, difundiéndose en Argelia, Egipto, Eritrea, Etiopía, Libia, Marruecos y Túnez. Sin embargo, su distribución es aún mayor; en el continente americano, se encuentra desde Canadá a Chile, en Argentina, Bolivia, Ecuador, Brasil, Colombia, Chile, Estados Unidos de América, México, Perú, y Venezuela y varios países de América Central y el Caribe. En otros continentes se encuentra en Angola y Sudáfrica, en Australia y la India, existiendo especies tanto cultivadas como silvestres.

Este fruto es producido para exportación en: México, Colombia, Israel, Sudáfrica, Chile, Italia y España. Los principales mercados para este producto son Alemania, Francia, Holanda, Inglaterra, Estados Unidos y Japón.

La producción de California, Chile y México, que son los principales proveedores de Estados Unidos, registra picos durante los meses de septiembre a mayo.

Colombia exporta tuna a los mercados europeos durante todo el año, mientras que Sudáfrica mantiene sus ventas entre enero y abril. Se registran compras en estos mercados desde Israel, en Francia e Italia a partir del otoño.

La tuna es requerida en el mercado externo tanto para su industrialización como para su consumo directo, demostrando tener un gran potencial exportable con importantes ventajas competitivas, requiriendo en el Ecuador de la adquisición de una cultura de industrialización. La Tuna es "una arbustiva que forma parte de la familia de las cactáceas, que conforman alrededor de 1600 especies en 122 géneros" (Sandi, 1999)

La tuna toma diferente nombres de acuerdo a los países en los que se encuentran, el nombre propio original de la tuna en la lengua náhuatl es nochtli, no obstante, los españoles rebautizaron al nopal con el nombre de chumbera y la fruta como higo de Indias, o en la actualidad, higo chumbo.

En Italia se conoce como fico d'India, en Francia le llaman figue de Barbarie, en Estados Unidos de América y Sudáfrica prickly pear, actualmente cactus pear, a fin de eliminar el término considerado algo peyorativo de prickly (espinoso); en Israel se conoce como sabras, que significa espinoso por fuera pero dulce por dentro. En Eritrea y Etiopía son llamados beles.

En la India se conocen, según las lenguas locales como nagphani, anda torra o chapathi Balli, en Brasil, como palma forrageira, ya que se cultiva principalmente para la producción de forraje. En Argentina, Chile, Bolivia y Perú se la conoce como tuna nopal.

La tuna es una planta nativa del Ecuador; se desarrollan en sus zonas más secas, y se las puede encontrar desde el nivel del mar hasta los 3.200 metros de altura, de la familia de los cactus, aparecen como arbustos y árboles grandes, tienen flores amarillas y llamativas, con estructuras carnosas denominadas cladiolos.

Los cladiolos y los frutos están cubiertos por espinas, por lo que se recomienda utilizar guantes para su cosecha y manipulación; inclusive una vez removidas las espinas grandes, puede haber otras pequeñas. (Taringa, 2013)

En el Ecuador no existe suficiente información sobre el cultivo de esta planta, puesto que se han realizado mínimos estudios e investigaciones a cargo de las instituciones relacionadas con la agricultura.

2.5.2. Generalidades

La tuna (especie del género *Opuntia*) es una fruta cilíndrica de diferente color y tamaño dependiendo de la variedad, recubierto por un sinnúmero de espinas y un gran número de pequeñas semillas negras, puede servir para elaborar pulpa, mermelada, chicles, bombones y otros confites. Es altamente eficiente en el uso del agua, soporta períodos de sequía y alta temperatura.

Este género (cactus) se adapta muy bien a suelos pobres en nutrientes y con limitaciones de recursos hídricos, por otra parte, el alto potencial productivo de la tuna bajo condiciones de déficit hídrico, coloca a esta especie como una importante fuente de forraje para bovinos, ovinos y caprinos, principalmente, en zonas de clima mediterráneo árido.

El fruto del nopal, tiene forma ovalada y su sabor ha sido comparado al de la sandía, la cáscara es dura y está cubierta de espinas, sus semillas se comen a pesar de ser duras, es un producto considerado comercialmente como fruto exótico y se consume como fruta fresca.

Las ventajas del cultivo de la tuna son: alta producción de biomasa por hectárea, alta palatabilidad, buen valor nutritivo, hábito siempre verde, resistencia a la sequía, tolerancia a la salinidad y adaptación a diferentes tipos de suelo.

En el Ecuador hay dos tipos tradicionales de tuna: la blanca y la roja, ambos frutos son dulces, hay variedades que no tienen espinas, esas hojas sirven para elaborar ensaladas, su cultivo es un medio para conservar la humedad y la fertilidad, de ahí su importancia agronómica, al prevenir la erosión del suelo combate la contaminación y se reducen así las enfermedades bronquiales en los niños, como lo demuestran las investigaciones realizadas actualmente por expertos.

Esta fruta al igual que muchas otras, es fuente importante de vitaminas proteínas y minerales, que superan las propiedades y cualidades de otras frutas, por tanto forma parte indispensable de una deliciosa y nutritiva alimentación diaria.

De acuerdo a investigaciones realizadas en Chile, sostiene que la abundante fibra soluble del nopal contribuye al buen funcionamiento del intestino y asimila grasas, colesterol, glucosa y sustancias biliares.

2.5.3. Principales áreas y zonas productoras de tuna

Existen varias áreas propicias para la producción de Tuna; las mismas que están distribuidas por todo el territorio Ecuatoriano.

Dos son los criterios; o variables que se utilizaron para clarificar a las áreas productoras tecnificadas y zonas representativas de Tuna.

a) Áreas Productoras tecnificadas de Tuna en Ecuador

Al sur oriente de la provincia Carchi en las comunidades de: El Rosal, Alor, Esperanza, San Rafael, Pueblo Nuevo y en la provincia de Imbabura en las comunidades de: Pimampiro, Los Arboles, El Inca, Yucatán, Paragachi.

b) Zonas representativas para la producción de la Tuna

La Tuna se puede cultivar en varias provincias del Ecuador como se ilustra en la tabla No 1. En la actualidad existen 48 hectáreas de Tuna cultivada, las que se encuentran bajo el manejo y supervisión de la Fundación de la Mujer Campesina. (El Comercio, 1999)

Tabla 1: Zonas Representativas de la producción de tuna

ZONAS REPRESENTATIVAS PARA LA PRODUCCIÓN DE TUNA	
PROVINCIA	CANTON
Imbabura	Valle del chota, Salinas, Ambuqui
Pichincha	San Antonio de Pichincha, Malchingui, Perucho
Cotopaxi	Saquisili y Pujili
Tungurahua	Pelileo, Patate
Chimborazo	Bayuci, Guano
Azuay	Paute, Gualaceo
Loja	La toma, Macara y Celica
Manabi	Portoviejo, Manta
Guayas	Salinas
El oro	Arenillas, Santa Rosa

Elaborado por: Maria Elena Balseca

Fuente: Investigacion Propia

El área dedicada para este tipo de cultivo se estima en 300 hectáreas, que son cultivadas en pequeñas parcelas que van desde 100 metros cuadrados hasta 20 hectáreas.

Existen pequeñas cantidades exportadas, especialmente de los cultivos provenientes de Salcedo (Provincia de Tungurahua), siendo exportadas a países tales como: Colombia, Bélgica, Estados Unidos, Holanda (Países Bajos), España, Portugal, Brasil, Alemania, Canadá, Italia, Suecia, Suiza, Reino Unido, Cabo Verde, México, Venezuela.

A nivel nacional es consumida como fruta fresca, a excepción de Loja (en las partes más bajas de la Provincia: Zapotillo, Macará, Casanga, Zapotepamba, Centro Loja, etc.) que a más de este uso es utilizada para la explotación de la cochinilla.

2.5.4. Importancia y Usos de la Tuna

La tuna fruta se utiliza como alimento para ser consumida en fresco; la fruta madura se industrializa en jugos, mermeladas, frutas en almíbar, licores, etc., y los frutos verdes (dos meses de edad) sirven para elaborar fruta abrigantada en almíbar.

Las pencas de la planta de tuna (llamadas en México “nopalitos”), cuando tienen entre 9 meses a dos años de edad, producen cochinilla. Las pencas con y sin espinas, con paja seca de cebada y trigo, se utilizan para alimentar animales (vacas, cabras, ovejas, cuyes, etc.) durante las épocas secas. Las pencas tiernas de dos y tres semanas se utilizan para preparar ensaladas y encurtidos, de uno o dos años se cortan en pequeños trozos, se dejan secar y se muelen para obtener harina para consumo humano y animal.

La goma de las pencas, mezclada con barro y paja, se utiliza como adherente en el tarrajeo de paredes de viviendas. También se usa como floculante y clarificante de las aguas turbias, las raíces son superficiales, abundantes y forman una malla que agarra el suelo, evitando la erosión por las lluvias, sobre todo en terrenos de ladera, las tierras forestadas con tunales se aprovechan para sembrar cultivos en secano.

Con las tunas espinosas se forman cercos vivos, separando parcelas y protegiendo a los cultivos del daño de animales. Adicionalmente, los tunales producen muchas flores, pudiéndose instalar colmenas y producir miel de abeja.

La tuna es un alimento con cualidades medicinales pues sirve para combatir o prevenir diferentes enfermedades¹⁰, así, el jugo de las flores sirve para combatir problemas diabéticos.

La tuna posee además un mucílago depurador del colesterol e hipoglucémico (antidiabético); también tiene cualidades anti inflamatorias.

La tuna fruta contiene minerales como Calcio (Ca), Fósforo (P) y vitaminas que ayudan en el funcionamiento fisiológico del organismo humano (Anali Caillahua, 2011)

Imagen 1: La Tuna



Fuente: Imágenes de Google

2.5.5. Beneficios de la Tuna

La tuna o nopal es considerado como una fuente de vitaminas esto ya que contiene un alto grado de vitamina A, B, B2, así como también cuenta con 17 aminoácidos esenciales para el organismo, entre sus múltiples beneficios, encontramos los siguientes:

Obesidad: Se ha encontrado que el jugo de nopal, ayuda a retardar el tiempo en que absorben los nutrimentos, haciendo más rápido y fácil su eliminación.

Diabetes: Se ha comprobado científicamente que es efectivo en controlar los niveles de glucosa en la sangre, así como también a prevenir la misma, esto es por su alto contenido de fibra y niacina.

Colesterol: Por su alto contenido de aminoácidos, fibra y niacina, el nopal ha sido científicamente comprobado que regula el colesterol malo en la sangre.

Tereosclerosis: El nopal o tuna tiene antioxidante y los componentes antiinflamatorios, quitan y previenen placas del vaso sanguíneo.

Cáncer: El nopal o tuna contiene una gran cantidad de fibras dietéticas que ayudan a diluir la concentración de células potencialmente cancerígenas que presentan en el colon.

Digestión: Las vitaminas naturalmente disponibles en el nopal o tuna, como B1, B2, B3 y C, además de minerales como calcio, magnesio, sodio, potasio y hierro, colaboran en la desintoxicación del organismo en general.

Sistema Circulatorio: El nopal o tuna actúa de diversas formas para reducir el riesgo de cualquier enfermedad del corazón.

- Primero debido a que la fibra que se encuentra en el nopal actúa para absorber y excretar el colesterol.
- Segundo, porque los aminoácidos, la fibra y la niacina que se encuentra en el mismo previenen la conversión de azúcares en grasa mientras que reduce los niveles de triglicéridos y de colesterol malo.
- Tercero, porque la niacina convierte el colesterol malo en colesterol bueno.

Sistema Nervioso: El nopal o tuna previene los daños en los nervios y ayuda a alcanzar mejores balances en el estado de ánimo y puede apoyar a erradicar síntomas asociados a desajustes en este sistema.

2.5.6. Composición Nutricional

La pulpa sin semillas (40% es parte comestible) contiene en 100 gramos de parte comestible tiene la siguiente composición:

Tabla 2: Composición Nutricional de la Tuna

COMPUESTO	CANTIDAD
Calorías	31 mg
Agua	90,6 g
Carbohidratos	8,0 g
Grasas	0.0 g
Proteínas	0,05 g
Fibra	0,05 g
Canizas	0,04 g
Calcio	22 mg
Fosforo	7 mg
Hierro	0,03 mg
Tiamina	0,01 mg
Riboflavina	0,02 mg
Niacina	0,3 mg
Ácido ascórbico	30 mg

Elaborado por: Maria Elena Balseca

Fuente: Investigacion Propia

La tuna tiene un valor nutritivo similar al de otros frutos, aunque cabe destacar que el contenido de sólidos solubles es mayor que en el durazno, la manzana, la ciruela, el damasco, la cereza y el melón, frutos de consumo masivo, la tuna cuando se consume con las semillas, que es el modo corriente de consumo en fresco, aporta una interesante cantidad de fibra.

La tuna es un fruto apto para ser sometido a procesos de transformación tales como la concentración y la deshidratación, que aprovechan la disminución de la actividad del agua y el aumento del contenido de azúcares como un medio de preservación.

Por otra parte, es importante no solo por la fruta sino también la cochinilla un insecto que produce ácido carmínico indispensable para producir colorantes naturales, el cual es muy cotizado en el mercado externo.

2.5.7. Tipos de Tunas

- **Tuna silvestre** Esta planta crece libremente en el campo, se caracteriza por tener hojas y fruto más pequeño que el resto de variedades, la mayoría de plantas está plagada por la cochinilla, un parásito del que se extrae un colorante natural de uso industrial.

Imagen 2: Tuna silvestre



Fuente: Imágenes de Google

- **Tuna amarilla con espinas** Esta es una variedad producto del cruce entre la tuna silvestre y la tuna amarilla sin espinas, provocada por la polinización de los insectos, su fruto es grande y redondo. es muy apreciada por su comida amarillenta que la vuelve atractiva.

Imagen 3: Tuna amarilla con espinas



Fuente: Imágenes de Google

- **Tuna blanca** Esta variedad tiene el fruto alargado, la pulpa tiene un sabor más dulce que el resto de tunas, entre las ventajas está que es la planta más resistente al ataque de las enfermedades. También es de fácil manejo, pues casi no posee espinas.

Imagen 4: Tuna blanca



Fuente: Imágenes de Google

- **Tuna amarilla sin espina** Esta es la más apreciada por los campesinos, las hojas y los frutos prácticamente no tienen espinas, tienen muy buena acogida en el mercado, el color la vuelve más apetitosa a la vista de los consumidores, la planta es delicada. (La tuna cuatro variedades se producen en el país, 2011)

Imagen 5: Tuna amarilla sin espina



Fuente: Imágenes de Google

2.5.8. ¿Cómo Elegir una Tuna?

La madurez de una tuna la define su color rojo o amarillo, se recomienda no cosecharla verde, pues de esa manera la fruta no madura, el fruto está cubierto por una gruesa capa con espinos de 2 a 3 milímetros, hay que tener precaución al momento de la cosecha, la fruta llega limpia a las perchas de las tiendas y está libre de espinos.

La planta de tuna comienza a producir a partir de un año y ocho meses, tiene dos etapas altas de producción al año: en junio y febrero, esta planta se puede cultivar tanto en la Costa como en la Sierra, lo único que requiere es una temperatura que oscila entre los 12 y 34 grados centígrados, la fruta madura puede resistir hasta 10 días luego de la cosecha. Mantiene su sabor y color intactos.

En Europa se utiliza la tuna para elaborar jabón, crema humectante, champú, mascarillas, gel para el cabello, entre otros productos. Se puede consumir como alimento el fruto y las hojas una vez retirada la corteza, los tallos también sirven como forraje en épocas de sequía y las plantas como cercas vivas, del fruto también se elaboran vino, néctar, tunas en almíbar y alcohol.

2.5.9. Métodos de Cosecha para la Tuna

La cosecha de la tuna aún se efectúa de manera manual, siendo los dos métodos más utilizados el corte usando torsión y el corte auxiliado con cuchillo, este último genera un menor daño al fruto.

Al cosechar es utilizar guantes tanto para proteger la mano de las espinas o gloquideas, así como el fruto de la presión ejercida por los dedos.

Así mismo es preferible realizar la cosecha por la mañana, dado que la temperatura es baja y la humedad relativa alta, favoreciendo la turgencia de los tejidos lo cual facilita el corte.

2.5.10. La Empresa

Reseña Histórica

En la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, 42 agricultores no hallaban soluciones para poder cultivar algún producto, porque ningún cultivo se adaptaba a la tierra árida y arenosa de sus terrenos ubicados en las periferias del cantón.

Pero en esas 150 hectáreas prospera la tuna, una especie de nopal que además de consumirse como fruta, se usa en la fabricación de vino, mermelada y un tónico revitalizante. "Era suelo muerto hasta que encontramos la planta ideal. No nos imaginamos que la tuna sería tan rentable", señala Gerardo Vizuite, presidente de la Corporación de Productores Orgánicos Granjero Guaneño el cual se puso a disposición de un nombre más llamativo para la organización como es "Vita Tuna".

