

# **ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**



## **FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**

### **MEMORIA TÉCNICA**

**Previa a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“PLAN DE EXPORTACION DE MARACUYÁ DESDE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS AL MERCADO DE MADRID - ESPAÑA, PERIODO 2011- 2014”**

**SUSANA PAULINA HIDALGO PAREDES  
MARIA JOSE ANDINO CISNEROS**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2011**

## **CERTIFICACION**

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

**DIRECTOR DE MEMORIA TÉCNICA**

**PRESIDENTE TRIBUNAL**

**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **AUTORIA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad en absoluta responsabilidad de las autoras.

SUSANA PAULINA HIDALGO PAREDES

MARÍA JOSÉ ANDINO CISNEROS

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida y estar siempre conmigo cuidándome y llenándome de bendiciones.

A mi padre Trajanito que siempre me inculco sus buenos valores y sé que desde el cielo siempre me acompaña.

A mi madre Marianita que gracias a su sacrificio y amor incondicional he logrado alcanzar mis metas y ser una persona de bien

A mi amado esposo Dany por apoyarme incondicionalmente siempre, por su dedicación, amor, paciencia y preocupación, por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos.

A mi princesa hermosa Sofia Alejandra que con su sonrisa ilumina mi vida y es uno de mis motivos para nunca caer y seguir adelante.

A mis queridos suegros Memito y Patricita por ser como unos padres para mí, que siempre me han apoyado y me han brindado sus consejos.

A Guillo y Naty que los he llegado a querer como a mis hermanos y que siempre me han brindado su ayuda cuando más los he necesitado.

A mis cuñados Daniela, Josesito y Diana gracias por estar con mis hermanos brindándoles todo su amor

A mis hermanos Nelson, Sonita, Vini y Yesi siempre los llevo en mi corazón y gracias por mimarme siempre

A todos mis sobrinos, tíos, primos y amigos que siempre me han apoyado en todo.

*Susana Paulina Hidalgo Paredes*

Esta memoria técnica va dedicada, para todas las personas que me han brindado su apoyo incondicional siempre, especialmente a:

Dios, porque con su bendición y gracias a que me permite ver la luz del sol, puedo cristalizar mis sueños día a día.

A mis padres, porque con su ejemplo, amor, esfuerzo, compañía y sobre todo su dedicación han sabido sentar buenos cimientos, para que hoy una meta más se vea reflejada con este trabajo

A mis hermanos, ya que con su cariño y sus buenos consejos también me han ayudado a esforzarme y continuar hacia adelante..!!

A esta prestigiosa Institución, la ESPOCH, porque ha puesto docentes, especialmente como el Ec. Patricio Juelas para que nos impartan conocimientos

Por último, a mi amiga y compañera, puesto que aunando esfuerzos logramos elaborar este documento de aporte para los futuros compañeros estudiantes.

*María José Andino Cisneros*

## **AGRADECIMIENTO**

De manera especial queremos agradecer a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO por la formación profesional obtenida, a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y A LA ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR por los valiosos conocimientos adquiridos y por la ayuda brindada durante toda nuestra carrera profesional.

Queremos hacer un extenso agradecimiento a todos y cada uno de los profesores que nos han acompañado durante nuestra carrera por ser más que profesores ser amigos de manera especial al Ec. Carlos Arízaga por ayudarnos incondicionalmente durante el desarrollo de nuestra memoria técnica.

Y a toda nuestra familia que siempre nos han apoyado incondicionalmente y han estado con nosotras brindándonos todo su amor y comprensión.

*Susana Paulina Hidalgo Paredes*

*María José Andino Cisneros*

# INDICE

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I: PRODUCCIÓN DE MARACUYÁ EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS CON MIRAS A SATISFACER LA DEMANDA DEL MERCADO ESPAÑOL.....</b>	<b>2</b>
1.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO .....	2
1.1.1. Orígenes del maracuyá .....	2
1.1.2. Descripción del producto.....	4
1.1.2.1. Condiciones de transporte.....	5
1.1.2.2. Vida útil del producto.....	5
1.1.3. Variedades .....	6
1.1.4. Producción del maracuyá en el Ecuador .....	6
1.1.5. Estacionalidad del producto.....	7
1.1.6. Clasificación Taxonómica.....	8
1.1.7. Costos de producción .....	8
<b>CAPITULO II FORMACIÓN Y CONTITUCIÓN DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ .....</b>	<b>10</b>
2.1. ANTECEDENTES .....	10
2.2. FORMACIÓN DE LA EMPRESA ANÓNIMA.....	10
2.3. COSTOS DE TRAMITES Y REGISTROS .....	14
2.3.1. Gastos de constitución .....	14
2.3.2. Gastos registros sanitarios y marcas .....	14
2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA .....	15
2.5. MISIÓN .....	15
2.6. VISIÓN.....	15
2.7. VALORES.....	15
2.8. METAS .....	16
2.9. ORGANIGRAMA.....	16
2.10. FUNCIONES DEL ORGANIGRAMA .....	16
2.10.1. JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS .....	16
2.10.2. PRESIDENTE.....	17
2.10.3. GERENTE GENERAL .....	17
2.10.4. SECRETARIA – CONTADORA .....	18
2.10.5. ASESOR JURIDICO.....	18
2.10.6. GERENTE DE EXPORTACION Y LOGÍSTICA .....	19
2.10.7. JEFE DE VENTAS .....	19
2.10.8. OBREROS.....	19
2.10.9. CHOFER .....	20
2.11. PLAN ESTRATÉGICO .....	20
2.11.1. Análisis FODA .....	20
2.11.1.1. FORTALEZAS.....	20
2.11.1.2. OPORTUNIDADES .....	20
2.11.1.3. DEBILIDADES .....	21
2.11.1.4. AMENAZAS .....	21
2.11.2. Matriz de diagnostico .....	21

2.11.3.	<i>Diamante de Porter</i> .....	23
2.11.4.	<i>Matriz de posicionamiento</i> .....	23
2.11.5.	<i>Análisis general sobre el Diamante de Porter y Matriz de Posicionamiento:</i> .....	24
2.11.5.1.	FORTALEZAS .....	24
2.11.5.2.	OPORTUNIDADES .....	24
2.11.5.3.	DEBILIDADES .....	24
2.11.5.4.	AMENAZAS .....	24