Este grupo se integró en el 2005 patrocinado por el Municipio de Guano, el Gobierno japonés y otras organizaciones no gubernamentales. En un inicio, la idea era sembrar nopales para cosechar cochinillas, un insecto que se alimenta de las hojas de esa planta y a partir del cual se obtiene el carmín, que es la materia prima en la elaboración de cosméticos.

Sin embargo, los agricultores notaron que más rentable que los 30 kilogramos de carmín que obtenían por cada hectárea, eran las frutas que cosecharon en sus cultivos.

Las primeras plantas que sembraron eran silvestres y se adaptaron muy bien al suelo seco del cantón. Las tunas eran dulces y de buen tamaño. Los labriegos experimentaron con plantas de otras regiones, pero los mejores resultados los lograron con las nativas.

Lo primero que hicieron fue aprender todo con respecto a la tuna. "Es un cultivo que no requiere muchos cuidados y puede sobrevivir con cantidades mínimas de agua; ahora sabemos cómo abonarla para mejorar la calidad de la cosecha".

En el 2007, más agricultores se sumaron a la iniciativa. Hoy son 62 y la cosecha se expende como fruta a USD 12 el ciento. "Nos iba muy bien con el cultivo y quisimos seguir creciendo. Nos enteramos que en Loja tenían un proyecto parecido y que estaban elaborando otros productos comestibles con el fruto y las hojas, así que una delegación fue a aprender cómo se producía", recuerda David Pasmay, otro socio.

Así, los agricultores buscaron la ayuda del Gobierno Provincial para convertirse en un emprendimiento comunitario, en el 2012, se instaló en el centro del cantón una planta de procesamiento equipada con tanques de refrigeración, mesones de acero y, próximamente, una despulpadora.

Los productores estaban organizados, la idea era muy buena y sus productos tenían oportunidad de agrandar en el mercado, así que les apoyaron para sembrar otras 42 hectáreas, les dieron asesoramiento técnico y equipamos la planta de producción", cuenta Agapito Muñoz, técnico de emprendimientos productivos del Gobierno Provincial.

El vino se empaqueta en elegantes botellas de vidrio y tiene un sabor dulce y un aroma delicado, es ideal para acompañar postres y carnes rojas, para elaborarlo se usan tunas maduras que se dejan fermentar por tres meses.

Asimismo, para hacer la mermelada se usan los frutos rojos, porque son los más suaves. "Hay que pelar la fruta y cocerla, luego hacemos un puré", explica David Pamay, responsable del área de producción. La mermelada se empaqueta en envases de vidrio de 250 y 500 gramos y cuestan USD 2 y 4.

Pero el producto con más demanda es el Tónico Vita Tuna, un jugo que se obtiene de las hojas tiernas del nopal. Su textura es similar a la de la clara del huevo y es recomendado para quienes tienen altos niveles de colesterol, además contiene vitaminas A, B, B2 y 17 aminoácidos. Un recipiente de dos litros cuesta USD 2,50.

Para fabricar el vino, la mermelada y el tónico, los socios se dividieron en cinco grupos que de lunes a viernes, desde las 09:00 se turnan para ocuparse de las tareas en la planta. "Los líderes de cada grupo están capacitados, saben los tiempos de cocción y los detalles técnicos, su responsabilidad es enseñarles a los otros compañeros", cuenta Pamay.

Estos productos se comercializan en las ferias artesanales y de emprendimientos que se organizan en la provincia. Todos los viernes, desde las 09:00, sus productos se exhiben en un stand de los exteriores del Gobierno Provincial.

Sin embargo, concuerdan los socios de la agrupación, la meta de este año es llegar a los grandes supermercados del país. Para eso ya obtuvieron una patente en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y actualmente el registro sanitario está en trámite.

Misión

Vita Tuna es una empresa procesadora y comercializadora de productos derivados de la tuna de calidad, alto valor nutricional y suplementos medicinales, incorporado talento humano calificado para satisfacer las necesidades de los consumidores; y así mejorar la rentabilidad económica y social de los agremiados.

Visión

Convertirnos en una empresa líder en procesamiento y comercialización de productos derivados de la tuna de calidad, alto valor nutricional y suplementos medicinales.

Así se incorporara talento humano calificado, innovador y honesto para cubrir la demanda de los clientes; y además mejorar los ingresos económicos de la empresa y beneficiarios.

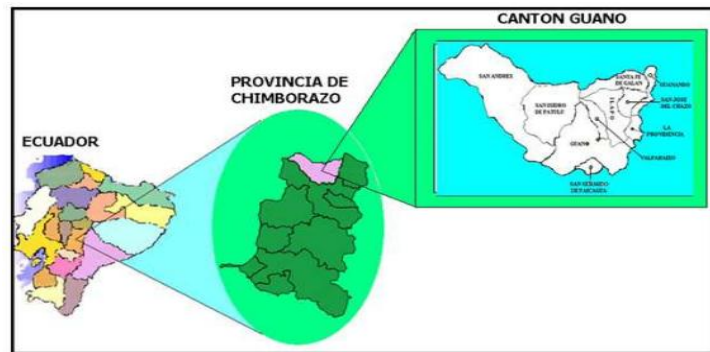
Valores

- **Respeto:** Nuestro comportamiento como grupo de personas, se basa en los principios de apertura, ética y honradez.
- **Puntualidad:** Disciplina de cumplir a tiempo nuestros compromisos.
- **Honestidad:** Somos íntegros, coherentes y justos entre lo que pensamos, hacemos, decimos y sentimos.
- **Trabajo en equipo:** Buscar la práctica de la unidad y cooperación entre l@s soci@s, emplead@s, proveedores y clientes apoyando para generar rentabilidad económica y social de manera eficiente.
- **Solidaridad:** Unidos por objetivos comunes encaminados a la satisfacción del cliente y el bienestar de los socios.

Ubicación Geográfica

La asociación de Productores Granjero Guaneño con su renombre que es “Vita Tuna”, está localizado en la Provincia de Chimborazo, cantón Guano calles Sucre entre García Moreno y Agustín Dávalos bajo la dirección del Presidente Gerardo Vizúete.

Imagen 6: Ubicación Geográfica del Cantón Guano



Fuente: Municipio de Guano

Elaborado por: María Elena Balseca

- **Productos que Ofrece**

Vita tuna actualmente dispone de los siguientes productos:

Fruta en presentaciones

- Mallas

Imagen 7 : Tuna en Malla



Fuente: Imágenes de Google

Imagen 8: Tuna Pelada en Tarrina



Fuente: Imágenes de Google

Tónico en presentaciones

- 500 ml
- 1 litro
- 2 litros
- 4 litros

Imagen 9: Mermelada de Tuna



Fuente: Imágenes de Google

Imagen 10: Vino de Tuna



Fuente: Imágenes de Google

Imagen 11: Shampoo de Tuna



Fuente: Imágenes de Google

2.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.6.1. Características de la Producción Agrícola de la Tuna en el Ecuador

En el Ecuador por la falta de información, el cultivo de la tuna, se restringe a pocos productores de esta fruta, con mínimas áreas de cultivo, que abarcan el mercado local sin perspectivas de crecimiento del mercado ni de cubrir mercados externos (exportación).

Hay 20 variedades en la serranía del país, tres son consideradas comerciales, se les considera así, aquellas cuyos frutos y hojas (raquetas) tienen pocas espinas.

Las más apetecidas son: la verde, colorada (coloración parecida a un tomate riñón), y la colorada ingestada (tiene menos espinas que la anterior), también existen variedades de doble propósito ya que producen frutos y sus hojas como casi tienen espinas son usadas como forraje para los animales.

Existen tunas - remolacha (los frutos son completamente morados), otros tienen frutos amarillos, tomates, anaranjados y blancos.

El área dedicada para este tipo de cultivo se estima en 300 hectáreas, que son cultivadas en pequeñas parcelas que van desde 100 metros cuadrados hasta 20 hectáreas.

Existen pequeñas cantidades exportadas, especialmente de los cultivos provenientes de Salcedo (Provincia de Tungurahua), siendo exportadas a países tales como: Colombia, Bélgica, Estados Unidos, Holanda (Países Bajos), España, Portugal, Brasil, Cocos(Keeling), Islas, Alemania, Canadá, Italia, Suecia, Suiza, Reino Unido, Cabo Verde, México, Venezuela.

A nivel nacional es consumida como fruta fresca, a excepción de Loja (en las partes más bajas de la Provincia: Zapotillo, Macará, Casanga, Zapotepamba, Centro Loja, etc.) que a más de este uso es utilizada para la explotación de la cochinilla.

2.6.2. Situación Nacional del Producto

La tuna ha sido un cultivo artesanal de las zonas secas y áridas ecuatorianas, con superficies pequeñas, de 300, 500 o 1000 metros cuadrados, el creciente mercado interno de la última década ha impulsado siembras de mayores extensiones e inclusive las posibilidades de exportación de tuna como fruta y la cochinilla que se produce en su planta.

La cochinilla fue impulsada por exportadores ecuatorianos, sin embargo su precio internacional tiene variaciones dramáticas y actualmente se encuentra por un período largo, en una de las épocas más bajas.

La fruta de tuna tiene una demanda limitada pero creciente y su precio es estable, por lo que se considera que tiene más potencial y seguridad que la cochinilla, lamentablemente no está disponible la información específica de exportaciones de tuna en el Banco Central, ya que la partida involucra además a babaco y a pepino dulce.

2.6.3. Variedades comerciales producidas en Ecuador

Al igual que México o Perú, en Ecuador se producen hasta cuatro o cinco variedades, que pasan desde la blanca hasta el color carmín, siendo la más común la tuna blanca y la tuna roja; así tenemos:

- Blanca de Hidalgo;
- Blanca alba borg (de tipo blancas);
- lutra borg (amarilla);
- Vriformis borg (amarillo/rojizo);
- Rubra borg (color carmín);
- Variedad morada.

De todas las variedades, las que tienen mayor demanda entre los consumidores de tuna fruta, es la tuna blanca y la roja. Las otras variedades sirven para procesos de transformación en mezclas con otros porque además, sirven de colorantes naturales.

2.6.4. Principales Exportadores

La exportación de la tuna es una actividad incipiente, que plantea la percibibilidad del producto, presenta una potencialidad creciente si se considera el incremento en la demanda, así como alternativas de conservación y transformación de la tuna sus principales exportadores son: México, Chile, Perú.

La exportación del producto es destacado en varios países debido a la conformación de organizaciones de productores con una cultura exportadora que les permite comercializar en diferentes mercados.

La tuna en el Ecuador es muy apetecida por el consumidor viendo la necesidad de incrementar la matriz productiva hacia otros países, tomando en consideración a Holanda que es un país consumidor de Tuna, estableciendo un producto beneficioso para el sistema inmunológico del ser humano.

2.7. CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN

Acuerdo Comercial: El acuerdo comercial es un acto recurrente a instancias del ámbito del comercio y que consiste justamente en el acuerdo que sellan dos o más partes acerca de un tema asociado al comercio.

Vale indicarse que no solamente las empresas privadas pueden suscribir un acuerdo de este tipo sino que también es habitual que lo hagan gobiernos, entidades públicas, entre otros. (Martin, 2008)

Consumidor: Es la palabra con la que en el campo de la economía y el mercadeo se describe a aquel individuo que se beneficia de los servicios prestados por una compañía o adquiere los productos de esta a través de los diferentes mecanismos de intercambio de pagos y bienes disponibles en la sociedad (compra – venta).

Un consumidor es aquel que consume, aquellas compañías destinadas a producir eso que el cliente adquiere tienen la tarea de crear estrategias para que dicho consumidor sea permanentemente fiel a la marca y variedad de opciones que presentan en productos y servicios. (Grande, 2013)

Ciente: Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado. (Escudero, 2012)

Demanda: Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (Andrade, 2011)

Exportación: Su origen en el vocablo latino exportatio y menciona a la acción y efecto de exportar (cuando un país vende mercancías a otro). La exportación también es el conjunto de las mercancías o géneros que se exportan. (Andrade, 2011)

Mercado. Es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas (Garay, 2008)

Penca: Nervio central carnoso que tienen las hojas de algunas plantas, especialmente las hortalizas. (Dictionary, 2015).

Tuna o Nopal: Es una planta arborescente que puede alcanzar los 5 metros de altura, está compuesta por cladodios carnosos y aplanados que simulan las hojas, en cada una de esas pencas se observan areolas de donde surgen los grupos de gloquidios, diminutas espinas como pelos barbados y delgados que desprenden de la planta, y se pegan fácilmente a la piel, causando irritación. (Travelby México, 2010)

2.8. MARCO METODOLÓGICO

2.8.1. Métodos

Entre los métodos que utilizare es:

- **Método Inductivo**

Consiste en utilizar razonamientos para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación tiene carácter general.

Se aplicará este método porque partiremos de hechos o fenómenos ocurridos en la unidad de estudio la cual me permitirá analizar la situación actual de la empresa.

- **Método Deductivo**

Con la aplicación del método anterior ya conocemos la situación actual de la empresa, con el uso de este método se tiene ya una idea de la situación general y se procede al diseño del proyecto de exportación.

2.8.2. Técnicas e Instrumentos de Investigación.

Se utilizara las siguientes formulas estadísticas:

- Tamaño de la muestra
- Tasa de Crecimiento Promedio Anual
- Demanda Insatisfecha

2.8.3. Unidad de Estudio

La unidad de análisis será Holanda-Ámsterdam.

2.8.4. Población

En esta investigación se analizará la población potencial de consumidores de Tuna ecuatoriana en el mercado de Holanda.

2.8.5. Muestra

Para la obtención de información se utilizará las variables:

- Consumo Nacional Aparente

$$CA=P+M-X$$

En donde:

CA: Consumo Aparente

P: Producción

M: Importaciones

X: Exportaciones

- Consumo Per cápita de Tuna del mercado Objetivo

$$\text{Consumo Per Cápita} = \text{Consumo Aparente} / \text{Pea Proyectado}$$

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

A continuación de analizar las variables económicas, políticas, sociales del Ecuador.

3.1.1. Ambiente Económico

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El valor del Producto Interno Bruto representa el total de bienes y servicios producidos por un determinado país.

Tabla 3: Producto Interno Bruto

Año	Cantidad en millones (USD)
2013	94.427
2014	98.015
2015	108.626

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: María Elena Balseca

El Producto Interno Bruto de Ecuador en el año 2013 según los indicadores publicados equivale a 94.427 millones de dólares.

Sobre estos datos el PIB de Ecuador del año 2014 tiene un valor estimado de 98.015 millones de dólares siendo superior a los años pasados, en lo que concierne al año 2015 del PIB es de 108.626

Ecuador calcula que para 2016 su presupuesto estatal será de 29.835 millones de dólares y su necesidad de financiamiento de 6.600 millones.

La inversión, las exportaciones y el consumo de los hogares son los componentes que aportaron al crecimiento económico del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

- **Distribución Sectorial Del PIB**

A continuación se presenta sobre los sectores de producción de Holanda- Países Bajos.

Tabla 4: Distribución Sectorial del PIB

Actividad económica	Porcentaje %
Agricultura	2.6
Industria	25.4
Servicios	72.1
Producto Interno Bruto	100%

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: María Elena Balseca

El sector más representativo dentro de la actividad económica referente al PIB es de servicios con un 72.1%.

- **PIB Per Cápita**

Es la relación que hay entre el producto interior bruto (PIB) de un país y su cantidad de habitantes.

Tabla 5: PIB Per Cápita

Año	Cantidad (USD)
2014	6,286
2015	6,412
2016	6.996 (e)

Fuente: Datosmacro.com

Elaborado por: María Elena Balseca

Nota: (e) Datos estimados

En la tabla 5, se muestra la evolución que ha tenido el PIB Per Cápita del Ecuador. En el año 2014 fue de \$6,286 dólares; en el 2015 el PIB Per Cápita incremento a \$ 6,412 dólares. Y para el año 2016 se espera que cierre en \$ en 6,996.

- **Inflación**

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país.

Tabla 6: Inflación

Año	Anual
2014	3.67%
2015	3.38
2016	3.70% (e)

Fuente: Ministerio de Finanzas
Elaborado por: María Elena Balseca
Nota: (e) Datos estimados

Como muestra en la tabla 6, la inflación anual para el año 2016 se estima que será de 3,70%, con relación al año 2015 que fue de 3.38%.

- **Tasa de Interés Activa y Pasiva**

Las tasas activas serán las que la cooperativa aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias.

Las tasas pasivas serán las que la cooperativa deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.

A continuación se muestra las tasas activas y pasivas del Ecuador con referencia a los años 2015 y 2016.