### **CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCION DEL MARACUYA EN EL MERCADO**

<b>ESPAÑOL</b> .....	<b>25</b>	
3.1.	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	25
3.2.	ACCESO AL MERCADO ESPAÑOL .....	28
3.2.1.	<i>Requisitos sanitarios</i> .....	28
3.2.2.	<i>Requisitos fitosanitarios</i> .....	29
3.3.	PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES .....	29
3.4.	PARTIDA ARANCELARIA .....	30
3.5.	PAÍSES EXPORTADORES DE MARACUYÁ .....	31
3.6.	PAÍSES IMPORTADORES DE MARACUYÁ.....	31
3.7.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	31
3.7.1.	<i>Análisis de la demanda respecto la concentrado de maracuyá</i> .....	31
3.7.2.	<i>Consumo nacional aparente</i> .....	33
3.7.3.	<i>Proyección de la producción en España</i> .....	33
3.7.4.	<i>Proyección de Importaciones en España</i> .....	33
3.7.5.	<i>Proyección de exportaciones en España</i> .....	34
3.7.6.	<i>Proyección de la población</i> .....	34
3.7.7.	<i>Calculo consumo nacional aparente</i> .....	35
3.7.8.	<i>Consumo per cápita (Toneladas)</i> .....	35
3.7.9.	<i>Consumo recomendado de concentrado de maracuyá</i> .....	36
3.7.10.	<i>Déficit del consumo del país de destino</i> .....	36
3.7.11.	<i>Demanda potencial insatisfecha</i> .....	37
3.8.	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	37
3.8.1.	<i>Factores que afectan la oferta</i> .....	38
3.9.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	39
3.10.	EMPAQUE Y ETIQUETADO .....	39
3.11.	TRANSPORTE .....	40
3.11.1.	<i>INCOTERM a utilizarse</i> .....	41
3.12.	PRECIO .....	41

### **CAPITULO IV VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD ECONÓMICA - FINANCIERA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN. .... 42**

4.1.	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO .....	42
4.1.1.	<i>Inversiones</i> .....	42
4.1.1.1.	Activos fijos tangibles.....	43
4.1.1.1.1.	Terreno .....	44
4.1.1.1.2.	Maquinaria y equipo .....	44
4.1.1.1.3.	Equipo de oficina .....	45
4.1.1.1.4.	Muebles y enseres.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.1.1.5.	Infraestructura .....	45

4.1.1.1.6.	Vehículo.....	45
4.1.1.2.	Activos diferidos .....	46
4.1.1.3.	Capital de trabajo .....	47
4.1.2.	<i>Financiamiento</i> .....	48
4.1.2.1.	Recursos propios .....	48
4.1.2.2.	Crédito con terceros.....	48
4.2.	COSTOS, GASTOS E INGRESOS DEL PROYECTO.....	49
4.2.1.	<i>Generalidades</i> .....	49
4.2.2.	<i>Costos</i> .....	49
4.2.2.1.	Costos de producción.....	50
4.2.2.1.1.	Materia prima.....	50
4.2.2.1.2.	Mano de obra directa.....	50
4.2.3.	<i>Gastos administrativos</i> .....	50
4.2.3.1.	Sueldos del personal administrativo.....	51
4.2.3.2.	Amortización de activos diferidos .....	51
4.2.4.	<i>Gasto de ventas</i> .....	51
4.2.4.1.	Sueldo de personal de ventas.....	52
4.2.5.	<i>Determinación de los volúmenes de exportación</i> .....	52
4.2.5.1.	Distribución física internacional .....	52
4.2.6.	<i>Gastos de Exportación</i> .....	53
4.2.6.1.	Flete interno.....	53
4.2.6.2.	THC.....	53
4.2.6.3.	Antinarcóticos.....	54
4.2.6.4.	Documentos de exportación .....	54
4.2.6.5.	Agente afianzado.....	54
4.2.6.6.	Carga y estiba del contenedor.....	54
4.2.6.7.	Arriendo del contenedor.....	54
4.2.6.8.	Almacenaje.....	55
4.2.6.9.	Aforo físico .....	55
4.2.6.10.	Notificación pre embarque.....	55
4.2.6.11.	Carga muelle – plataforma .....	55
4.2.6.12.	Bill of lading.....	55
4.2.6.13.	Paletización .....	55
4.2.7.	<i>Gastos financieros</i> .....	55
4.2.7.1.	Depreciaciones y mantenimiento .....	56
4.2.7.1.1.	Depreciaciones .....	56
4.2.7.2.	Matriz de costos .....	58
4.3.	INGRESOS.....	59
4.4.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	59
4.4.1.	<i>Estado de situación inicial</i> .....	59
4.4.2.	<i>Estado de resultados</i> .....	60
4.4.3.	<i>Flujo de caja</i> .....	61
4.4.4.	<i>Valor actual neto</i> .....	63
4.4.5.	<i>Tasa interna de retorno</i> .....	63
4.4.6.	<i>Periodo de recuperación del capital</i> .....	65
4.4.7.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	65
4.4.8.	<i>Índices financieros</i> .....	66



<b>CAPITULO V _PROPUESTA PLAN DE EXPORTACION .....</b>	<b>69</b>
5.1. INTRODUCCIÓN .....	69
5.1.1. <i>Pasión con sabor ecuatoriano</i> .....	71
5.1.2. <i>Desarrollo del sector</i> .....	71
5.2. REQUISITOS PARA EXPORTAR.....	72
5.2.1. <i>Declaración de Exportación</i> .....	72
5.2.2. <i>Trámite</i> .....	72
5.2.3. <i>Agente Afianzado de Aduana</i> .....	74
5.2.4. <i>Requisitos en la ADUANA para ser Exportador</i> .....	75
5.3. MARKETING MIX.....	75
5.3.1. <i>Producto</i> .....	75
5.3.1.1. Dimensiones de Contenedores.....	78
5.3.1.2. Paletizacion .....	78
5.3.2. <i>Precio</i> .....	80
5.3.2.1. <i>Promoción</i> .....	81
5.3.2.2. <i>Distribución</i> .....	82
5.3.2.2.1. Logística de Embarque Marítimo .....	83
5.3.2.2.2. Cadena de valor .....	84
5.3.2.2.2.1. Cadena de Valor del Maracuyá de Exportación .....	85
5.4. CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS (CVIM) .....	86
(VER ANEXO).....	86
<b>CAPITULO VI RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>87</b>
6.1. CONCLUSIONES.....	87
6.2. RECOMENDACIONES.....	89
<b>RESUMEN .....</b>	<b>90</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>91</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>92</b>