Tabla 7: Tasa de interés activa y pasiva

Tasa de interés	Porcentaje
Activa (Diciembre 2015)	9.12%
Pasiva (Diciembre 2015)	5.14%
Activa (Febrero 2016)	8.88%
Pasiva (Febrero 2016)	5.83%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: María Elena Balseca

Haciendo referencia con los datos presentados en el año 2015 la tasa activa se presentó en un 9.12% y la pasiva en 5.14%. Con lo que concierne al año 2016 la tasa activa disminuyó en un 8.88% al contrario que la pasiva está en un 5.83%.

- **Precio Barril de Petróleo**

El Banco central del Ecuador obtuvo los siguientes datos con el precio del petróleo:

Tabla 8: Precio Barril de Petróleo

Año	Precio USD
2014	53.55
2015	37.04
2016	33.22

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: María Elena Balseca

El precio del petróleo en los últimos ha tenido una baja sostenible debido a que los países productores como es el Ecuador se debe sumar el factor adicional del diferencial o castigo por su menor calidad. Con esto actualmente el precio se encuentra en \$ 33.22 dólares.

- **Riesgo País.**

El Riesgo País es la medida del riesgo de realizar un préstamo a ciertos países, comprende la capacidad o incapacidad de cumplir con los pagos del capital o de los intereses al momento de su vencimiento. Es un índice que pretende exteriorizar la evolución del riesgo que implica la inversión en instrumentos representativos de la Deuda Externa emitidos por gobiernos de países emergentes.

A continuación se muestra riesgo país de diciembre 2015 a enero 2016

Tabla 9: Riesgo País

Año	Valor
2015	1266.00
2016	1490.00

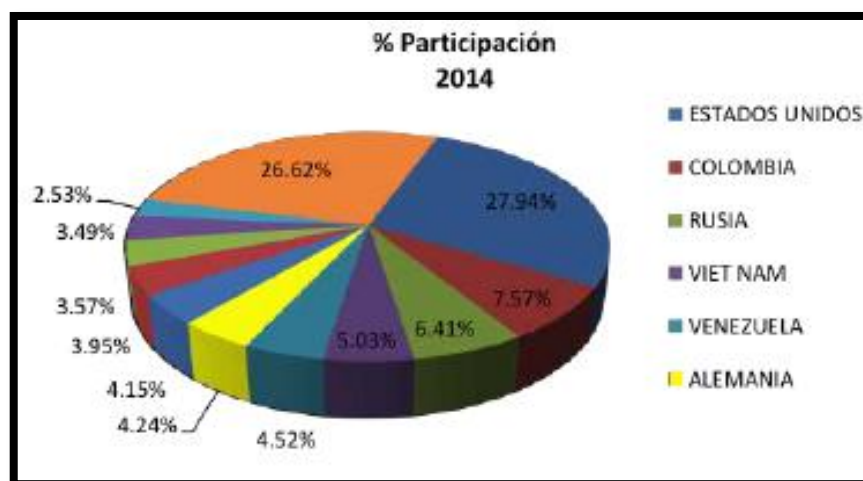
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: María Elena Balseca

Ecuador tiene variedad de productos que se ha exportado dentro de los cuales los más destacados son: banano, camarón, quinua, atún, frutas, rosas, confecciones y textiles.

- **Principales Mercados de Exportación**

Grafico 1: Principales mercador de productos no petroleros



Fuente: Pro Ecuador / Guía comercial Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

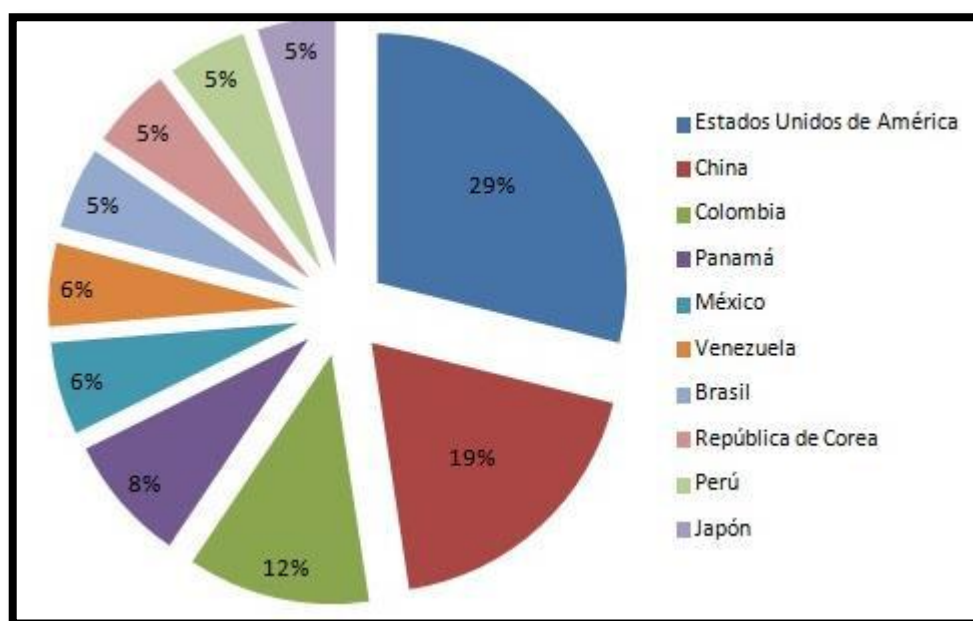
Estados Unidos es el principal mercado de exportación representando el 27.94% del total de las exportaciones en el 2014.

Otros principales mercados del Ecuador son Colombia (7.57%), Rusia (6.41%), Vietnam (5.03%), Venezuela (4.52%) y Alemania (4.24%) entre otros.

- **Importaciones**

Ecuador tiene variedad de productos que ha exportado para fines como industriales, construcción, agrícolas, salud electrodomésticos, y equipos de transporte.

Grafico 2: Principales Proveedores de las Importaciones



Fuente: Pro Ecuador / Guía comercial Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

- **Balanza Comercial**

La balanza comercial es el resultado de las exportaciones menos las importaciones, si el saldo es positivo se considera superávit y si es negativo se califica como déficit.

BALANZA COMERCIAL (1)

Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Oct 2012		Ene - Oct 2013		Ene - Oct 2014		Ene - Oct 2015		Variación 2015 - 2014	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	USD FOB	
									Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	23,375	19,951.7	24,334	20,673.5	25,677	22,033.9	26,681	15,697.6	-6,336.3	-28.8%
<i>Petroleras</i>	16,623.8	11,797.8	17,107.7	11,883.3	17,991.0	11,716.0	18,791.7	5,980.2	-5,735.8	-49.0%
<i>No petroleras</i>	6,751.2	8,153.9	7,226.5	8,790.2	7,686.3	10,317.9	7,888.9	9,717.4	-670.5	-5.8%
Importaciones totales	11,743	20,062.3	13,325	21,887.3	14,198	21,884.2	13,041	17,583.6	-4,300.6	-19.7%
<i>Bienes de consumo</i>	919	4,037.0	831	4,160.2	935	4,123.8	748	3,455.1	-668.7	-16.2%
<i>Trafico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	<i>n.d.</i>	131.5	4	179.9	3.5	174.4	2.2	98.6	-75.9	-43.5%
<i>Materias primas</i>	6,043	6,013.0	6,962	6,681.4	7,219	6,721.5	6,143	5,903.5	-817.9	-12.2%
<i>Bienes de capital</i>	460	5,380.4	486	5,754.5	477	5,480.8	421	4,629.7	-851.1	-15.5%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	4,318	4,448.0	5,036	5,018.3	5,558	5,329.8	5,722	3,442.6	-1,887.2	-35.4%
<i>Diversas</i>	3.8	36.5	5.5	51.4	4.6	40.9	5.5	49.1	8.2	20.0%
<i>Ajustes (3)</i>		15.9		41.7		13.0		5.1	-7.9	-60.9%
Balanza Comercial - Total		-110.64		-1,213.8		149.76		-1,886.0	-2,035.8	-1359.4%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		7,349.8		6,865.0		6,386.2		2,537.6	-3,848.6	-60.3%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-7,460.5		-8,078.8		-6,236.4		-4,423.6	1,812.8	29.1%

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: BCE

La balanza comercial de enero a octubre del 2015 registro un déficit de \$ 1.886 millones.

Este comportamiento se explica principalmente una disminución de las exportaciones petroleras.

3.1.2. Ambiente Social.

- **Población por Provincias.**

El instituto de estadísticas y censo, en el año 2010 realizó un censo en el Ecuador donde se obtuvo resultados de 14.451.115 habitantes.

Tabla 10 : Población de Ecuador por Provincias

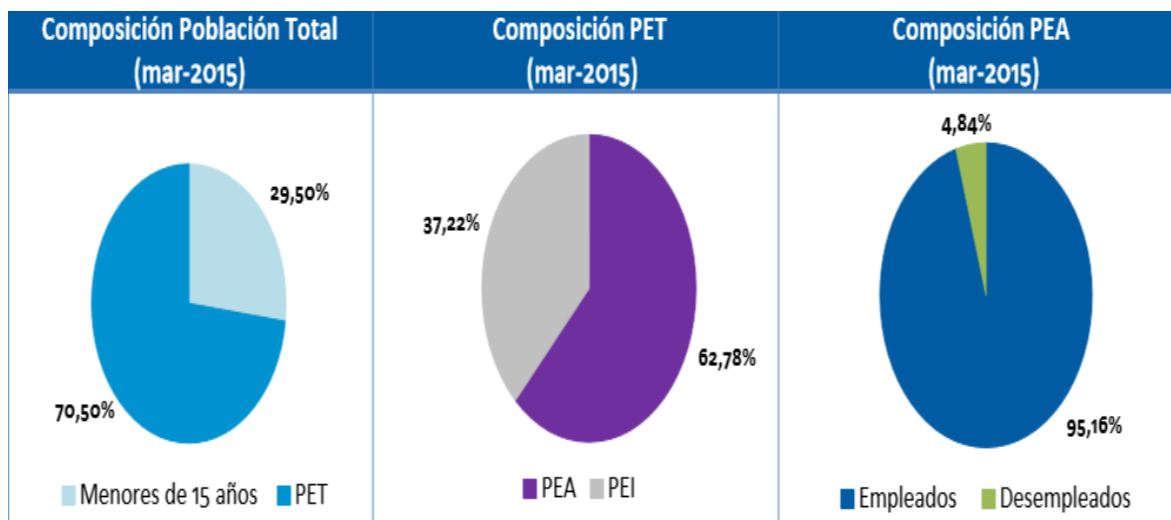
Provincias	Población
Azuay	712.127
Bolívar	183.641
Cañar	225.184
Carchi	164.524
Chimborazo	458.581
Cotopaxi	409.205
El Oro	600.659
Esmeraldas	534.092
Galápagos	25.124
Guayas	3.645.483
Imbabura	398.244
Loja	448.966
Los Ríos	778.115
Manabí	1.369.780
Morona Santiago	147.940
Napo	103.697
Orellana	136.396
Pastaza	83.933
Pichincha	2.576.287
Santa Elena	308.693
Santo Domingo de los Tsáchilas	368.013
Sucumbíos	176.472
Tungurahua	504.583
Zamora Chinchipe	91.376
TOTAL	14.451.115

Fuente: INEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Elaborado por: María Elena Balseca

- **Indicadores del Mercado Laboral**

Grafico 3: Indicadores del Mercado Laboral



Fuente: Índice de estadísticas y censos

Elaborado por: INEC

De acuerdo a las encuestas realizadas en marzo del 2015 a nivel urbano se estableció que la población total refleja 70.50% que está en edad a trabajar y el 62.78% está en edad de trabajar se encuentra económicamente activa, y el 95.16% tienen empleo.

3.1.3. Ambiente político

- **Gobierno**

El gobierno del Ecuador está a cargo del economista Rafael Correa, presidente constitucional del Ecuador, desde el 15 de enero del 2007 y a su vez en las elecciones fue reelegido con 57,17%.

Tabla 11: Autoridades que rigen el Gobierno

N°	Dignidades
1	Presidente
1	Vicepresidente
5	Parlamentarios andinos
23	Prefecto y Vice prefecto
15	Asambleístas nacionales
103	Asambleístas provinciales
6	Asambleístas del exterior
221	Alcaldes municipales
1039	Concejales urbanos
542	Concejales rurales

Fuente: INEC

Elaborado por: María Elena Balseca

- **Ministerios del Ecuador**

Los ministerios son órganos directos del Presidente de la República que, reunidos conjuntamente con éste y el Vicepresidente Ejecutivo, integran el Gobierno de Ecuador, el jefe de Estado y Gobierno puede decidir el tamaño, composición e integrantes de los diversos ministerios libremente, pero los cambios deben ser publicados en el Registro Oficial.

Tabla 12: Ministerios del Ecuador

1	Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano
2	Ministerio Coordinador de Desarrollo Social
3	Ministerio Coordinador de Política Económica - Quito
4	Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad
5	Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos
6	Ministerio Coordinador de Seguridad
7	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca
8	Ministerio de Comercio Exterior
9	Ministerio de Cultura y Patrimonio

10	Ministerio de Defensa Nacional
11	Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda
12	Ministerio de Educación
13	Ministerio de Electricidad y Energía Renovable
14	Ministerio de Finanzas
15	Ministerio de Inclusión Económica y Social
16	Ministerio de Industrias y Productividad
17	Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos
18	Ministerio de Recursos Naturales no Renovables
19	Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana
20	Ministerio de Relaciones Laborales
21	Ministerio de Salud Pública
22	Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información
23	Ministerio de Transporte y Obras Públicas
24	Ministerio de Turismo
25	Ministerio del Ambiente
26	Ministerio del Deporte
27	Ministerio del Interior

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: María Elena Balseca

3.2. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO

Existen dos tipos de competencias en el mercado, que se las identifica como directa e indirecta y contándose con su poder de negociación, por lo que es necesario identificar en qué condiciones uno se puede encontrar para contrarrestar dichas fuerzas competitivas, las cuales se ven reflejadas en el análisis diseñado por Michael Porter que a continuación se detalla.

3.2.1. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Para que se pueda entender mejor la interacción de la empresa “Vita Tuna” con el mercado y sus actores de efecto el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, el cual proporciona los requerimientos de actual mercado de tuna.

Grafico 4: 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Imágenes de google
Elaborado por: María Elena Balseca

- **Poder de negociación de los compradores o clientes.**

Al analizar el poder de negociación de los compradores o clientes, se destaca que nivel de fuerza tiene el comprador o cliente en comparación con la Empresa Vita Tuna, este punto se lleva a efecto cuando el comprador o cliente tiene o es de mucha importancia para la empresa al ser una oportunidad de exportar el producto.

En el mercado de Holanda la Tuna tiene un bajo poder de negociación debido que no conocen el beneficio de este producto y con este poder se podría obtener u ofrecer excelentes precios y así adquirir dicho producto.

- **Poder de negociación de los Proveedores**

En el mercado de la tuna representa un gran inconveniente en el desarrollo de sus actividades, porque en el mercado se podría sustituir fácilmente sustituir como es el caso de otras frutas como puede ser mango, manzana, entre otras que llegan al país de Holanda.

Cada empresario busca la forma de innovar con otros productos que los consumidores requieran; en este casos sustituir la tuna, por otros productos que también son saludables ya que el consumidor holandés lo adquiere por su presentación y alto valor nutricional.

- **Amenaza de nuevos competidores**

En este punto se destaca que hace años atrás la tuna no se veía como una fruta atractiva para el consumidor, pero con su demanda que existe en donde se produce que es en los cantones de la provincia de Chimborazo y es netamente orgánica, los productores entre si salieron a competir y a vender este producto. Y esto se puede observar cuando el cliente sale de compras y lo ve en los mercados o los centros comerciales como es el caso de Supermaxi.

- **Rivalidad entre competidores.**

En la industria de los productos nacionales no existe una diferenciación marcada de productos, pero hay grandes productores presentes en el mercado; existe una competencia constante en el posicionamiento de marcas, donde prima esencialmente la lucha de precios y calidad, lo que genera una mayor fuerza de competitividad en el mercado.

En lo que se refiere en el mercado de Europa, especialmente Holanda si existe rivalidad debido que existen gran cantidad de empresas que ofrecen productos parecidos como es el caso de las frutas.

3.3. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y HOLANDA (PAÍSES BAJOS)

El Ecuador ha exportado 244 su partidas (10 dígitos) hacia Países Bajos en 2013, las exportaciones del año registran una incremento del 31.18% entre 2012 y 2013.

Entre los principales productos exportados por Ecuador a Países Bajos se encontraron los siguientes: Atunes en conserva (22.12%), Cacao en grano crudo (15.15%), bananas frescas (11.48%), Jugo/pulpa de maracuyá (11.40%), rosas frescas (8.49%), aceite de palma en bruto (4.77%), entre otros.