## INDICE DE TABLAS

TABLA I:	MATRIZ HISTÓRICA DE LA CADENA DEL MARACUYÁ.....	3
TABLA II:	CLASIFICACION TAXONOMICA .....	8
TABLA III:	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	9
TABLA IV:	GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMRESA “EMAY S.A” .....	14
TABLA V:	GASTOS REGISTROS SANITARIOS Y MARCAS .....	14
TABLA VI:	DIAGNÓSTICO DE FORALEZAS .....	21
TABLA VII:	DIAGNÓSTICO DE OPOTUNIDADES.....	22
TABLA VIII:	DIAGNÓSTICO DE DEBILIDADES.....	22
TABLA IX:	DIAGNÓSTICO DE AMENAZAS.....	22
TABLA X:	: POBLACION POR EDADES .....	28
TABLA XI:	PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE MARACUYA .....	30
TABLA XII:	PAISES EXPORTADORES DE MARACUYA .....	31
TABLA XIII:	IMPORTACIONES DE JUGOS DE FRUTAS .....	33
TABLA XIV:	EXPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS .....	34
TABLA XV:	POBLACIÓN MADRILEÑA .....	34
TABLA XVI:	PROYECCION DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE.....	35
TABLA XVII:	PROYECCION DEL CONSUMO PER CÁPITA .....	35
TABLA XVIII:	PROYECCION DEL CONSUMO RECOMENDADO DE MARACUYÁ EN ESPAÑA .....	36
TABLA XIX:	PROYECCION DEL DÉFICIT .....	36
TABLA XX:	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA .....	37
TABLA XXI:	OFERTA EXPORTABLE .....	37
TABLA XXII:	ACTIVOS FIJOS .....	43
TABLA XXIII:	MAQUINARIA Y EQUIPO .....	44
TABLA XXIV:	EQUIPO DE OFICINA .....	45
TABLA XXV:	MUEBLES Y ENSERES .....	45
TABLA XXVI:	ACTIVOS DIFERIDOS .....	46
TABLA XXVII:	CAPITAL DE TRABAJO .....	47
TABLA XXVIII:	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO .....	48
TABLA XXIX:	FINANCIAMIENTO PROPIO .....	48
TABLA XXX:	AMORTIZACION DE LA DEUDA.....	49
TABLA XXXI:	MATERIA PRIMA.....	50
TABLA XXXII:	MANO DE OBRA DIRECTA.....	50
TABLA XXXIII:	SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO .....	51
TABLA XXXIV:	AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS.....	51
TABLA XXXV:	SUELDO PERSONAL VENTAS .....	52
TABLA XXXVI:	PARÁMETROS DE DETERMINACIÓN DE VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN .....	52
TABLA XXXVII:	GASTOS DE EXPORTACION .....	53
TABLA XXXVIII:	DOCUMENTOS UTILIZADOS EN LA EXPORTACION .....	54
TABLA XXXIX:	CARGA Y ESTIBA .....	54
TABLA XL:	ARRIENDO DEL CONTENEDOR .....	54
TABLA XLI:	GASTO FINANCIERO .....	56
TABLA XLII:	DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS .....	57
TABLA XLIII:	MATRIZ DE COSTOS .....	58

<b>TABLA XLIV:</b>	INGRESOS .....	59
<b>TABLA XLV:</b>	ESTADO DE SITUACION INICIAL.....	60
<b>TABLA XLVI:</b>	ESTADO DE RESULTADOS .....	61
<b>TABLA XLVII:</b>	FLUJO DE CAJA.....	62
<b>TABLA XLVIII:</b>	VALOR ACTUAL NETO .....	63
<b>TABLA XLIX:</b>	TASA INTERNA DE RETORNO .....	64
<b>TABLA L:</b>	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL.....	65
<b>TABLA LI:</b>	INFORMACION DEL PRODUCTO.....	75
<b>TABLA LII:</b>	FACTOR ESTIBA .....	76
<b>TABLA LIII:</b>	PESO TOTAL DE LOS TAMBORES .....	77
<b>TABLA LIV:</b>	DIMENSIONES DE CONTENEDORES .....	78
<b>TABLA LV:</b>	PRECIO EXW- FOB .....	81

## INDICE DE GRAFICOS

<b>FIGURA 1:</b>	LOGO Y SLOGAN DE LA EMPRESA .....	10
<b>FIGURA 2:</b>	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA .....	16
<b>FIGURA 3:</b>	DIAMANTE DE PORTER .....	23
<b>FIGURA 4:</b>	MATRIZ DE POSICIONAMIENTO .....	23
<b>FIGURA 5:</b>	MAPA DE ESPAÑA .....	26
<b>FIGURA 6:</b>	FÓRMULA DE LA DEMANDA .....	33
<b>FIGURA 7:</b>	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	66
<b>FIGURA 8:</b>	PROCEDIMIENTO EXPORTACIONES.....	74
<b>FIGURA 9:</b>	LOGÍSTICA DE EMBARQUE MARÍTIMO.....	83
<b>FIGURA 10:</b>	CADENA DE VALOR .....	84

## **INTRODUCCION**

En nuestra Región existen diferentes recursos naturales que son solamente consumidos a nivel nacional y que su exportación ya sea en su forma natural o sus derivados no están al alcance del mercado internacional. El maracuyá es uno de los frutos que en mayor cantidad se siembran en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas. En época de cosecha ésta fruta, ante la abundancia, es rematada a bajos precios e incluso desechada, sin tomar en cuenta los grandes beneficios que posee.

Viendo esta problemática es que se propone realizar un plan de exportación hacia el mercado de Madrid - España ya que dicho país no posee producción nacional y para su consumo requiere ser importado, otro motivo por el que se desea exportar esta fruta es también para hacer sentir más cerca de casa a todos los inmigrantes latinoamericanos que se encuentran en España y brindar a los consumidores interesados un estilo de vida saludable y natural ya que la fruta de maracuyá es una fuente de proteínas, minerales, carbohidratos y grasas; y además, es recomendable para: bajar la presión arterial, como tranquilizante y como fuente de vitamina C.