Otros principales productos fueron aceite de palma en bruto, gypsophilias frescas cortadas, demás camarones congelados, jugo de maracuyá, manteca de cacao, demás flores y capullos frescos, demás frutas y otros frutos con adición de edulcorantes, extractos, esencias y concentrados de café, coliflores y brécoles frescos o refrigerados, demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados. (PROECUADOR, 2015).

Tabla 13: Productos ecuatorianos exportados a Países Bajos

PRINCIPALES PRODUCTOS ECUATORIANOS NO PETROLEROS EXPORTADOS A PAÍSES BAJOS					
Miles USD FOB					
Subpartida	Descripción	2013	2014	Ene-Oct 2015	Part. 2014
1604.14.10.00	Atunes en conserva	97,731	114,059	62,213	22.12%
1801.00.19.00	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	50,976	78,102	65,826	15.15%
0803.90.11.00*	Bananas frescas tipo «Cavendish Valery»	66,188	59,184	47,496	11.48%
2009.89.20.00*	Jugo/pulpa de maracuyá (parchita) (Passiflora Edulis)	26,460	58,799	39,400	11.40%
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas	40,990	43,767	40,448	8.49%
1511.10.00.00	Aceite de palma en bruto	26,211	26,211	4,420	4.77%
0306.17.99.00	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados NCOP	12,334	22,170	11,741	4.30%
0603.19.10.00	Gypsophila (Gypsophila Paniculata I) frescas, cortadas	18,532	16,655	12,521	3.23%
2007.99.92.00	Los demás purés y pastas de las demás frutas u otros frutos	14,342	14,227	14,236	2.76%
0603.19.90.90	Las demás flores y capullos frescos, cortados, NCOP	6,532	6,656	4,957	1.29%
Los demás productos		66,523	77,420	61,287	15.01%
TOTAL		426,838	515,659	364,545	100.00%

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Pro Ecuador

El comercio exterior en el Ecuador presenta varios retos que actualmente están siendo abordados con políticas estatales orientadas a mejorar la situación del país en materia de comercializaciones internacionales. A pesar de que el actual Gobierno ha expresado enfáticamente no querer tratados de libre comercio como el de Estados Unidos no se descarta la opción de realizar otro tipo de acuerdos comerciales.

El jueves 17 de julio del 2014 el gobierno ecuatoriano anuncio el cierre de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea, en Bruselas, Bélgica. Las exportaciones del sector petrolero del Ecuador alcanzan un 60 % del total; por este lado Estados Unidos es el principal socio comercial del país; mientras que la Unión Europea capta el 30% de las exportaciones no petroleras del Ecuador.

Actualmente 1500 empresas ecuatorianas exportan de forma directa al mercado europeo, de estas el 60% son Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas). Esta relación genera unas 300 mil plazas de empleo directo y 500 mil indirectos, ligados, por ejemplo, a provisión de empaques, servicios y logística.

Si el Ecuador perdía este acceso preferencial con la Unión Europea las exportaciones tradicionales hubiesen caído a causa de aranceles muy altos.

El 85% de las exportaciones del Ecuador, con excepción del banano, se benefician del SGP Plus al momento de entrar a Europa. El SGP Plus seguirá vigente durante el 2015 mientras se ratifica el acuerdo, que se prevé entre en vigencia en un periodo de 18 a 24 meses.

Entre los nuevos productos que el Ecuador podrá exportar a la Unión Europea se encuentra: azúcar de caña, maíz, arroz, harina, puré de banano, mezclas de café y productos derivados de café, entre otros, 128 productos que representan el 60% de la producción agrícola nacional fueron excluidos; en el sector lácteo se logró la exclusión de la leche líquida, quesos frescos y mantequillas, se permitirá la importación de 400 toneladas de leche en polvo cada año (el 0.18% de la producción interna).

Por otra parte, Ecuador espera que el acuerdo con la UE le permita incrementar la transferencia de tecnología y las inversiones y establecimiento de empresas europeas que contribuyan al objetivo del Gobierno de Rafael Correa de llevar a cabo el cambio de matriz productiva, y que el país pueda exportar no sólo recursos naturales sino también productos manufacturados y con mayor valor añadido. (Cueva, 2014)

- **Ecuador y UE firman acuerdo comercial que esperan aplicar en 2016**

La Unión Europea (UE) y Ecuador firmaron el acuerdo de libre comercio cuya negociación concluyera en junio, con la confianza de que pueda entrar en vigor en 2016 y destacando la importancia del mercado comunitario para las exportaciones ecuatorianas.

A través de este acuerdo, Ecuador se sumará al tratado de libre comercio multipartito ya en vigor entre los Veintiocho y Colombia y Perú, pero con la garantía de que en el texto se han tenido en cuenta las especificidades de la economía ecuatoriana.

- **Aprobación parlamentaria**

Para ello, aún debe ser aprobado por el Parlamento Europeo (PE) y la Asamblea Nacional ecuatoriana -momento en que se aplicará de manera provisional hasta que le den el visto bueno los 28 parlamentos nacionales de la Unión- y firmado por ambas partes.

La comisaria destacó que este tratado "tiene que ser complementado con sólidas y aplicables políticas nacionales, incluyendo los derechos laborales, los derechos humanos y la protección medioambiental".

Ecuador mantendrá las preferencias arancelarias que le concede la UE hasta que entre en vigor el acuerdo de libre comercio. (EL UNIVERSO, 2015)

3.4. VÍAS DE ACCESO DE HOLANDA

Holanda posee un tráfico muy intenso, lo que facilita la comunicación directa de distintas localidades y países, gracias a una gran red de vías de tipo navegable, esto ha hecho que, en este pequeño país, se haya construido el puerto más grande e importante, de todo el continente europeo, y el segundo del mundo: el Europoort. Es considerada una autopista de tipo marítimo, cada día pasan por aquí una gran cantidad de barcos, que llegan a transportar más de 350 millones de toneladas de carga, cada año, todo esto hace que sea uno de los más complicados, a la hora de organizar.

Por otro lado, a la hora de poder unir la ecología, el medio ambiente, con el transporte de mercancías, nos encontramos con cuatro puertos que hacen descuentos en las tasas de los costosos aranceles, a aquellos barcos que no contaminan.

Para mi investigación se analizará los puertos que se encuentran ubicados en Holanda que es el mercado meta, el cual me permitirá llegar el producto.

Dichos puertos son los:

- Maardijk
- Amsterdam
- Dordrecht
- Rotterdam

Dicho descuento puede llegar a un máximo del 5%. Otro puerto muy importante es el de Enclusa, que encontramos en la zona de Flandes Zelandes, y es considerado el puerto de la ciudad belga de Brujas, ya que perteneció a Bélgica, durante siglos.

Sin duda, los puertos de Holanda son un punto muy importante en su economía, y muchas personas se acercan hasta aquí, por las dimensiones de los mismos, que son verdaderas obras de la ingeniería.

- **Aeropuertos**

En Holanda nos encontramos con los siguientes aeropuertos, el de Amsterdam Schiphol, el de Rotterdam, el de Eindhoven, el de Groningen, el de Lelystad y el de Maastrich Aachen. El aeropuerto internacional de Schiphol es el aeropuerto más importante de los Países Bajos, o sea, Holanda.

Es el aeropuerto que sirve no sólo para Amsterdam, la capital, sino para todo el país holandés.

3.5. ANÁLISIS FODA

A continuación se presentara la matriz FODA, de la empresa Vita Tuna del cantón Guano de la provincia de Chimborazo.

Tabla 14: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Productos de buena calidad aceptados en el mercado interno.• Precios Competitivos• El impacto ambiental que genera la actividad es moderado.	<ul style="list-style-type: none">• Posibilidad de captar nuevos mercados debido a la apertura comercial.• Seguir diversificando sus productos• El fomento de actividades productivas genera empleo y riqueza en otras actividades relacionadas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Competencia importante en el mercado interno de otras frutas no tradicionales.• Falta de maquinaria tecnológica• Desconocimiento de negociaciones internacionales	<ul style="list-style-type: none">• Competir con productos sustitutos• Luchar con la variación de precios• Cambios climatológicos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.5.1. FODA Cruzado o Cruce de Variables

Tabla 15: Cruce de Variables

	OPORTUNIDAD	AMENAZA
	1. Posibilidad de captar nuevos mercados debido a la apertura comercial. 2. Seguir diversificando sus productos 3. El fomento de actividades productivas genera empleo y riqueza en otras actividades relacionadas.	1. Competir con productos sustitutos 2. Luchar con la variación de precios 3. Cambios climatológicos
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
1. Productos de buena calidad aceptados en el mercado interno. 2. Precios Competitivos 3. El impacto ambiental que genera la actividad es moderado.	Los productos de buena calidad tiene la posibilidad de captar nuevos mercados en lo que es la apertura comercial. (F1,O1)	Los precios son competitivos en el mercado tanto local como internacional en la cual se debe luchar con esta variación. (F2,A2)
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
1. Competencia importante en el mercado interno de otras frutas no tradicionales. 2. Falta de maquinaria tecnológica 3. Desconocimiento de negociaciones internacionales	La competencia en el mercado con otras frutas permite seguir diversificando sus productos para que el cliente se sienta satisfecho con su compra. (D1,O2)	El desconocimiento de las negociaciones internacionales esto interviene a que los productores no puedan realizar sus exportaciones con los debidos tramites y que su empresa crezca más y competir con sus contrarios de los productos sustitutos. (D3,A1)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Elena Balseca

Al operacionalizar la matriz FODA se obtuvo las siguientes estrategias:

- Los productos de buena calidad tiene la posibilidad de captar nuevos mercados en lo que es la apertura comercial. (F1,O1)
- Los precios son competitivos en el mercado tanto local como internacional en la cual se debe luchar con esta variación. (F2,A2)

- La competencia en el mercado con otras frutas permite seguir diversificando sus productos para que el cliente se sienta satisfecho con su compra. (D1,O2)
- El desconocimiento de las negociaciones internacionales esto interviene a que los productores no puedan realizar sus exportaciones con los debidos tramites y que su empresa crezca más y competir con sus contrarios de los productos sustitutos. (D3,A1) .

3.6. DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir bajo condiciones determinadas de tiempo y precio.

3.6.1. Metodología para cuantificar la demanda

- **Demanda Aparente:** Es el resultado al relacionar las variables de producción nacional y sus excedentes que se destinan para las exportaciones, exterior, lo que se refleja a continuación:

3.6.2. Producción de tuna en Holanda

Aunque Holanda es uno de los principales importadores de frutas como es el caso de la tuna, JH Wagenaar BV, es la única empresa en producir al aire libre del norte de Holanda, como la coliflor, el brócoli, la lechuga iceberg, la coliflor, tuna (figue de barbarie),naranja, uvas, mandarina; aunque su cosecha sigue siendo experimental.

Actualmente mayoristas en los Países Bajos, los cuales suministran en tiendas y restaurantes en este mercado.

A continuación se detalla la producción de esta empresa:

Tabla 16: Producción Nacional De Tuna En Holanda

Año	Producción TM
2014	35
2015	50

Fuente: www.jhwagenaar.nl

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.2.1. Proyecciones

La proyección de la producción nacional de tuna en Holanda se realiza mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años. Dicho método se utilizará en todas las proyecciones de la presente investigación.

Tabla 17: Cálculo Para La Proyección De Producción Nacional

Periodo (x)	Año	Tonelada (y)	x²	y²	x.y
1	2014	45	1	2025	45
2	2015	55	4	3025	110
3	4029	100	5	5050	155

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{100 - 10(3)}{2} = 35$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2(155) - 3(100)}{2(5) - 3^2} = 10$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{10(2)}{100} = 0.30$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 35 + 10(3) \quad y = 65$$

$$y(2017) = 35 + 10(4) \quad y = 75$$

$$y(2018) = 35 + 10(5) \quad y = 85$$

$$y(2019) = 35 + 10(6) \quad y = 95$$

$$y(2020) = 35 + 10(7) \quad y = 105$$

Tabla 18: Proyección De La Producción Nacional

Año	Producción Nacional (TM)
2016	65
2017	75
2018	85
2019	95
2020	105

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.3. Importaciones de tuna en Holanda

La tuna consta en el arancel europeo dentro del capítulo “las demás frutas u otros frutos frescos”, en la partida arancelaria 0810.90.corresponde a los “los demás” en la subpartida 0810.90.35.50 correspondiente a higos de Chumbera, nombre con el que se conoce a la Fruta.

Es necesario recalcar que las importaciones que se detallan a continuación están tomadas de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) , las mismas que pertenecen al rubro de Bayas que quiere decir fruto carnoso y jugoso, que contiene semillas rodeadas de pulpa, y que hace referencia específicamente a la tuna.

Tabla 19: Importaciones de Tuna en Holanda

Año	Importación TM
2013	170
2014	280
2015	350

Fuente: FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura)
Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.4. Proyección de las importaciones de tuna en Holanda

La proyección de las importaciones de Holanda de Tuna se realizara mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años:

Tabla 20: Calculo para la Proyección de Producción Nacional

Periodo (x)	Año	Tonelada (y)	x²	y²	x.y
1	2013	170	1	28900	170
2	2014	280	4	78400	560
3	2015	350	9	122500	1050
6		800	14	229800	1780

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{800 - 90(6)}{3} = 87$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{3(1780) - 6(800)}{3(14) - 6^2} = 90$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{90(3)}{800} = 0.34$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 87 + 90(3) \quad y = 357$$

$$y(2017) = 87 + 90(4) \quad y = 447$$

$$y(2018) = 87 + 90(5) \quad y = 537$$

$$y(2019) = 87 + 90(6) \quad y = 627$$

$$y(2020) = 87 + 90(7) \quad y = 717$$

Tabla 21: Proyección de las importaciones

Año	Importaciones (TM)
2016	357
2017	447
2018	537
2019	627
2020	717

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.5. Exportaciones de tuna en Holanda

Tabla 22: Exportación de Tuna

Año	Producción TM
2013	0
2014	0
2015	0
2016	0

Fuente: FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura)

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.6. Proyección de las exportaciones de tuna en Holanda

Holanda no exporta tuna, ya que no tiene producción y todo lo que importa lo utiliza para su consumo interno.

3.6.7. Consumo Aparente

El consumo aparente se basa en cifras de producción local, las importaciones y las exportaciones. Cuya fórmula es:

$$CA=P+M-X$$

En donde:

CA: CONSUMO APARENTE

P: PRODUCCION

M: IMPORTACIONES

X: EXPORTACIONES

Tabla 23: Consumo Aparente

Año	Producción TM	Importación TM	Exportación TM	Consumo Aparente
2016	65	357	0	422
2017	75	447	0	522
2018	85	537	0	622
2019	95	627	0	722
2020	105	717	0	822

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.8. Población económicamente activa de Holanda

El Reino de Holanda consta de tres países separados: Holanda, Aruba y las Antillas Neerlandesas. Holanda es el país con la mayor densidad de población por km² en la Unión Europea y es uno de los países con mayor densidad de población, a su vez se va a realizar una proyección para los próximos 5 años.

Tabla 24: PEA de Holanda

AÑO	PEA
2013	16.829.289
2014	16.864.000
2015	16.947.904

Fuente.: DATOSMACRO.COM

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.8.1. Proyecciones PEA Holanda

Para la proyección de la población económicamente activa se realizara con el método de los mínimos cuadrados, para los 5 años posteriores.

Tabla 25: Proyección PEA Holanda

AÑOS	PEA
2016	17.068.782
2017	17.128.090
2018	17.187.397
2019	17.246.705
2020	17.306.012

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.9. Consumo Per Cápita

Una vez que se ha proyectado la Población Económicamente Activa de Holanda, el siguiente paso es calcular el consumo de Tuna por los habitantes de Holanda, y se calcula dividiendo el Consumo Aparente proyectado con la PEA proyectada.

CONSUMO PER CAPITA = CONSUMO APARENTE / PEA PROYECTADO

Consumo Per Cápita (2016) = 422/ 17.068.782 = 0.01

Consumo Per Cápita (2017) = 522/ 17.128.090 = 0.01

Consumo Per Cápita (2018) = 622/ 17.187.397 = 0.02

Consumo Per Cápita (2019) = 722/17.246.705 = 0.02

Consumo Per Cápita (2020) = 822/ 17.306.012 = 0.02

Tabla 26: Consumo Per Cápita de Tuna en Holanda

Año	Consumo Aparente (TM)	PEA	Consumo Aparente Per Cápita (TM)
2016	422	17.068.782	0,02
2017	522	17.128.090	0,03
2018	622	17.187.397	0,03
2019	722	17.246.705	0,04
2020	822	17.306.012	0,04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.10. Consumo Recomendado

Es necesario mencionar que al no existir información precisa del consumo de la tuna en Holanda, por ser considerada un fruta exótica, se obtuvo información correspondiente a “Otros Frutos” que abarcan aproximadamente a 8 frutos, los mismos que tienen un consumo recomendado de 3.96 Kg, multiplicando por los 12 meses del año, da como resultado de 47,52 kg por habitante.