Es decir, el concentrado de Maracuyá refresca y cuida la salud, brindando a todos sus consumidores el poder nutritivo de la más rica fruta, satisfaciendo la sed y brindando una sensación de entusiasmo y buena salud.

## **CAPITULO I**

### **PRODUCCIÓN DE MARACUYÁ EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, CON MIRAS A SATISFACER LA DEMANDA DEL MERCADO ESPAÑOL**

#### **1.1.GENERALIDADES DEL PRODUCTO**

##### **1.1.1. Orígenes del maracuyá<sup>1</sup>**

En Ecuador este cultivo se introdujo comercialmente en los años 70 y en los últimos quince años se han instalado varias fábricas de extracción de pulpa de maracuyá, sin embargo por ser un cultivo relativamente fácil, su precio es muy vulnerable y tiene variaciones extremas que eventualmente crean serias dificultades a los productores.

Sin embargo Ecuador posee ventajas comparativas para la producción del Maracuyá, al ser privilegiado por el clima tropical, que permite que exista una cosecha ininterrumpida durante todo el año, convirtiéndose así en uno de los más grandes productores mundiales de esta fruta, de hecho más del 90% del concentrado de Maracuyá (Passion fruit) importado por el mundo es ecuatoriano.

---

<sup>1</sup> GARCIA TORRES, Mario Alfonso, Guía técnica cultivo de maracuyá amarillo, Quito,2009, pág.45.

Adicionalmente, aunque en menor proporción, se exporta la fruta fresca, las semillas e incluso el aroma del Maracuyá ecuatoriano sirve para fabricar comida de bebe, cosméticos y balanceado. El Maracuyá ecuatoriano es cada vez más apetecido en el mercado mundial por su exquisito sabor y la adecuada acidez de la fruta.

Aunque el nombre del maracuyá proviene de una voz indígena del Brasil que hacía referencia a las características del fruto, esta fruta también es conocida como Fruta de la Pasión, nombre que hace alusión a la pasión o sufrimiento de Cristo, debido que en el arreglo de las estructuras florales los colonizadores vieron los elementos de dicho suceso, y esa estructura se presenta en las diferentes especies que componen en conjunto la familia botánica de las Passifloras. Su nombre científico es *passiflora edulis*

**Tabla I: MATRIZ HISTÓRICA DE LA CADENA DEL MARACUYÁ<sup>2</sup>**

<b>AÑO</b>	<b>EVENTO</b>	<b>IMPACTO</b>
1970	Este cultivo se introdujo comercialmente en el Ecuador	Por el precio, y por el fácil manejo del cultivo, en el Ecuador se cultivaron muchas plantaciones, sin control llegando a saturar los mercados, motivo por el cual, se detuvo la compra del producto, lo que afecta a nuestros productores.
1980	Comienza a incrementar el cultivo del maracuyá en forma extensiva en las provincias de Guayas, Los Ríos y Manabí	Los agricultores empiezan a cambiar el patrón del Cultivo
1985	Se propaga el cultivo de Maracuyá en el cantón de Quinindé provincia de Esmeraldas.	Fomenta el cultivo de maracuyá
1988	Reemplazo del cultivo de banano por el de Maracuyá	La mayoría de los grandes y medianos productores, realizan créditos en el Banco de Fomento para la siembra y cultivo de maracuyá.
1989-1990	Súper producción de maracuyá (Crisis del sector maracuyero)	Existían tres extractoras de pulpa de maracuyá, las que no se abastecían para procesar la súper producción de maracuyá que tenían los productores. Las fabricas transformadoras bajaron los precios a cantidades irrisorias, y no contento con esto se inventaron el cuento que no compraban la fruta porque los productores le inyectaban agua con jeringuillas. Muchos agricultores perdieron sus fincas porque el BNF, les embargo las propiedades y otros las vendieron.

<sup>2</sup> [http://www.asocam.org/biblioteca/ACT\\_255.pdf](http://www.asocam.org/biblioteca/ACT_255.pdf)

AÑO	EVENTO	IMPACTO
1993-1994	Ecuador es un país que recientemente a iniciado su participación en el mercado mundial, a pesar de la caída de los precios internacionales	Ecuador continuó produciendo y procesando jugo de maracuyá en volúmenes importantes. Una política firmé de apoyo a la producción de cultivos alternativos por parte de las industrias nacionales y de organismos gubernamentales, permitió que para el año 1993 hubiera superficie de 3,500 ha. Con una producción de 40,000 TM
1995	Ecuador fue el único abastecedor del mercado mundial	Exportando a EUA, Europa, Chile, Argentina e inclusive a Brasil, un aspecto importante es que el desarrollo positivo de la demanda interna y externa ha propiciado la mejora de la técnica del cultivo, y los rendimientos unitarios y por ello las industrias proporcionan asistencia técnica y apoyo crediticio a los productores para poder obtener fruta de calidad acorde a las necesidades. El rendimiento promedio de maracuyá en el Ecuador es de 14t/ha.
1995-2004	Ecuador obtuvo un ingreso económico de 26 millones de dólares	En el Ecuador producir maracuyá resulta un privilegio de la naturaleza puesto que gozamos de un clima tropical, lo que permite que la producción sea ininterrumpida todo el año convirtiéndose así en el principal productor mundial de la maracuyá ya que el 90% del concentrado de maracuyá importado en el mundo es ecuatoriano, y en menor proporción se exporta la fruta en estado natural
2004	El MAGAP registro 28000 hectáreas aproximadamente	En donde obtuvo una venta de 22002 toneladas obteniendo un ingreso de 42.1 millón de dólares.
2005	Sequía en el sector agropecuario	Se registra una producción de 9587 toneladas obteniendo un ingreso de 19 millones de dólares, a pesar de que el precio en el mercado fue bueno, sin embargo la productividad se vio gravemente afectada por la sequía que golpeo al sector Agropecuario del Ecuador.

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 1.1.2. Descripción del producto<sup>3</sup>

El maracuyá es una fruta tropical de una planta que crece en forma de enredadera y que pertenece a la familia de las *Passifloras*, de la que se conoce más de 400 variedades. Es una fruta redonda, de piel resistente que se arruga cuando la fruta está madura, la pulpa, que contiene pequeñas semillas negras comestibles, es de color amarillo mostaza con un intenso sabor aromático. Fruta rica en vitaminas y calorías, utilizada para la preparación de jugos, mermeladas, licores, y helados, pero también es importante ingrediente en la elaboración de postres, cócteles y caramelos.