Tabla 27: Consumo Recomendado de Tuna

Año	Consumo Recomendado Anual kg
2016	47.52 Kg
2017	47.52 Kg
2018	47.52 Kg
2019	47.52 Kg
2020	47.52 Kg

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.11. Déficit por Habitante

Cuyo cálculo se lo realiza de la siguiente manera:

DEFICIT POR HABITANTE = Consumo Per Cápita Real (Aparente) – Consumo Recomendado

Déficit por habitante (2016) = 0,02 – 47.52 Kg = -47.50

Déficit por habitante (2017) = 0,03 – 47.52 Kg = -47.49

Déficit por habitante (2018) = 0,03– 47.52 Kg = -47.49

Déficit por habitante (2019) = 0,04– 47.52 Kg = -47.48

Déficit por habitante (2020) = 0,04– 47.52 Kg = -47.48

Tabla 28: Déficit Por Habitante

Año	Consumo Aparente Per Cápita (TM)	Consumo Recomendado per Cápita kg/año	Déficit por habitante kg/año
2016	0,02	47.52	-47.50
2017	0,03	47.52	47.49
2018	0,03	47.52	-47.49
2019	0,04	47.52	47.48
2020	0,04	47.52	47.48

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

3.6.12. Déficit Total

Para el cálculo del déficit total de Tuna en el mercado de Holanda se requiere de la PEA proyectada y del déficit por habitante. Y se lo realiza de la siguiente forma.

DEFICIT TOTAL = Déficit Por Habitante * Pea (Proyectado)

Déficit total= - 47.50 * 17.068.782 = (67.421.69)

Déficit total= - 47.49 * 17.128.090 = (67.655.96)

Déficit total= - 47.49 * 17.187.090 = (67.717.13)

Déficit total= - 47.48 * 17.246.705 = (67.952.02)

Déficit total= - 47.48* 17.306.012 = (68.185.69)

Tabla 29: Déficit Total

AÑO	DEFICIT POR HABITANTE KG/AÑO	PEA	DEFICIT TOTAL Kg/Año
2016	- 47,50	17.068.782	(810.767.145)
2017	- 47,49	17.128.090	(813.412.994)
2018	- 47,49	17.187.397	(816.229.484)
2019	- 47,48	17.246.705	(818.873.553)
2020	- 47,48	17.306.012	(821.689.450)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

Al analizar el estudio de mercado demostró que el factor de la demanda es aceptable, ya que la demanda insatisfecha del año 2016 es de 810.767.145, puesto que al año 2020 si hay un aumento de 821.689.450.

3.7. OFERTA.

Es la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado.

3.7.1. Producción de tuna

En el país existen varias zonas propicias para el cultivo de la tuna, como las provincias que se encuentran en los valles bajos del callejón interandino como:

Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay y Loja y en la Costa las provincias de Manabí, Guayas y El Oro y específicamente los sectores de: Bolívar, Los Andes, Salinas, García Moreno, Valle del Chota, Malchingui, Guayllabamba.

Actualmente, en nuestro país la mayor concentración de tunales se encuentran en las provincias de: Loja, Pichincha, Imbabura (Valle del Chota, Pimampiro), Carchi (San Rafael, el Rosal, Alor), Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Azuay.

Existen plantaciones semicomerciales y comerciales de tunas, Malchingui -pichincha y Tungurahua para la obtención de la fruta como fruto principal.

En Ecuador, aun no existe un dato exacto, de los niveles de productividades de las plantaciones existentes ya sea silvestres o manejados a través de proyectos de desarrollo; pero por la observación del consultor, en distintas plantaciones, se concluye que dada la baja densidad de plantación, mal manejo del cultivo y en muchos casos por el doble propósito de la plantación.

Con lo que concierne a la empresa Vita Tuna los meses de enero, febrero, marzo y abril son los que cultiva más la tuna, y el resto lo conservan poco a poco para sobre salir con los demás meses del año.

3.7.2. Producción de la Empresa Vita Tuna.

Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic
Producción	+	+	+	+	+	+	+	+	X	X	X	+

X=Producción Baja

+ = Producción Alta

La empresa tiene 150 hectáreas de las cuales su producción anual en el año 2015 fue de 98.29 toneladas de tuna, el 80% lo distribuyen en lo que es la Provincia de Chimborazo, y el 20% restante lo reservan para algún imprevisto.

La oferta representa la cantidad de tuna que será proporcionada por parte de la Empresa Vita Tuna, para posteriormente exportar al mercado holandés.

Tabla 30: Producción de Tuna

Año	Kg	Toneladas Métricas
2013	90.702	90.70
2014	94.123	94.12
2015	98.285	98.29

Fuente: Empresa Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

3.7.3. Proyección

Tabla 31: Proyección de la producción nacional

Año	Kg	Toneladas Métricas
2016	98.260	98.26
2017	102.150	102.15
2018	106.040	106.04
2019	109.930	109.93
2020	113.820	113.82

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

Producción de la Empresa Vita Tuna para distribución al mercado internacional y nacional.

En el 2015 Vita Tuna ha producido 98.29 toneladas de tuna, del cual el 80% está destinado al mercado internacional y 20% mercado nacional.

Tabla 32: Distribución De La Producción Vita Tuna

Toneladas Métricas	Porcentaje %	País
58	60	Europa
25,09	25	Consumo Nacional
15,2	15	Bodega
98,29	100	

Fuente: Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

Su consumidor principal de Vita Tuna estaría en los mercados internacionales, el 60% del total de la producción se destinaría a Europa principalmente a Holanda, el 25% sería consumo nacional en este caso de la Provincia de Chimborazo, el 15% se encuentra en bodega.

3.8. DEMANDA INSATISFECHA

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó la producción proyectada de la empresa para su exportación a Holanda y que se realizara con la siguiente formula:

Demanda Insatisfecha = Oferta (Proyectada) – Consumo Aparente (Proyectado)

Demanda insatisfecha 2016 = 98.26-422= - 323.74

Demanda insatisfecha 2017 = 102.15-522= - 419.85

Demanda insatisfecha 2018 = 106.04-622= - 515.96

Demanda insatisfecha 2019 = 109.93-722= - 612.07

Demanda insatisfecha 2020 = 113.82-822= - 708.18

Tabla 33: Demanda insatisfecha

Año	Holanda	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha	Cobertura de la Demanda Insatisfecha
2016	98.26	422	323,74	15%
2017	102.15	522	419,85	18%
2018	106.04	622	515,96	20%
2019	109.93	722	612,07	25%
2020	113.82	822	-08,18	28%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

El volumen de la oferta exportable en el año 2016 sería de 98.26 toneladas que equivale al 15% de la demanda insatisfecha del mismo año. Por supuesto con una proyección mayor en un futuro.

3.9. PRECIO

Cierta cantidad de dinero que estaría dispuesto a aceptar los productores por sus productos de parte de los consumidores siempre y cuando exista una transparencia en el conocimiento del mercado. (Barreno, 2004).

La fijación del precio de exportación es un componente en el mix de marketing internacional de las empresas, y es dependiente de varios factores tales como: costo en el mercado nacional, calidad del producto, término de negociación internacional, competencia, etc., por lo cual es necesario de una correcta planificación para que sea competitivo y se ajuste a las características del mercado meta.

Generalmente los precios de exportación se calculan a base de los precios internos añadiéndoles el flete internacional, el seguro y las diferentes comisiones.

3.9.1. Precios de la tuna en el mercado nacional

EL precio que se paga por el kilo de tuna en la empresa Vita Tuna es de 1.00 dólar, actualmente la caja de 20 kilogramos de tuna se vende a un promedio de 15 a 20 dólares.

El mercado exige una fruta con una medida de 6.4 a 10 centímetros de largo, esto representa 100 gramos de peso aproximadamente.

3.9.2. Precios de la tuna a nivel mundial

El rango de precios se ubica entre 3.97 y 5.82 USD/Kg, como se puede observar en el siguiente cuadro donde se presentan los precios promedio de importación por kilo, a nivel de mercado mayorista. Los mercados de destino son varios países europeos; los proveedores pueden variar.

Tabla 34 Precio de tuna nivel mundial

DESTINO	PRECIO USD/KG
Holanda	4.04
Reino Unido	5.03
Dinamarca	5.82
Finlandia	5.14
Francia	4.68
Suecia	3.97
Suiza	4.76

Fuente: MNS European Fruits and Vegetables Report (2007)
Elaborado por: María Elena Balseca

El precio en el caso del presente proyecto se encuentra detallado en el capítulo IV

CAPITULO IV: PROPUESTA

4.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Exportación de Tuna pelada de la Empresa Vita Tuna, hacia el mercado de Holanda (Países Bajos) - Ámsterdam.

4.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Tabla 35: Tamaño de la empresa

	Producción 2016 (TM)	Producción 2017 (TM)	Producción 2018 (TM)	Producción 2019 (TM)	Producción 2020 (TM)
AÑO	98.26	102.15	16.04	109.93	113.82

Fuente: Empresa Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

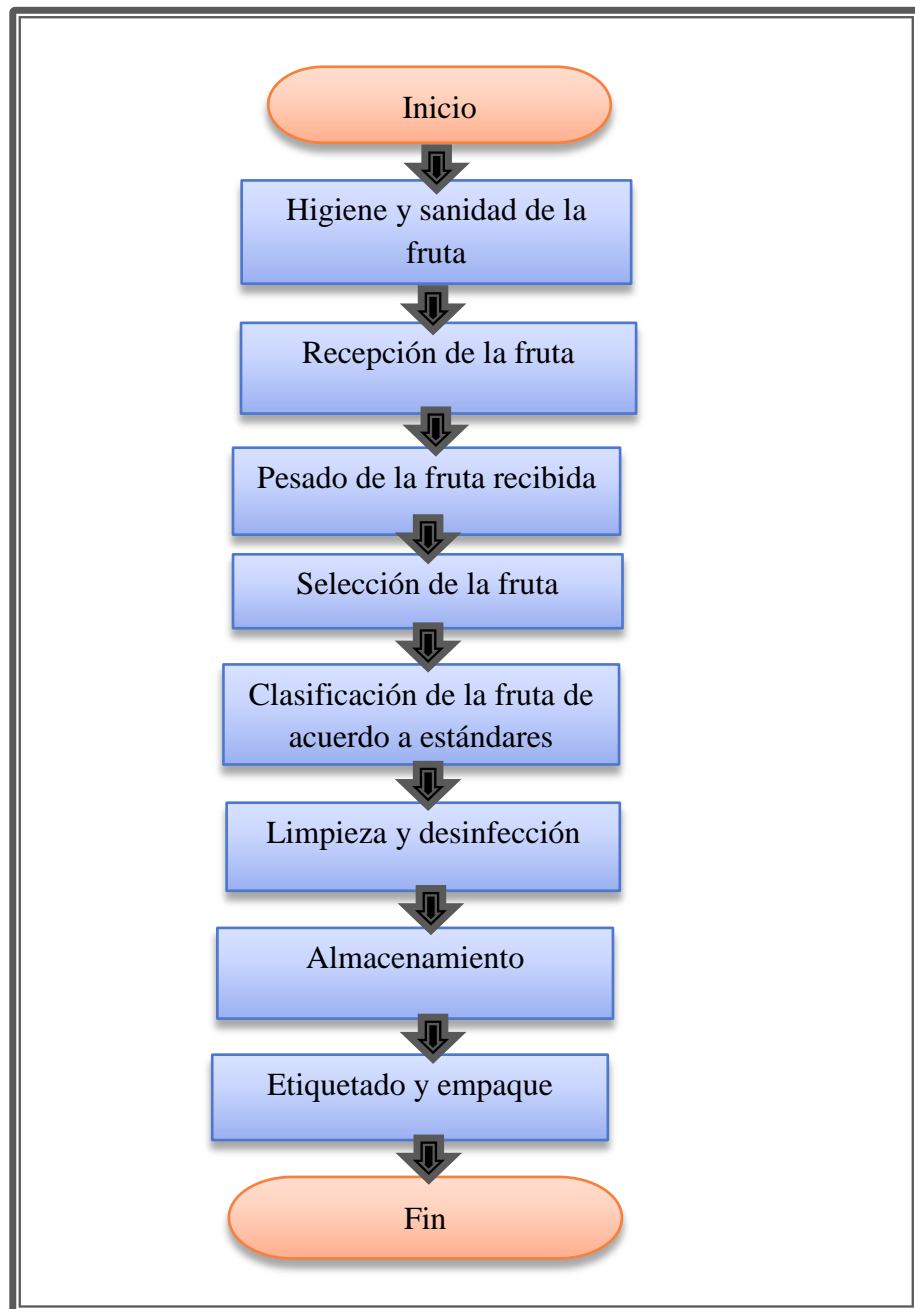
En la tabla nos muestra que la empresa con lo que concierne a la capacidad productiva de la tuna va aumentando en cada año, y para el 2020 la oferta exportable es de 113.82 toneladas.

4.2.1. Espacio físico

Con la investigación que se realizó a la empresa Vita Tuna, es necesario crear un espacio más amplio para la producción de la tuna y a su vez un departamento de los cuales se encarguen de los trámites de comercialización para la exportación del producto y cubrir con los requerimientos de los clientes.

Planta de producción

Grafico 5: Flujo grama de la planta de producción



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: María Elena Balseca

4.2.2. Localización de los oferentes

La empresa “Vita Tuna”, se encuentra ubicada en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano.

Datos Generales del cantón Guano

Población: 42.851 personas, concentrándose en la zona urbana 7.758 habitantes.

Altura: 2.000 hasta los 6.310 msnm

Clima: entre 16°C y 18°C

Parroquias: Cuenta con 11 parroquias, 2 Urbanas: La Matriz y el Rosario y 9 parroquias rurales: San Andrés, San Isidro, Ilapo, San Gerardo, Guanando, San José de Chazo, Santa Fe de Galán, La Providencia y Valparaíso.

4.2.3. Localización de los Demandantes

4.2.3.1. Definición del Mercado Meta.

Grafico 6: Holanda- Países Bajos



Fuente: Imágenes de Google

Holanda, situada en Europa occidental, tiene una superficie de 41.500 Km², con lo que se encuentra entre los países considerados pequeños.

Holanda, con una población de 16.864.000 personas, se encuentra en la 65ª posición de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una alta densidad de población, con 406 habitantes por Km². Su capital es Ámsterdam y su moneda Euros.

Tabla 36: Indicadores Económicos de Holanda

Población	16 877 351 (Julio 2014)
Crecimiento Poblacional	0,42 (2014)
Capital	Ámsterdam
Principales Ciudades	Róterdam, La Haya / Capital Administrativa
PIB	\$ 722,3 Mil Millones
Crecimiento PIB	-0,80%
PIB Per Cápita	\$ 47. 797
Composición del PIB Por Sector	Agricultura: 2,6 %
	Industria: 25,4%
	Servicios: 72,1 %
Moneda Oficial	Euro
Lengua Oficial	Holandés
Tasa De Cambio	0,7634 Euros Por USD
Tasa De Inflación Anual	2,50%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: María Elena Balseca

Los Países Bajos son un Estado miembro de la Unión Europea (UE). Más de la mitad de la legislación holandesa es iniciada por la UE, incluidas las leyes en el ámbito de la lucha contra la delincuencia, el medio ambiente, la educación, el libre mercado y el transporte. (Houseofrepresentatives, 2012)

Cabe resaltar que después de París, Londres y Milán, el Randstad (una conurbación que incluye Ámsterdam, La Haya, Rotterdam y Utrecht) es la mayor área económica urbana de la Unión Europea en términos de producto interno bruto. Esto se debe en gran parte a la fuerte presencia de servicios financieros y comerciales, que son uno de los motores de la economía holandesa.

La política del gobierno se centra en la sostenibilidad de las finanzas públicas, así como en la promoción y colaboración de las empresas, con las entidades educativas y los gobiernos locales para promover la inversión en infraestructura, mejorar la seguridad y fortalecer la educación y la innovación.

La Ministra de Comercio Exterior estableció una nueva línea de trabajo en su documento público denominado “Un Mundo que Ganar” –A world to gain. (Government, 2013)

Hay varias instituciones involucradas en el comercio exterior, economía, relaciones internacionales y afines. A continuación resaltamos algunas.

- Cámara de Comercio, es una institución sin fines de lucro, la misma que apoya a emprendedores a empezar o mejorar sus negocios. En Holanda todas las empresas son miembros de la cámara de comercio, no se paga membresía.