Actualmente, más de 40 países en el mundo cultivan el maracuyá en forma comercial. Esta planta, originaria del Brasil, presenta dos variedades o formas diferentes: la púrpura o morada (*P. edulis* f. *edulis*) y la amarilla (*P. edulis* f. *flavicarpa*). La primera, principalmente, se consume en fresco y prospera en lugares semicálidos y a mayor altura sobre el nivel del mar,

<sup>3</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Passiflora\\_edulis](http://es.wikipedia.org/wiki/Passiflora_edulis)



en tanto que la segunda crece en climas cálidos, desde el nivel del mar hasta 1000 m de altitud. La última es más apreciada por la industria gracias a su mayor acidez.

En nuestro país se han cultivado ambas formas de maracuyá, aunque la más extendida ha sido la amarilla. Su jugo es ácido y aromático y es una excelente fuente de vitamina A, niacina, riboflavina y ácido ascórbico. La cáscara y las semillas también son susceptibles de emplearse en la industria, por los componentes que tienen. En el caso de la maracuyá no se planea exportarla como producto primario, sino que, de ser factible, se estudia la posibilidad de hacerlo pasar por un proceso productivo y obtener un concentrado que sería el producto de exportación, debido a que el concentrado es más atractivo para los mercados internacionales. Las características del concentrado de maracuyá son las siguientes:

- ✓ Producto 100% NATURAL, pastoso NO FERMENTADO, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la fruta de maracuyá fresca, sana, madura y limpia, empacada higiénicamente para su conservación y congelada. .
- ✓ El concentrado no contiene preservantes
- ✓ El concentrado no contiene azúcar.

#### **1.1.2.1. Condiciones de transporte**

Para mantener la calidad y la forma natural de la maracuyá se deben tomar los siguientes parámetros para su transporte:

- ✓ Se transporta refrigerado.
- ✓ Los tambores permanecen completamente cerrados y presentan sello de seguridad.
- ✓ Se evita el transporte mezclado con sustancias que sean tóxicas, corrosivas o que impartan olores.

#### **1.1.2.2. Vida útil del producto**

Para mantener el sabor natural del producto se debe mantener en un recipiente herméticamente sellado y en condiciones de congelación: 2 años a -18°C.

### **1.1.3. Variedades**

Son dos las variedades que se cultivan con fines industriales: la maracuyá morada (*Passiflora edulis sim*) y la maracuyá amarilla (*Passiflora edulis flavicarpa*), que es la que más se cultiva ya que presenta una mayor producción por hectárea y tiene un alto rendimiento de jugo.

El jugo concentrado a 50° Brix puede ser utilizado como ingrediente de los siguientes productos:

- ✓ Bebidas: tiene un 10% de jugo de maracuyá y un 90% de agua y azúcar. Sabor óptimo.
- ✓ Néctares: contienen mínimo de 25% de jugo de maracuyá y el restante 75% de agua y azúcar. No muy apreciado por su acidez.
- ✓ Jugos: compuestos 100% por jugos de fruta natural. Utilizado para la mezcla de jugos tropicales.

### **1.1.4. Producción del maracuyá en el Ecuador**

“La planta de maracuyá empieza su producción a partir del octavo o noveno mes desde el trasplante. La floración del maracuyá se inicia a los seis meses después de efectuada la plantación. Después de la fecundación, el fruto necesita 65 – 80 días para madurar, la planta puede tener una vida económica rentable de tres años, bajando su rendimiento a partir de dicho periodo productivo. Como la mayoría de frutas, para consumo local e inmediato se cosechará el fruto en estado de maduración completa (cuando hayan caído al suelo) y parcialmente maduro si es para exportación”<sup>4</sup>

En Ecuador existen alrededor de 28 mil hectáreas sembradas de maracuyá, con un rendimiento promedio de alrededor de 14 toneladas métricas por hectárea. Se cultiva la variedad *Passiflora edulis flavicarpa* o fruta de la Pasión Amarilla, ya que presenta una mayor producción por hectárea y es idónea para la industrialización. El rendimiento de la cosecha depende de varios factores, tales como el clima, el suelo, espacio de siembra, y controles fitosanitarios. Se estima que en una plantación bien conducida se puede obtener un rendimiento por hectárea de 8-10 toneladas en el primer año, de 15-20 toneladas en el segundo año y 12-14 toneladas en el tercer año. Las densidades pueden variar de 475-660 plantas por hectárea. El ciclo de cultivo

---

<sup>4</sup> Centro de Inteligencia Comercial-CORPEI

está entre 8 – 9 meses, comenzando la producción a partir del noveno mes. La temperatura óptima es de 26°C, con un rango de 21- 32°C.

En las regiones tropicales se presentan 2 cosechas, una de baja producción en los meses secos, y otra de producción alta en los meses húmedos. En las regiones subtropicales, la producción es durante el verano. El maracuyá se da durante todo el año, si bien se destacan la cosecha entre abril y septiembre y la de diciembre y enero, en las cuáles los niveles de producción son superiores al promedio. Esta situación permite ofrecer jugo y/o concentrado de forma permanente al mercado internacional.

La recolección se la realiza manualmente y en sacos. Los frutos caen de manera natural y deben ser recolectados cada 2 semanas, pero mientras más frutos caigan, mayor debe ser la frecuencia de recolección. La mayor superficie cultivada de maracuyá se encuentra localizada en la franja costera del país, que corresponde a las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí es la provincia con mayor producción de frutas cítricas, representando el 38% del total de producción nacional (Según Ministerio de Agricultura).

### **1.1.5. Estacionalidad del producto**

El maracuyá es una fruta de ciclo corto, la cual inicia la cosecha entre los 6 y 7 meses después del trasplante. Los frutos alcanzan su madurez entre los 50-60 días después de la antesis, en este punto alcanza su máximo peso (130 g), rendimiento de jugo (36%) y contenido de sólidos solubles (13-18° Brix), este momento se identifica externamente por tomar una coloración verde amarillenta, 20 días después de alcanzar este punto el fruto cae y comienza la senescencia disminuyendo su peso, acidez y azúcares totales. Los rendimientos por hectárea en época de mayor producción son de 20 ton/ha pudiendo alcanzar hasta las 30, y en términos prácticos una planta puede producir entre 1 y 2 frutos diarios en dicha temporada.