A partir de octubre de 2013 todas las cámaras de comercio regionales se unificaron bajo una sola estructura centralizada que opera con unidades en cada una de las regiones donde se concentran clústeres comerciales y tecnológicos en los Países Bajos.

- Agencia Central de Estadísticas, entidad encargada de recolectar y procesar toda la información estadística incluyendo comercio e inversión de Holanda en el exterior.
- El Ministerio de Asuntos Económicos, Agricultura e Innovación promueve un clima de negocios competitivo, y crea condiciones favorables para los negocios.

Apoya a la empresa holandesa en el extranjero a través de la diplomacia económica y la asistencia a embajadas y consulados.

El Ministerio se encarga de las relaciones internacionales en temas de comercio, políticas económicas, energía, telecomunicaciones e innovación.

- El Centro de Promoción de las Importaciones de Países en vías de Desarrollo o CBI por sus siglas en inglés es una Agencia del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- El propósito del CBI es aumentar las exportaciones de los países en vías de desarrollo como un medio para reducir la pobreza.

4.2.3.2. Economía

- Holanda es la economía número 17 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2014 fue de 452.056 millones de euros, un 68,20% del PIB y su deuda per cápita de 26.803 € euros por habitante.
- La última tasa de variación anual del IPC publicada en Holanda es de noviembre de 2015 y fue del 0,7%.
- Los Países Bajos son la quinta potencia económica europea y el quinto exportador mundial de mercaderías. El país ha sido afectado especialmente por la crisis internacional y la crisis de la zona euro debido a su dependencia del comercio exterior.
- El crecimiento económico neerlandés, negativo en 2013 debido a la debilidad de la demanda interna, ha experimentado un tímido repunte en 2014 (0,6%) gracias a las inversiones y el gasto público. Según las previsiones, el crecimiento podría llegar a 1,4% en 2015.
- Los Países Bajos presentan una alta renta per cápita, con una distribución de los ingresos bastante equitativa.
- El PIB/habitante es un tercio superior a la media de los 27 países de la Unión Europea. La tasa de desempleo, durante mucho tiempo inexistente, ha aumentado considerablemente desde 2008, y concierne a 7,4% de la población activa en 2014. Esta cifra debiera disminuir en 2015

4.2.3.3. Principales Sectores de la Economía

Los sectores claves del gobierno de los Países Bajos comprenden nueve áreas: agricultura y horticultura, industrias químicas, energía renovable, ciencias de la vida aplicada principalmente a la biotecnología y la medicina, logística, industria de la creatividad (arquitectura, software para juegos, moda), industrias de alta tecnología (ICT, Micro & Nano tecnología), agua e industria marítima.

El gobierno de los Países Bajos desarrolla constantemente políticas y planes con el objetivo de fortalecer estos sectores, especialmente en cuanto a investigación, desarrollo e innovación, capacitación, generación de nuevas empresas y cooperación internacional.

4.2.3.4. Agrícolas y de Consumo

- **Agrícola y alimentos**

Junto con los EE.UU. y Francia, los Países Bajos es uno de los tres principales productores mundiales de frutas y verduras.

Suministran aproximadamente una cuarta parte de las hortalizas que se exportan a Europa, siendo la agroindustria uno de los impulsores de la economía holandesa, al mismo tiempo que buscan las mejores prácticas que mantengan el bienestar del medio ambiente y el ecosistema.

En las últimas décadas, ha habido un crecimiento sustentable en lo que se refiere a la producción agrícola y ganadera. Habiendo un crecimiento en la producción agrícola, basada en la sustentabilidad a largo plazo.

El sector agrícola abarca una amplia gama de actividades como la ganadería y el cultivo de las plantas (que incluyen, por ejemplo, el cultivo y la producción lechera, el cultivo en invernadero, plantación de árboles y la cría de cerdos).

La horticultura es uno de los pilares del comercio de Holanda, incentivando principalmente floricultura, árboles decorativos además de frutas y verduras.

La Horticultura holandesa se concentra en producción agrícola, investigación y desarrollo, logística, infraestructura y exportaciones, en las que empresas e institutos de investigación trabajan en estrecha colaboración, lo que contribuye significativamente en la prosperidad del país.

4.2.3.5. Industriales y de Servicios

- **Química**

Los Países Bajos son uno de los principales proveedores europeos de productos químicos y servicios. Debido a que, importantes materias primas están disponibles y son fáciles de suministrar a otros países de Europa así como a otros países del mundo.

Una de las principales fortalezas es que dentro de la comunidad química las empresas y las instituciones del conocimiento y el gobierno trabajan juntos, a través de los llamados Centros de Innovación Química Abiertos (COCI), en la que se establecen empresas (pequeñas y grandes) en desarrollar ideas innovadoras y probar su viabilidad..

- **Energías Renovables**

Los Países Bajos se han proyectado para el 2050 como el país que contará con un sistema energético sostenible, confiable y económico en el que las emisiones de CO2 se han reducido a la mitad y el 40 % de la electricidad provenga de fuentes sostenibles.

Los Países Bajos se proponen alcanzar 6,000 MW de energía eólica y están experimentando con la energía de las olas, algas y biomasa. , los holandeses también están desarrollando las redes inteligentes, que facilitan los nuevos desarrollos, como los vehículos eléctricos, adicionalmente se están convirtiendo en un líder europeo en el gas natural y el gas verde.

- **Alta Tecnología**

El sector de alta tecnología incluye un número de industrias estrechamente relacionadas como son los sistemas de las industrias, automotriz, aeroespacial y de materiales como el acero.

Las empresas holandesas en este sector son reconocidas mundialmente por su excelencia tecnológica y se han convertido en líderes en sus segmentos de mercado, debido a su rápida innovación y colaboración en toda la cadena.

4.2.3.6. Servicios

- **Innovación**

En este sector se ubican las actividades correspondientes a arquitectura, software para juegos, moda, entre otros. Hoy en día, la creatividad holandesa está produciendo arquitectura pionera, diseño, música, TV, juegos y moda, la atención se centra en la biotecnología con aplicaciones en salud, las empresas holandesas son líderes en este campo.

En el área logística, Holanda juega un papel clave en la economía actual, mediante la conexión de los productores y los consumidores de todo el mundo a través de una logística sofisticada. El éxito se basa en una combinación de infraestructura de vanguardia, de clase mundial los proveedores de servicios y una ubicación costera situada en el corazón de Europa.

Los factores clave son el Puerto de Rotterdam, el puerto más grande de Europa y el cuarto más grande en todo el mundo, y el aeropuerto de Ámsterdam: Schiphol, el aeropuerto europeo de mayor tránsito comercial y carga aérea.

Los Países Bajos también hacen un uso extensivo de la tecnología de la información para ofrecer soluciones optimizadas de la cadena de suministro en los sectores donde el tiempo es crítico, como los alimentos y las flores.

Además, los Países Bajos son pioneros en la evolución de las operaciones de logística ambientalmente sostenibles.

4.2.3.7. El Sector Exterior

- **Comercio Exterior del País**
- **Principales Productos y destinos de exportación**

El siguiente cuadro presenta los principales productos de exportación de los Países Bajos de acuerdo al período 2009 – 2013, se detalla la participación para el año 2013.

Se puede observar que los principales productos de exportación de los Países Bajos para 2013 corresponden a otros aceites de petróleo, aceites livianos ligeros, aceites crudos de petróleo, teléfonos móviles (celulares) y máquinas para procesamiento de datos.

Tabla 37: Principales Productos Exportados por Holanda-Países Bajos

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR PAISES BAJOS								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	TCPA 2009-2013	Partic. % 2013
2710.19	Otros aceites de petróleo y preparaciones	22,136,568	31,233,826	44,154,993	44,225,605	44,807,401	19.28%	6.75%
2710.12	Aceites livianos ligeros y preparaciones	9,988,091	13,003,881	19,876,322	23,781,455	21,823,653	21.58%	3.29%
2709.00	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	11,012,996	14,553,811	17,612,080	20,611,803	16,242,901	10.20%	2.45%
8517.12	Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	5,612,605	8,648,840	9,985,510	15,241,635	15,635,386	29.19%	2.35%
8471.30	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digital	9,379,543	11,870,063	12,601,300	14,529,538	14,380,486	11.28%	2.17%
3004.90	Los demás medicamentos preparados	7,785,428	10,559,774	10,334,581	11,142,038	10,533,967	7.85%	1.59%
8517.62	Aparatos para recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen	6,418,350	8,321,525	9,314,126	9,435,173	9,862,434	11.34%	1.48%
8473.30	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	8,689,644	9,909,225	11,579,643	9,876,961	9,539,478	2.36%	1.44%
3002.10	Antiseros, demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos	29,748	94,664	440,579	6,168,327	5,560,027	269.75%	0.84%
8443.99	Las demás partes para máquinas para imprimir mediante planchas, cilindros y demás elementos impresores	6,598,748	6,496,218	6,761,287	5,993,734	5,477,903	-4.55%	0.82%
8486.20	Máquinas y aparatos utilizados para la fabricación de semiconductores o circuitos electrónicos integrados	1,681,537	4,972,931	7,234,364	4,772,409	5,431,134	34.06%	0.82%
8701.20	Tractores de carretera para semirremolques	1,764,983	3,022,157	4,961,796	4,105,452	4,728,610	27.94%	0.71%
8471.70	Unidades de memoria	4,587,462	4,821,685	4,719,398	4,532,591	4,408,872	-0.99%	0.66%
9018.39	Las demás jeringas, agujas, cáteres	2,397,952	2,693,632	3,174,417	3,462,118	3,624,126	10.88%	0.55%
8471.50	Unidades de procesos digitales, excluidas las subpartidas 8471.41 u 8471.49	3,597,545	3,632,606	2,682,915	3,632,717	3,577,961	-0.14%	0.54%
	Demás productos	397,038,535	441,003,654	501,987,640	473,291,641	488,543,189	13.58%	56.22%
	Todos los productos	498,719,735	574,838,492	667,420,951	654,803,197	664,177,528	7.43%	100.00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, TradeMap. CCI

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Pro Ecuador

4.2.4. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total que les gusta en este caso que es el producto de la tuna, ya que esto permite conocer realmente a los consumidores.

Tabla 38: Segmentación de Mercado

Edad	De 2 a 60 años
Sexo	Niño, Hombres y mujeres
Estado civil	Solteras, casadas, viudas, divorciadas.
Religión	Todo tipo de religión.
Nivel Socio-Económico	Todo nivel
Nivel de instrucción	Instrucción media básica, en adelante
Unidad Geográfica	Mercado de Holanda
Raza	Todas
Clase social	Baja, media y alta.
Motivos de compra	Salud y valor nutricional.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: María Elena Balseca

- **Geográfico**

El mercado objetivo será Holanda- Países Bajos

- **Socioeconómico**

Este aspecto tiene total dependencia con el anterior, ya que de acuerdo al rango de edad señalada, las personas ya tendrán un nivel de educación media, lo que les permite formular su propio criterio de al momento de adquirir este producto que es la Tuna.

- **Psicográficos**

Dentro de esto el proyecto está formado para la mayoría de los europeos que asocia una dieta sana al consumo de frutas y verduras y muchos de ellos creen que su dieta es sana, como es el caso de la tuna o nopal que tiene vitaminas c, fibra, calcio y otras sustancias necesarias en la dieta importantes en el organismo.

4.3. REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA LA EXPORTAR.

- **Requisitos como exportador.**

Se lo realiza directamente en el sitio Web de la SENA E (www.aduana.gob.ec): llenando el formulario electrónico previsto para el caso; la SENA E (El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) le asigna clave y nombre de usuario.

- **Documentos para exportar:**
- **Registro único de contribuyentes (RUC)**

Las personas naturales o jurídicas deben tener el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogadas como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta y guías de remisión

- **Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.)**

Todas las exportaciones deben presentarse en la Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.) y llenarlo según instrucciones contenidas al reverso del referido documento para obtener la aprobación en los bancos corresponsales del Banco Central del Ecuador de la ciudad donde se trasmita la exportación.

- **Factura Proforma**

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono

- Factura Pro Forma N°
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterms.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

- **Factura Comercial:**

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,

- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

- **Carta de Porte:**

Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

- Exportador.
- Consignatario.
- Importador.
- Lugar y fecha de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Ruta y plazo del transporte.
- Marcas y números.
- Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
- Formalidades para el despacho de la mercadería.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)

- De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

- **Lista de Empaque – PackingList**

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo ha como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería. Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

4.4. CERTIFICADOS

La exportación de ciertos productos requiere un registro del exportador, autorizaciones previas o certificados entregados por diversas instituciones. Entre los certificados tenemos:

- **Certificados Sanitarios**

a) Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, a la Unión Europea otorga el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.

b) Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAG.

c) Certificado Zoonosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA-MAGAP.

d) Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca -INP.

- **Certificado de Origen**

a) Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.

b) Para los productos acogidos a los beneficios del SGP y ATPDEA extiende el MIC.

c) Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

- **Certificación orgánica**

El certificado orgánico es un documento de suma importancia en el proceso y exportación; que garantiza al importador que el producto ha sido de manera orgánica, sin la presencia de químicos y cumpliendo las condiciones de las Agencias Verificadoras de Productos Orgánicas.

Tabla 39: Certificación Orgánica

Organismos de certificación	País/ Ciudad	Dirección
BCS OKÖ GARANTIE Cia.Ltda	Ecuador/ Riobamba	Km ½ vía Chambo
Certificadora Ecuatoriana de Estándares CERES ECUADOR Cía. Ltda	Ecuador / Quito	Alonso Torres N° 43-63 y Edmundo Carvajal, Edificio 1
ECOCERT ECUADOR	Ecuador /Guayaquil	Mendiburo 218 y Córdoba, Primer piso A

Fuente: Agrocalidad

Elaborado por: María Elena Balseca

4.5. TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

Trámite en la aduana

Aduana: Para el aforo deberá presentar:

- Factura comercial (4 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación.
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.

Trámite de Embarque

- Constatación del pago de derechos y gravámenes arancelarios, de ser el caso.
- Recibo de pago de tasas por almacenamiento, carga, muellaje, vigilancia, etc.
- Entrega a la Aduana de cuatro copias del documento de embarque definitivo emitido por el transportista.

4.6. PROCEDIMIENTO PARA EXPORTACIÓN DE TUNA A HOLANDA.

La Agencia Canadiense para Control Alimenticio ha identificado los requisitos de etiquetamiento y embalaje requeridos en la Unión Europea las mismas que se aplican en los Países Bajos para exportación de animales, plantas y comida a la UE.

4.6.1. Requisitos de etiquetado de productos alimenticios

Para el etiquetamiento de los productos alimenticios y de salud la Unión Europea se basa en el Reglamento 1924/2006 que establece el uso de frases que expliquen las propiedades saludables, tales como "Bajo en grasa" o "alto contenido de vitamina C" o en temas de salud frases como "ayuda a bajar el colesterol" etc.

El reglamento se aplica a cualquier producto alimenticio o bebida producida para el consumo humano que se comercializados en el mercado de la UE.

Sólo a los alimentos que se ajustan a cierto perfil nutricional y se encuentren dentro de la lista de productos positivos (por debajo de cierto nivel de sal, azúcar y / o los niveles de grasa) se les permitirá llevar declaración de propiedades saludables en sus etiquetas.

Los productos alimenticios que lleven información de este tipo en sus etiquetas deben cumplir con las disposiciones de etiquetado nutricional en la Directiva 90/496/CEE.

Cabe recalcar que el Centro de Nutrición de los Países Bajos está implementando estrategias a largo plazo para combatir la obesidad. Muchas compañías Holandesas están buscando maneras de comunicar la promoción de estilos de vida saludables y los beneficios de diferentes productos para la salud.

La campaña se enmarca en el Plan de acción del Pacto Internacional del sobrepeso y la obesidad.

Las etiquetas deben tener el precio de venta y el precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores con el fin de mejorarla información al consumidor y facilitar la comparación de precios.

4.7. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

El manejo logístico permitirá a la empresa Vita Tuna, entregar su producto a tiempo, al país determinado y a su vez cumpliendo las expectativas con el consumidor.