El fácil consumo, el buen sabor y el valor nutritivo de las frutas frescas son características importantes por lo cual forman parte importante del complemento de la alimentación europea, este espacio de importancia se refleja con la entrada de países exportadores y el aumento de

sus niveles de exportación, lo cual a convertido en un importante sector económico y aun con mucho potencial por desarrollar.

En última instancia, el maracuyá con un aporte de 19 TM, es decir apenas un 0.35% de la producción de maracuyá en el mercado europeo, de ahí se desprende que la unión europea con sus países más desarrollados por la deficiencia de sus cultivos apenas aportan con cerca de 1% en la producción mundial de néctar industrializado

### 1.1.6. Clasificación Taxonómica

Nombre común: maracuyá amarillo, parchita, calala, maracujá, yellow, passion-fruit.

**Tabla II:** CLASIFICACION TAXONOMICA

División	Espermatofita
Subdivisión	Angiosperma
Clase	Dicotiledonea
Subclase	Arquiclamidea
Orden	Perietales
Suborden	Flacourtiinae
Familia	Passifloraceae
Género	Passiflora
Serie	Incarinatae
Especie:	Edulis
Variedad	Purpúerea y Flavicarpa

Fuente: <http://html.rincondelvago.com/maracuya.html>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 1.1.7. Costos de producción

Los precios en el Ecuador, están regidos por los precios internacionales, y estos a su vez están dados por el exceso o escasez del producto a nivel mundial. Estos precios se mueven según la disposición de los compradores a pagar tales precios para producir tal cantidad de su producto, y los vendedores cambian estos precios según la disposición del comprador a pagar por su producto.

Los precios entre productor y procesador se establecen individualmente por los costos internos de cada productor: por su tamaño, grado de maduración de la fruta, la distancia entre el cultivo y la planta, la plantación y la disponibilidad de la fruta en el país vendedor. Estos precios no difieren mucho, de los precios internacionales.

En el caso del concentrado de maracuyá, su precio más alto en el mercado mundial, en el año 2002 fue de \$3,500 por TM. Actualmente, de acuerdo a un estudio realizado, los costos e ingresos para maracuyá se los calculó: por tres años que dura el ciclo productivo.<sup>5</sup> Los egresos se los determinó de acuerdo a la inversión y a los costos de producción, clasificándoles en directos e indirectos.

Los ingresos se los calculó con el rendimiento de cada cultivo por cada año multiplicado por el precio de venta promedio anual. Se utilizó la ecuación de la relación beneficio costo para determinar la rentabilidad de los cultivos. El cultivo de maracuyá producido en forma convencional tiene un costo de 3376,01 USD<sup>6</sup>, y el ingreso que se genera 6664 USD, generándose una rentabilidad de 97,39%; mientras que cuando se trata de maracuyá orgánico el costo de producción es de 3765,94 USD, y el ingreso generado 7072 USD, lo que significa una rentabilidad del 87,79%. La maracuyá se exporta como elaborado o subproducto por parte de empresas agroindustriales establecidas en el país.

**Tabla III: COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>Rubro</b>	<b>Producción Convencional</b>	<b>Producción Orgánica</b>	<b>Diferencia</b>
Total costos (USD)	3.376,01	3.765,94	389,93
Ingreso (USD)	6.664,0	7.072,0	408,0
Rentabilidad (USD)	97,93	87,79	9,60

**Fuente:** [http://www.uteq.edu.ec/u\\_investigacion/uict/guias/Triptico\\_economico1.pdf](http://www.uteq.edu.ec/u_investigacion/uict/guias/Triptico_economico1.pdf)

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>5</sup> [http://www.uteq.edu.ec/u\\_investigacion/uict/guias/Triptico\\_economico1.pdf](http://www.uteq.edu.ec/u_investigacion/uict/guias/Triptico_economico1.pdf)

<sup>6</sup> [www.uteq.edu.ec/u\\_investigacion/uict/guias/Triptico\\_economico1.pdf](http://www.uteq.edu.ec/u_investigacion/uict/guias/Triptico_economico1.pdf)

## CAPITULO II

### FORMACIÓN Y CONSTITUCION DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ.

#### 2.1. Antecedentes

Para este proyecto se formara la empresa “Exportadora de Maracuyá S.A”.- EMAY S.A que se constituye por dos socias. Su función principal es la exportación de maracuyá como concentrado al mercado español. El logo y slogan son los siguientes:



Figura 1: Logo y Slogan de la Empresa

#### 2.2. Formación de la empresa anónima

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas (no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público). Son aplicables a esta compañía los requisitos del nombre, la solicitud de

aprobación, el objeto social y el origen de la inversión, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los requisitos antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas. El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. Estos pasos son los necesarios para constituir una empresa.

### **Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en los Registros Públicos (Persona Jurídica)**

Se debe en primer lugar acudir a la Oficina de Registros Públicos, y verificar que no exista en el mercado un nombre (razón social) igual o similar al que se ha escogido para la empresa.

Al buscar los nombres existentes, se debe asegurar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al que vamos a usar.

Una vez realizada la búsqueda y confirmado de que no existen nombres iguales o similares al que se va a usar, se debe reservar la razón social para que otra empresa no pueda inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

### **Elaboración de la minuta**

La minuta es un documento previo en el cual los miembros de sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta. **(VER ANEXO).**

Los elementos fundamentales de una minuta son:

- ✓ Los generales de ley de cada socio: sus datos personales, nombres, edad, documentos de identificación, etc.
- ✓ Giro de la sociedad.
- ✓ Tipo de sociedad: por ejemplo, EMAY S.A, etc.
- ✓ Tiempo de duración de la sociedad: si es plazo fijo o indeterminado.
- ✓ Cuándo se van a empezar las actividades comerciales.
- ✓ Dónde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).

- ✓Cuál es la denominación o razón social de la sociedad.
- ✓Dónde va a funcionar la empresa.
- ✓Quién va a administrar o representar a la sociedad.
- ✓Los aportes de cada socio.
- ✓Otros acuerdos que establezcan los socios.
- ✓El capital social o patrimonio social (aporte de los socios) como :
  - *Bienes dinerarios*: dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.
  - *Bienes no dinerarios*: inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.

Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza.

#### **Elevar la minuta a escritura pública (sólo Persona Jurídica)**

Consiste en acudir a una notaría y llevarle la minuta a un notario público para que la revise y la eleve a Escritura Pública. Por lo general los documentos que se debe llevar junto con la minuta son:

- ✓ Minuta de constitución.
- ✓ Constancia o comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- ✓ Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- ✓ Certificado de Búsqueda Mercantil emitido por la Oficina de Registros Públicos de la inexistencia de una misma o similar razón social.

Una vez elevada la minuta, no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que la minuta es legal. Ésta debe ser firmada y sellada por el notario.

#### **Elevar la escritura pública en los Registros Público (sólo Persona Jurídica)**

Una vez que se ha obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a los Registros Públicos, en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos. La Persona Jurídica existe a partir de este paso, es decir, a partir de su inscripción en los Registros Públicos.



### **Obtención del número de RUC**

El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es lo que identifica a una persona o a la empresa ante el SRI para el pago de los impuestos. Toda persona natural o jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario serán sancionadas de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración. Para obtenerlo debemos acudir al SRI, llenar un formulario de justificación, y esperar notificación.

### **Elegir régimen tributario**

En el mismo SRI, a la vez que se tramita la obtención del RUC, se determina a cuál régimen tributario se va a acoger para el pago de los impuestos, Una vez que se cuenta con el número de RUC, y elegido el régimen tributario al cual acogerse, se puede imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que se va a utilizar.

### **Comprar y legalizar libros contables**

En este paso se compra los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario acogido; y posteriormente, se acude a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

### **Legalizar el Libro de Planillas en el Ministerio de Trabajo (si fuera el caso)**

Según la ley, todos los trabajadores de una empresa, no importa las horas que trabajen, deben estar en planilla (lo que implica recibir beneficios tales como gratificaciones, compensación por tiempo de servicio, etc.). Para este paso, se acude al ministerio de Trabajo, en donde se legalizarán las planillas.

### **Solicitud de licencia del Municipio de la ciudad**

Consiste en acudir a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicado el negocio, y tramitar la obtención de la licencia de funcionamiento. Por lo general, los documentos a presentar son:

- ✓ Fotocopia del RUC.
- ✓ Certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- ✓ Croquis de la ubicación de la empresa.
- ✓ Copia de contrato de alquiler o título de propiedad.

- ✓ Fotocopia de la escritura pública.
- ✓ Recibos de pago por derecho por licencia.
- ✓ Formulario de solicitud

### 2.3. Costos de Trámites y registros

Los gastos de constitución suelen identificarse como aquellos concernientes a notaría, registros, honorarios de abogados e impuestos. Los de primer establecimiento hacen referencia al conjunto de aspectos económicos y técnicos llevados a cabo con anterioridad a la puesta en marcha de la empresa.

#### 2.3.1. Gastos de constitución

A continuación, se presentan los gastos originados por la constitución y primer establecimiento de la empresa Exportadora de Maracuyá S.A “EMAY S.A”

**Tabla IV:** GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMRESA “EMAY S.A”

DETALLE	CANTIDAD
Gastos Notariales	100,00
Gastos Publicación	50,00
Gastos de Registro de Nombramientos de Representantes Legales	50,00
Gastos Abogado	574,00
Gastos Municipales	20,00
TOTAL:	800,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 2.3.2. Gastos registros sanitarios y marcas

**Tabla V:** GASTOS REGISTROS SANITARIOS Y MARCAS

DETALLE	CANTIDAD
Gastos Registros Sanitarios	550,00
Gastos Registros de Marcas	700,00
TOTAL:	1250,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

## **2.4.Objetivos de la empresa**

- ✓ Mejorar continuamente la producción de la fruta para asegurar la permanencia en el mercado.
- ✓ Aumentar la satisfacción de los clientes, mediante la renovación continua.
- ✓ Cumplir con los pedidos acordados con los clientes, y todas sus necesidades referentes. al productos

## **2.5.Misión**

Satisfacer las necesidades y requerimientos de cada uno de los mercados internos y externos, entregando un concentrado de la más alta calidad, concediendo excelente servicio, comercialización, distribución y buen manejo de la logística

## **2.6.Visión**

Ser una empresa líder en la exportación de concentrado de maracuyá, reconocida a nivel nacional e internacional por ofertar calidad al consumidor así como desarrollar y mantener relaciones de negocios éticas y duraderas con nuestros clientes.

## **2.7.Valores**

- ✓ Puntualidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Cumplimiento
- ✓ Confianza
- ✓ Solidaridad
- ✓ Ética
- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto
- ✓ Lealtad

## 2.8. Metas

- ✓ Posicionarnos en mercados extranjeros en especial los de Europa
- ✓ Reducir el tiempo de transporte al igual que los costos, aplicando mejores técnicas de logística empresarial
- ✓ Habilitar sucursales en varios países consumidores, para mejor servicio.
- ✓ Crear un sitio web, eficiente en comercio electrónico e información

## 2.9. Organigrama

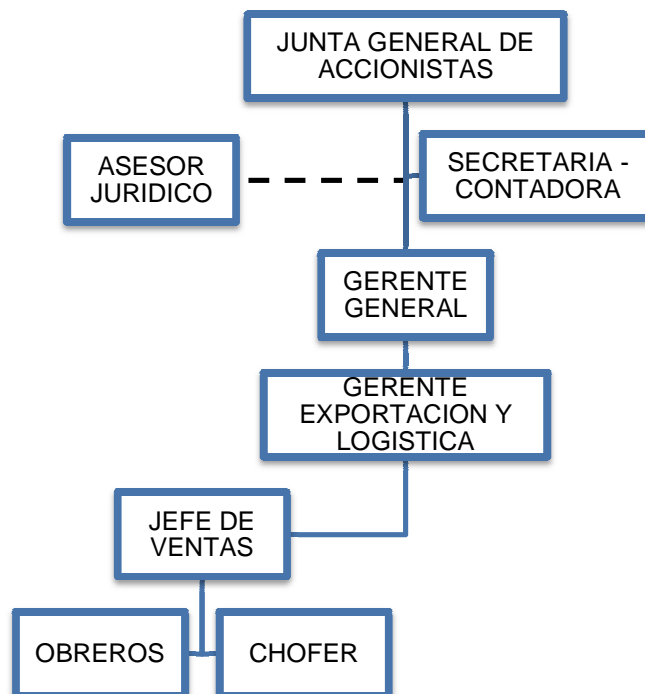


Figura 2: Organigrama de la Empresa

## 2.10. Funciones del Organigrama<sup>7</sup>

### 2.10.1. JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa del interés social. Compete a la Junta General dictar normas, con fuerza obligatoria, en lo no prescrito en los estatutos sociales. Se convocará y reunirá de conformidad a lo establecido en los Art. pertinentes de la Ley de Compañías.