Esquema básico de exportación



4.7.1. Cadena Comercial.

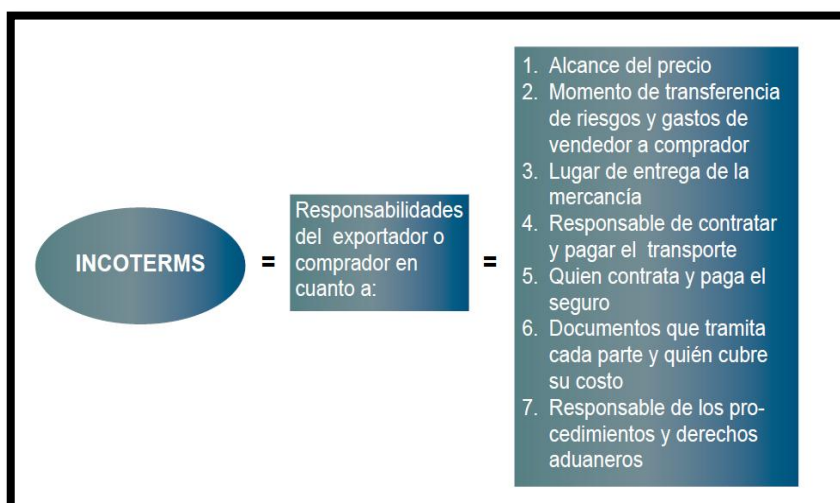
Se debe tener en cuenta que se realiza una exportación indirecta, debido a que la tuna será comercializada por una empresa holandesa, la cual usará sus propios canales de distribución y se encargará de todo lo conveniente a lo que se refiere a la publicidad.

Vale puntualizar la pena que una exportación directa implicaría la formación de una sucursal en Holanda que venda el producto o la contratación de agentes, distribuidores o minoristas, el cual no es el objetivo de la empresa.

4.7.2. Incoterms.

Dentro de este punto vamos a conocer los términos internacionales más conocidos como INCOTERMS, su objetivo es determinar los derechos y obligaciones que tiene tanto el vendedor como el comprador en las transacciones comerciales internacionales.

Grafico 7: Incoterms



Fuente: Imágenes de Google

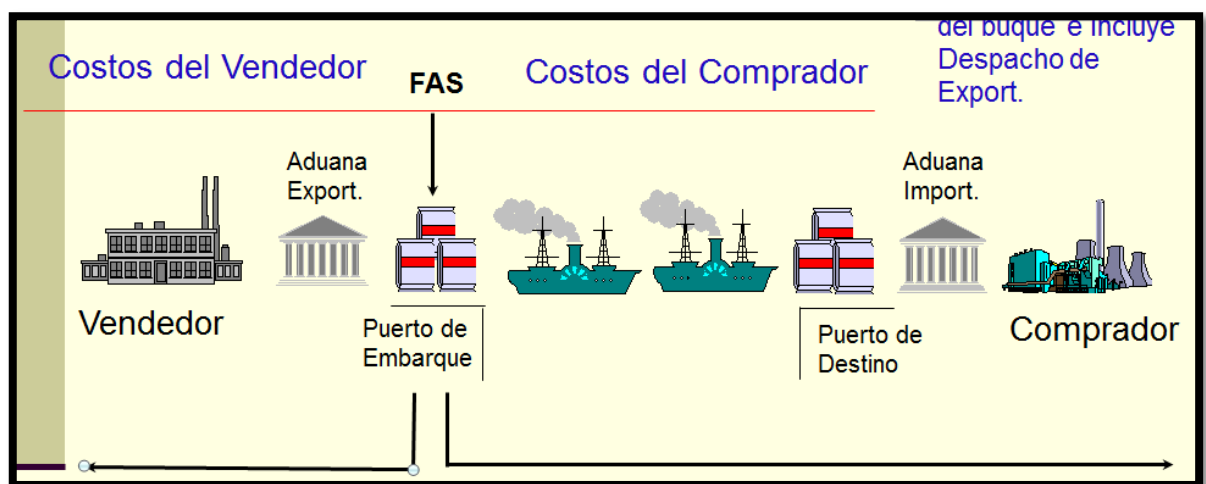
La exportación de tuna pelada se realizara por vía marítima para lo cual a continuación se mencionara los Incoterms más utilizados para exportación marítima:

- FAS (Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)

Para el presente proyecto el Incoterms a utilizarse es de FAS (Franco al Costado del Buque), la propiedad de las mercancías, la responsabilidad y riesgo son adquiridos por el comprador una vez que las mercancías son entregadas al costado del buque, en el puerto de embarque.

Los costos de entrega al puerto, tasas e impuestos propios de la exportación son por cuenta del vendedor, mientras que el comprador asume los costos de transporte y seguro hasta el destino final en sus instalaciones. (ProEcuador, 2015)

Grafico 8: FAS



Fuente: Pro Ecuador

4.7.3. Selección del Transporte

La mercadería (tuna) será producida en la Provincia de Chimborazo, cantón Guano de donde se transportará para posteriormente llevar en un contenedor refrigerado hasta las bodegas del Agente de Carga localizado cerca del Puerto Marítimo de Guayaquil, el mismo que se encargará de realizar el embarque respectivo en la naviera, misma que se encargará de transportar la carga hasta el Puerto Marítimo Le Havre en Holanda, donde será desaduaniado para posteriormente transportar vía terrestre hasta las bodegas de la empresa importadora.

La unidad de exportación será en la Naviera PANATLANTIC, la mercadería de naturaleza perecedera pero duradera previamente embalada en nuestra empresa.

Para la exportación de tuna en la empresa el producto será unitarizado, es decir las cajas serán agrupadas en paletas las cuales estarán listas para ser transportadas, con un peso total neto de 6355 Kg., es decir 6.35 TM., resultando un total de 1271 cajas mensuales, divididas en 20 paletas de 80 x 120, cada una con un contenido de 66 cajas (6x11) y con un peso neto de 318 Kg. aproximadamente cada paleta, cabe mencionar que una paleta llevará solo 17 cajas.

4.8. MERCANCIA A BORDO.

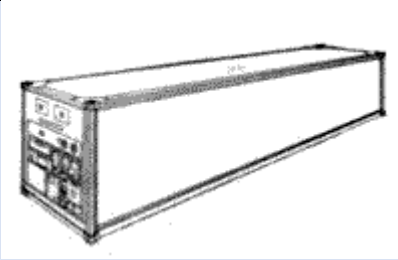
La mercancía se procede a embarcar en el buque, de acuerdo al itinerario de la naviera.

4.9. CONTENEDOR

La tuna necesita llegar fresca y no maltratada la cual se utilizara contenedor refrigerado de 20 pies, es habitual para temperaturas constantes sobre bajo cero, ejemplo carnes, pescados, frutas, etc.

4.9.1. Características del contenedor

Tabla 40: Características del contenedor

20 Pies 20' x 8' x 8'6"			
Tara	3080 kg / 6790 lb.		
Carga	27400 kg / 60410 lb.		
Max.	30480 kg / 67200 lb.		
Max. P.			
B.			
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	5444 mm / 17'10"	-	
Ancho	2268 mm / 7'5"	2276 mm / 7'5"	
Altura:	2272 mm / 7'5"	2261 mm / 7'5"	
Capacidad Cub.	28,1 m ³ / 992 ft ³		

Fuente: <http://www.affari.com.ar>

Elaborado por: María Elena Balseca

4.10. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Las tunas se envolverán en papel seda, se empacarán 4 filas de 5 frutas cada una dentro de cajas de plancha de fibra parafinadas con tapa y hoyos de respiración. El peso de cada fruta es de 100 gramos y 0.90 centímetros de largo.

Imagen 12: Presentación del Producto



Fuente: Imágenes de Google

Las medidas de las cajas son: 22 de alto X 38 de largo X 40 ancho centímetros. Debido a la pérdida de peso por deshidratación, es recomendable aumentar 4% del peso equivalente a dos libras extras de peso por caja para que el producto llegue con un peso neto correcto.

Una vez unitarizadas las cajas en las paletas de madera sanitizadas de 80x120 se embalará con plástico que permitirá mantenerlas fijas durante el transporte.

- **Número de embarques en el período**

Inicialmente se enviará un embarque mensualmente durante todo el año, cabe destacar que a pesar de que en meses como septiembre, octubre y noviembre disminuye la producción, la oferta y capacidad exportable permite cumplir con la demanda.

4.11. FORMAS DE PAGO

- **Prepago**

Se recibe el valor total de la exportación, antes de embarcar la mercancía. El prepago funciona cuando se tiene la suficiente confianza en el vendedor, pero esto se torna muy difícil especialmente cuando se está iniciando una actividad exportadora.

- **Giro a la vista**

El exportador envía los productos y en un viaje posterior pasa a retirar los cheques o en su defecto pide que se lo depositen en su cuenta corriente o solicita que realicen una transferencia.

- **Giro a plazos**

Es el giro a 60, 90 y hasta 120 días a plazo. Significa que una vez embarcadas las mercancías, hay que esperar que se cumpla el plazo. Tan solo unos días antes del vencimiento, se puede hacer un recordatorio a su cliente en el exterior para que prepare el cheque o se disponga a realizar la transferencia internacional.

Forma de pago a utilizar en nuestra exportación

Se utilizará un Giro a la Vista donde nuestro importador nos realizará una transferencia bancaria.

4.12. INFORMACIÓN ARANCELARIA DE ECUADOR Y HOLANDA

Tabla 41: Partida Arancelaria Ecuador

PARTIDA	DESCRIPCION	% AD VALOREM
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.	
08.10	Los demás frutas u otros frutos, frescos	
0810.90	- Los demás	
0810.90.90.00	-Los demás (higos de chumbo “tuna”)	15%

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones

Elaborado Por: María Elena Balseca

Tabla 42: Partida Arancelaria Holanda

PARTIDA	DESCRIPCION	% AD VALOREM
0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos	
0810.90	Los demás	
0810.90.95.50	---Higos de chumbera	8.80%

Fuente: TARIC

Elaborado Por: María Elena Balseca

4.13. PRECIO DE EXPORTACIÓN

Para la determinación del precio se tomó en cuenta las 1271 cajas de tuna de un peso de 318kg.

Tabla 43: Precio de Exportación de la Tuna

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Precio de tuna	1,50	1.906,50
FAS	1,50	1.906,50
Agente de aduana	0,0024583	3,12
Trámites aduaneros	0,0030625	3,89
Control técnico aduanero	0,0011806	1,50
Manejo terminal y portuario	0,0024306	3,09
Transporte interno	0,097222	123,57
Seguro	0,045	57,20
Arancel 8,80%	0,090	114,39
Costo total FAS	3,24	4119,76
Flete marítimo	0,0172222	21,89
Costo FAS (Precio al Consumidor)	3,26	4.141,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: María Elena Balseca

El precio para la exportación de tuna al país de Holanda es de \$4.141,65; este precio equivaldría con la negociación al comprador.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El presente proyecto se pretende analizar los beneficios económicos que tendrá la empresa Vita Tuna, al exportar Tuna pelada hacia el mercado de Holanda más conocido como Países Bajos. Para esto se va realizar una evaluación de los indicadores el VAN y el TIR.

5.1. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son el resultado de todo proceso contable, para indicar una forma clara y objetiva de la situación que se encuentra la empresa.

Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. (Perramon, 2016)

5.2. BALANCE GENERAL

El Balance General es un documento contable que demuestra la situación financiera de una entidad económica para un momento determinado, en la medida en que dicha situación sea expresable en términos monetarios y según sean reflejados por los registros contables. (Lic. Francisco Martinez, 2005)

Los datos del balance general cedidos por la empresa Vita Tuna, presenta la siguiente estructura.

Tabla 44: Balance Situación Inicial

VITA TUNA BALANCE SITUACION INICIAL AÑO 2016		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		15.510,05
Bancos	15.510,05	
ACTIVOS FIJOS		
		21.697,61
Obras civiles	16.645,00	
Muebles de oficina	1.579,00	
Equipo de oficina	250,50	
Equipo de computación	3.223,11	
ACTIVOS DIFERIDOS		
		3.956,80
Gastos de constitución	601,80	
Gastos de administración	3.355,00	
TOTAL ACTIVOS		41.164,46
PASIVOS		
PASIVO A LARGO PLAZO		
Préstamos bancarios	15.450,00	
TOTAL PASIVO		15.450,00
PATRIMONIO		
		25.714,46
Capital social	25.714,46	
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO		41.164,46

Fuente: Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

Tabla 45: Estado de Resultados

VITA TUNA ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2016	
Ingresos	25.050,78
(-) Costo de ventas	15.850,25
(=)UTILIDAD BRUTA	9.200,53
(-) Gastos administrativos	15.213,50
(-) Gastos financieros	8.182,37
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	7.031,13
(-) 15% Participación trabajadores	1.054,67
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	5.976,46
(-)25% Impuesto a la renta	1.757,78
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	13.419,00

Fuente: Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

5.2.1. Flujo de Caja

El Flujo de Caja demuestra el comportamiento del dinero efectivo (al inicio y al final de un ejercicio económico), con el objeto de no ocasionar desequilibrios económicos. (Martinez, 2005)

A continuación se detalla el flujo de caja, tomando en cuenta que la empresa Vita Tuna es considerada sin fines de lucro.

Tabla 46: Flujo de Caja

CUENTAS	2014	2015
VENTAS	19.574,58	25.050,78
TOTAL DE INGRESOS	19.574,58	25.050,78
GASTOS OPERACIONALES	15.578,14	17.852,36
TOTAL COSTOS Y GASTOS	15.578,14	17.852,36
FLUJO DE CAJA	3.996,44	7.198,42

Fuente: Vita Tuna

Elaborado por: María Elena Balseca

5.2.1.1 Flujo de Caja Proyectado

Para la realización del flujo de caja proyectado se aplicara el método de mínimos cuadrados para las proyecciones de ingresos y egresos.

Tabla 47: Calculo de flujo de caja Ingresos

Año	Periodo (x)	Ingresos (y)	x ²	y ²	x.y
2014	1	19.574,58	1	383.164.182,18	19.574,58
2015	2	25.050,78	4	627.541.578,61	50.101,56
	3	44.625,36	5	1.010.705.760,78	69.676,14

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{44.625,36 - 5.476,20(3)}{2} = 28.196,76$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2(69.676,14) - 3(44.625,36)}{2(5) - 3^2} = 5.476,20$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{5.476,20 (2)}{44.625,36} = 0,25$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 28.196,76 + 5.476,20 (3) = 44.625,36$$

$$y(2017) = 28.196,76 + 5.476,20 (4) = 50.101,56$$

$$y(2018) = 28.196,76 + 5.476,20 (5) = 55.577,76$$

$$y(2019) = 28.196,76 + 5.476,20 (6) = 61.053,96$$

$$y(2020) = 28.196,76 + 5.476,20 (7) = 66.530,16$$

Tabla 48: Cálculo de flujo de caja Egresos

Año	Periodo (x)	Egresos (y)	x ²	y ²	x.y
2014	1	15.578,14	1	242.678.445,86	15.578,14
2015	2	17.852,36	4	318.706.757,57	35.704,72
	3	33.430,50	5	561.385.203,43	51.282,86

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{33.430,50 - 2.274,22(3)}{2} = 13.303,92$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2(51.282,86) - 3(33.430,50)}{2(5) - 3^2} = 2.274,22$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{2.274,22 (2)}{33.430,50} = 0,14$$

$$Y = a + bx$$

$$y(2016) = 13.303,92 + 2.274,22(3) = 20.126,58$$

$$y(2017) = 13.303,92 + 2.274,22(4) = 22.400,80$$

$$y(2018) = 13.303,92 + 2.274,22(5) = 24.675,02$$

$$y(2019) = 13.303,92 + 2.274,22(6) = 26.949,24$$

$$y(2020) = 13.303,92 + 2.274,22(7) = 29.223,46$$

Tabla 49: Flujo de caja proyectado

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	44.625,36	50.101,56	55.577,76	61.053,96	66.530,16
Egresos	20.126,58	22.400,80	24.675,02	26.949,24	29.223,46
Flujo de caja	24.498,78	27.700,76	30.902,74	34.104,72	37.306,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Elena Balseca

5.3. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. (Barrachinacubillo, 2014)

La fórmula es la siguiente:

$$VAN1 = \Sigma \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

En donde:

FN: Flujo neto

i: tasa de interés

n: número de años que dura el proyecto

I₀: Inversión Inicial

$$VAN1 = \left[\frac{24.498,78}{(1.26)^1} \right] + \left[\frac{27.700,76}{(1.26)^2} \right] + \left[\frac{30.902,74}{(1.26)^3} \right] + \left[\frac{34.104,72}{(1.26)^4} \right] + \left[\frac{37.306,70}{(1.26)^5} \right] - 41.164,46$$

$$VAN1 = 37.308,91$$

$$VAN2 = \left[\frac{24.498,78}{(1.06)^1} \right] + \left[\frac{27.700,76}{(1.06)^2} \right] + \left[\frac{30.902,74}{(1.06)^3} \right] + \left[\frac{34.104,72}{(1.06)^4} \right] + \left[\frac{37.306,70}{(1.06)^5} \right] - 41.164,46$$

$$VAN2 = 88.004,26$$

5.4. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, y se representa en porcentaje. (Espinoza, 2015)

Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

$$TIR = 1.26 + (1.06 - 1.26) \left[\frac{37.308,91}{37.308,91 + 88.004,26} \right]$$

$$TIR = 0.31 * 100$$

$$TIR = 31\%$$

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto es de 31%, con el cálculo que se realizó de puede manifestar que el proyecto es rentable.

5.5. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Me permite saber cuánto de ganancia tendré por cada dólar invertido.

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN_1}{C} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{25.050,78 + 37.308,91}{41.164,46} \right]$$

$$RB/C1 = 1.51$$

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN_2}{C} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{25.050,78 + 88.004,26}{41.164,46} \right]$$

$$RB/C2 = 2.74$$

Como se puede determinar el Beneficio Costo es de 1.51 y 2.74 respectivamente dependiendo del Valor Actual Neto, considerando que el resultado es mayor que 1, esto significa que los ingresos son mayores que los egresos.

Puesto que el proyecto si es ejecutable ya que por cada dólar invertido se recuperara \$0.51 ctvs.

Tabla 50. Indicadores financieros

VAN 1	37.308,91
VAN 2	88.004,26
TIR	31%
RB/C 1	1.51
RB/C 2	2.74

IDEA A DEFENDER

Si la Empresa Vita Tuna, sigue todos los pasos del proyecto realizado obtendrá buenos beneficios como incrementar su rentabilidad, comercialización y por medio de esto darse a conocer en el mercado Holandés su producto como es la tuna, una fruta saludable.

En los estados financieros, proyecciones y evaluación financiera se puede observar que los años siguientes obtendrá un incremento en sus ventas, por tal motivo propongo que la Empresa Vita Tuna ejecute este proyecto que a permitirá satisfacer las necesidades del consumidor.

CONCLUSIONES

- La mínima capacidad exportable de tuna en años anteriores desmotivó al sector exportador ecuatoriano a buscar mercados internacionales con gran demanda de la fruta, mismos que importan grandes cantidades especialmente en la época invernal, para tener ingresos económicos.
- La población de Holanda busca productos de calidad y, sobre todo, saludables. Por tal razón, se ratifica que la tuna mantiene las características nutricionales después de un proceso de limpieza.
- Este proyecto factible de acuerdo a cada uno de los análisis realizados de este trabajo de tesis.
- Este proyecto de exportación, una vez analizado económicamente y uno de sus indicadores es el beneficio costo que como resultado es de 1.51 dólares, es decir que cada dólar invertido en el proyecto se genera una ganancia, por ende es rentable para la Empresa “Vita Tuna” de la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano.
- En la propuesta del proyecto se pudo determinar que la capacidad productiva de la empresa va aumentando cada año, y para el 2020 su oferta exportable será de 113.82 toneladas.

RECOMENDACIONES.

- Realizar, a largo plazo, nuevas inversiones en la Empresa “Vita Tuna” con el fin de incrementar el volumen de producción de materia prima, la que su ve permitirá ampliar la oferta exportable de la organización y lograr así, una mayor participación en el mercado holandés.
- Se debería apoyar a los actuales productores de Tuna en el país, para que de esta manera lograr obtener una mayor producción del fruto, así como también un producto de alta calidad.
- El gobierno debería dar más ayuda a la producción de Tuna en el país, a través de políticas gubernamentales que fomenten la producción de tuna, generando créditos para el agricultor, normas que permitan mejorar su comercialización, eliminando las trabas y mecanismos de introducción a mercados externos y que se apoye a través de medidas económicas y bilaterales entre países que permitan una mejor relación y la obtención de rentabilidad para los productores.
- Se debería promocionar el consumo de la Tuna no solo en el país, sino en el exterior, al presentar un producto de excelente calidad, bajo todas las leyes de normalización y calidad exigidas, sería de gran interés para el mercado internacional, es decir un producto con miras a la exportación.
- Participar en ferias de frutas organizadas anualmente por el gobierno holandés, pues estas exposiciones permitirán realizar nuevos contactos a nivel de Europa.

BIBLIOGRAFÍA

Agropecuarios, S. d. (2001). La Tuna. SICA.

Anali Caillahua. (21 de junio de 2011). Importancia de la Tuna o Nopal. Mexico Tu. Obtenido de Blogspot: <http://latuna-anali.blogspot.com/2011/06/importancia-y-usos-de-la-tuna.html>

Andrade, S. (2011). Diccionario de Economía. En Diccionario de Economía. Andrade.

Barrachinacubillo, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO

Barreno, L. (2004). M(BARREManual de formulación y Elaboración de Proyectos. Quito: Primera Edición.

Chiavenato, I. (2005). Teorias Clasicas de la Administración (Quinta ed.).

Constitucion del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador. Quito.

Definición.de. (2015). Obtenido de <http://definicion.de/exportacion/>

Dictionary. (2015). Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com>

El Comercio. (19 de Diciembre de 1999). La Tuna. Zonas de Producción de la tuna, pág. 13.

Escudero, M. J. (2012). Comunicacion y atencion al cliente. España: Paraninfo.

Espinoza, S. F. (2015). Tasa Interna de Retorno. En S. F. Espinoza, Los Proyectos de Inversión (pág. 132). Costa Rica: Tecnologica.

Freddy Sanjinés M. (2002). Ventajas Comparativas. En F. S. M., Ventajas Comparativas y Competitivas del Comercio Regional (pág. 43). La Paz / Bolivia: Entrelimeas.

Galán, J. S. (2015). Economipedia. [ventajas-absoluta.html](http://economipedia.com/ventajas-absoluta.html)

Garay, J. d. (2008). Filosofia del mercado. España: plaza y valdez.

Government. (05 de ABRIL de 2013). Ministerio de Relaciones Exteriores. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores_ <http://www.government.nl/government/documents->

andpublications/letters/2013/04/05/global-dividends-a-new-agenda-for-aid-trade-and-investment.html

Grande, J. R. (2013). Comportamiento del Consumidor. Madrid: ESIC .

Herrera, H. M. (2011). Responsabilidad Social y Etica Empresarial (Primera ed.). Colombia: Ecoe.

Houseofrepresentatives. (27 de OCTUBRE de 2012). El Impacto de la Unión Europea en los Países Bajos. Obtenido de <http://www.houseofrepresentatives.nl/impact-eu-netherlands> El Impacto de la Unión Europea en los Países Bajos. Cámara de Representantes Octubre 27 2012

La tuna cuatro variedades se producen en el país. (15 de octubre de 2011). La tuna cuatro variedades se producen en el país. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/tuna-cuatro-variedades-se-producen.html>

Lic. Francisco Martinez. (2005). Balance General . Mexico.

M.Taylor, R. C. (2011). Comercio Internacional. España: Reverte.

Martin, M. A. (2008). Diccionario de la Economía Aplicada. España: Ecobook.

Martinez, L. F. (2005). Estados Financieros . Mexico .

Michael Porter. (Agosto de 2014). Web y Empresas. la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/

Milquiades, C. (1980). Economía Internacional. México: Mc Graw. Obtenido de Economía.unam: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>

Perramon, O. A. (25 de 1 de 2016). Normas Internacionales de la Contabilidad. España: 2da Edicion Actualizada.

Plan del Buen Vivir . (2013). Plan del Buen Vivir 2013-2017. Quito.

ProEcuador. (11 de 2015). Incoterms. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fas-franco-al-costado-del-buque/>

PROECUADOR. (2015). Instituto de Promociones de Exportaciones. Obtenido de Instituto de Promociones de Exportaciones: <http://www.proecuador.gob.ec/>

Sandi, M. P. (1999). Nopales y Tunas. Obtenido de Nopales y Tunas.

Taringa. (24 de Febrero de 2013). Obtenido de Taringa: <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16429695/La-tuna-la-reina-entre-las-frutas.html>

Travelby México. (23 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.travelbymexico.com/blog/5364-el-nopal-planta-de-vida-de-los-aztecas-y-panacea/>

ANEXOS

Anexo 1: Empresa Vita Tuna



Sr. Gerardo Vizuite; Representante legal

Maquinaria a utilizarse para el procedimiento de la Tuna.



Anexo 2: Preparación de la Tuna





Anexo 3: Pro- Forma

Pro-forma Invoice

AIRWAYBILL NO:	DATE OF EXPORTATION:
ABN NO:	INVOICE NO: REF NO:
EXPORTER/SHIPPER	CONSIGNEE
	Company Name:
	Address:

COUNTRY OF EXPORT:	MANUFACTURER'S NAME (if not Shipper)
	Address:
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION	

ITEMS	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY	PART#	COUNTRY OF MFTR	AHECC CODE	UNIT VALUE	TOTAL VALUE

GST:	
FREIGHT:	
INSURANCE:	

PLEASE STATE IF GOODS ARE DUTY DRAWBACK
PLEASE STATE IF GOODS ARE HAZARDOUS

CURRENCY:
GRAND TOTAL:

REASON FOR EXPORT (SAMPLE /SALE/REPAIR):	
---	--

PERMIT NO: <i>(If applicable)</i>	ENCRPTION CODE: <i>(If applicable)</i>
---	--

I declare all the above information to be true and correct to the best of my knowledge and that the goods are of the origine specified above.

FOR & ON BEHALF OF:

COMPANY:

NAME:

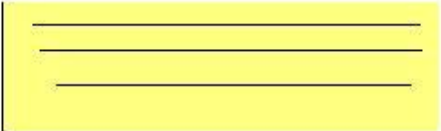
POSITION:

SIGNATURE:

DATE:

Anexo 4: Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA:							
Direccion:.....							
Telefono / Fax:.....							
E-mail:.....							
Señores:		Nombre de Contacto:.....					
EMPRESA IMPORTADORA:		Nuestra referencia:.....					
Direccion:.....		N° Cliente:.....					
Atencion:.....		N° de Orden de Pedido:.....					
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....		Fecha:.....					
La mercancia ha sido enviada en:						
Dimensiones Embalaje:						
Grossweight (Peso Bruto):		231,524.60 kg					
Netweight (Peso Neto):		230,000.00 kg					
Marks (marcas):		CALLAO PERU					
Vía:		Maritima					
Made in:		Brasil					
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM:		CFR CALLAO		TOTAL FACTURADO			200,700.00

Anexo 5: Carta Porte

MANIFIESTO DE CARGA TERRESTRE / CARTA PORTE

1	IDENTIFICACION DEL TRANSPORTISTA				COD.		2	REGISTRO ADUANA		
1.2 DIRECCION							NUMERO F. NUMERAC. ESPECIALISTA			
3	IDENTIFICACION DE VEHICULOS		PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA					
PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA						
4	DATOS DEL TRANSPORTE		4.1 PAIS DE EMBARQUE		COD.			4.2 PUERTO D EMBARQUE		COD.
4.3 ADUANA DE DESTINO			COD.		4.4 TERMINAL DE ALMACENAMIENTO			COD.		
4.5 CARTA PORTE N°	4.6 CONSIGNATARIO		4.7 MARCAS/PRECINTOS		4.8 C. ANTIDAD DE BULTOS		4.9 DESCRIPCION DE MERCANCIAS		1.10 PESO BRUTO (KGS)	
TARA VEHICULO KGS		TOTAL DE BULTOS		TOTAL PESO BRUTO(Kgs.)						
5	CONTROL ADUANERO FRONTERIZO				6 TERMINAL DE ALMACENAMIENTO					
AUTORIZACION DE TRASLADO AL ALMACEN FECHA SALIDA HORA DE SALIDA				FECHA DE RECEPCION HORA DE RECEPCION FIRMA-SELLO						
7	TRANSPORTISTA				8 OBSERVACIONES					
FECHA DE ELABORACION FECHA TERMINO DE DESCARGA FIRMA-SELLO										

» «Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo» Albert Einstein

» ENTREVISTA

(O) ACCIONES POSITIVAS 2015. INICIARON COMO CORPORACIÓN, AHORA POR RAZONES LEGALES SE TRANSFORMARON EN ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DEL CANTÓN GUANO.

“Cultivadores de la TUNA TRATAN DE INDUSTRIALIZAR”



El árido suelo de algunos sectores del cantón Guano fueron considerados como ideales para el cultivo de la tuna, porque no requiere de agua. Miguel Valle, socio de la Asociación, que agrupa a los guaneños interesados en impulsar la producción de la tuna, fruta que tiene sus valores nutricionales, comenta sobre el cultivo y sus dificultades.

» LO Dijo
«Los productores de la tuna unifican esfuerzos para salir adelante con el procesamiento del producto»
 Miguel Valle G. INGENIERO ZOOTECNISTA-SOCIO

» **¿Cómo empezó este proceso?**

El Ayuntamiento de Madrid empezó ayudando para el cultivo de la tuna en terrenos del cantón Guano considerando que son tierras áridas, en estas zonas la única planta que resiste la sequía es la tuna, se trataba de cumplir dos objetivos, primero obtener producción y segundo, evitar la erosión de los suelos.

» **¿Cuántos eran inicialmente?**

Empezamos entre 45 a 50 socios nos entregaron plantas y nos facilitaron herramientas, abono, pero lastimosamente luego se fueron retirando, incluso hubo gente que trajo las plantaciones de tuna, y ya no tienen, somos pocos los que seguimos con los cultivos de tuna. Las tunas es un cultivo fastidioso de manejar porque se ingresa en las

» **En lo referente a la comercialización de los que cultivan ¿cómo está la situación?**

En este tiempo en la temporada de cosecha la comercialización está completamente en el suelo, antes el 15 de enero estábamos vendiendo a 12 a 15 dólares el ciento, pero a partir de la segunda quincena de enero el precio ha bajado completamente, están vendiendo de 3 a 4 dólares el ciento. No solamente cultivamos nosotros existen otros por el sector de Lagos, Cunduana y como de todos estos sectores sale la tuna hay un exceso de producción y por eso bajan los precios.

» **¿Por qué hay inconvenientes en la comercialización?**

La gente no tiene una cultura de consumo de la tuna y además los que más ganan son los intermediarios, porque en la calle no baja el precio, vende de 4 a 5 tunas por un dólar, mientras que al productor le están pagando de 4 a 5 dólares el ciento, por eso considero que es un tanto desleal el tema de la comercialización del producto, a pesar de que en los reglamentos que mantenemos como organización dice que se procurará el comercio justo, pero se cumple solamente hasta cuando haya más oferta que demanda.

» **¿Cuáles son las ventajas que tiene la tuna?**

Cuenta con alto contenido en potasio, sodio, es un producto que por su misma característica es pariente de la sábila. El momento que una persona consume este tipo de fruta tiene una baba que le protege el estómago y ayuda mucho a las personas que tienen problemas de gastritis, y por lo que consume con todas las pepas, es muy recomendable para las personas que tienen problemas de estreñimiento, porque la pepa le va limpiando todo el intestino, solamente hay que sacar la cáscara y comer con todo.

» **¿Cuál es la proyección de la organización?**

Tenemos dos, la primera el Consejo Provincial nos donó una maquinaria con la cual estamos procesando el producto este jueves vamos a elaborar los productos para vender en la feria que organiza el Consejo Provincial los días viernes, y este

momento estamos a la espera de otra máquina que ofreció al Consejo para elaborar el tónico, para hacer este producto se usa la hoja de la tuna, y la como la hoja tiene mucho espino se tiene que limpiar y pelar, luego hacer pedazos pequeños y eso se le pone en agua pura para sacar el tónico.

» **¿Cómo está constituida la organización?**

Como la ley de las organizaciones campesinas ha cambiado, antes era la directiva la que conducía al grupo, en la actualidad necesitan de un representante legal para que se haga cargo de todas cosas que tenga la organización, antes era Corporación ahora se denomina Asociación que cuenta con un administrador que es el señor Gerardo Vizcete y como presidente está el señor Héctor Hernández. En este momento estamos empeñados en producir mermeladas, vinos y el tónico. La planta está ubicada en Guano, en el

«La tuna se cultiva en terrenos áridos del cantón Guano, no necesita de riego»

Nombre: Miguel Eduardo Valle Goyes.
Profesión: Ingeniero Zootecnista graduado en la Espoch.
Actividades: Socio de la Asociación.
Criterio: La organización nace desde que el Ayuntamiento de Madrid apoyaba económicamente para el cultivo de la tuna en Guano.

Centro Agrícola Cantonal.

» **¿La cosecha de la tuna es ocasional o permanente?**

Es un producto de temporada, se cosecha en enero, febrero y marzo, el resto del año hay poca producción.

La tuna se adapta a los terrenos de origen volcánica, es decir en tierra volcánica donde casi no existen otros cultivos. Quienes deseen ser socios tiene acercarse al gremio y manifestar su deseo de pertenecer al mismo. »

1 Cultivo de tuna

“La plantación de tuna no requiere de mucha agua, porque el espino es la hoja y las formas de hoja son los tallos, por eso es una maravilla de

2 De los socios

La Asociación lleva el nombre de “Granjero Guaneño” en donde se agrupa alrededor de 15 a 20 socios que están produciendo la tuna en

3 Cómo ingresar

“Yo estoy desde el 2010, y los que desean formar parte de la organización pueden hacer, el requisito es tener terreno y estar interesado en