<sup>7</sup> [http://html.rincondelvago.com/organizacion-de-empresas\\_15.html](http://html.rincondelvago.com/organizacion-de-empresas_15.html)

### **2.10.2. PRESIDENTE**

Las funciones del presidente son las siguientes:

- ✓ Se encarga de ejercer la representación legal de la Empresa. Revisará los aspectos legales de la compañía en todos los ámbitos de actuación, todo esto, ante organismos oficiales.
- ✓ Presidir las sesiones de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta Directiva.
- ✓ Apoyar las actividades de la Empresa.
- ✓ Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Gerente General y Contador.
- ✓ Presentar a la Junta Directiva, el informe semestral de actividades.
- ✓ Dirigir las labores de la Empresa cooperando con la estructura del negocio, y planteando las soluciones jurídicas más adecuadas para facilitar la viabilidad de las operaciones.
- ✓ Controlar la calidad de la gestión empresarial
- ✓ Sugerir a la Asamblea y a la Junta Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la Empresa Exportadora “EMAY S.A”.
- ✓ Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes.
- ✓ Controlar la calidad de la gestión empresarial.

### **2.10.3. GERENTE GENERAL**

Las funciones del Gerente General son las siguientes:

- ✓ Se encarga del funcionamiento del área administrativa.
- ✓ Coordinar las actividades de los distintos departamentos.
- ✓ Da autorización de pagos a tiempo.
- ✓ Efectuar políticas de calidad en la empresa.
- ✓ Implementar programas de capacitación a los colaboradores.
- ✓ Controlar periódicamente el normal funcionamiento de los procesos.
- ✓ Estimular en los diferentes departamentos a cultivar el trabajo en equipo.

#### **2.10.4. SECRETARIA – CONTADORA**

Las funciones de la Secretaria - Contadora son las siguientes:

- ✓ Recibir, tramitar y controlar la correspondencia de la Gerencia.
- ✓ Atender al público personal o telefónicamente y concertar citas o entrevistas.
- ✓ Redactar oficios, memorandos, actas, informes, convenios y otros documentos similares.
- ✓ Operar el telefax.
- ✓ Realizar el control previo y concurrente.
- ✓ Analizar saldos de cuentas contables de años anteriores requerido por organismos financieros de control.
- ✓ Supervisar, evaluar y controlar la emisión de órdenes de pago.
- ✓ Revisar reportes o estados financieros y demás documentos contables resultados de la gestión.
- ✓ Revisar conciliaciones bancarias y declaraciones de impuestos.
- ✓ Efectuar jurnalizaciones en el diario general y mayores generales y auxiliares.
- ✓ Revisar y presentar los estados financieros.
- ✓ Realizar asientos de ajuste y reclasificación.
- ✓ Realizar depreciaciones, provisiones de cuentas y su liquidación.
- ✓ Administrar Kardex
- ✓ Elaborar roles de pago
- ✓ Girar oportunamente los cheques
- ✓ Pagos al Servicio de Rentas Internas (SRI).

#### **2.10.5. ASESOR JURIDICO**

Las funciones del Asesor Jurídico son las siguientes:

- ✓ Colaborar con los distintos departamentos que posee la empresa para asesorar en los aspectos legales que se requiera
- ✓ Elaborar y revisar los contratos de la empresa
- ✓ Aconsejar sobre legislación internacional para obtener una mejor negociación.

### **2.10.6. GERENTE DE EXPORTACION Y LOGÍSTICA**

Las funciones del Gerente de exportación y logística son las siguientes:

- ✓ Definir y planificar los planes estratégicos comerciales a nivel de ventas en exportación para la consecución de objetivos a corto, medio y largo plazo.
- ✓ Gestión comercial con clientes potenciales como apoyo a la fuerza de ventas. Desarrollo de acciones en colaboración con el Departamento de Marketing.
- ✓ Análisis de estudios de mercado.
- ✓ Dirección del equipo de ventas en el área de exportación.
- ✓ Seguimiento, control y análisis de la evolución de la venta.

### **2.10.7. JEFE DE VENTAS**

Las funciones del Jefe de Ventas son las siguientes:

- ✓ Promover las ventas
- ✓ Tener un control de las necesidades del consumidor.
- ✓ Establecer contacto con los distribuidores para satisfacer la demanda del mercado.
- ✓ Distribuir el producto en el momento necesario
- ✓ Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.
- ✓ Verifica la existencia del producto para la confirmación de pedidos.
- ✓ Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos.
- ✓ Supervisar la atención a los clientes para que estos queden satisfechos con el servicio otorgado.
- ✓ Supervisar las rutas de ventas
- ✓ Informar semanalmente a la dirección de mercadeo los resultados de las operaciones realizadas.

### **2.10.8. OBREROS**

Las funciones de los obreros son las siguientes:

- ✓ Realizar trabajos de procesamiento de productos
- ✓ Requerir los materiales y herramientas para la realización de sus actividades y responder por su custodia y buen uso.

- ✓ Reingresar a la Bodega los materiales no utilizados.
- ✓ Informar los trabajos realizados y las novedades presentadas.
- ✓ Las demás que le sean asignadas dentro del ámbito de su actividad.
- ✓ Tener una debida organización en las instalaciones.

### **2.10.9. CHOFER**

Las funciones del Chofer son las siguientes:

- ✓ Su función prioritaria es la movilización para el transporte del producto desde la zona de productiva hasta la planta de producción.
- ✓ Transportar el producto terminado.
- ✓ Moviliza al personal administrativo, de producción y de ventas, para trámites externos de todo tipo y de acuerdo a su disponibilidad de tiempo.
- ✓ Las demás que le sean asignadas dentro del ámbito de su actividad.

## **2.11. Plan estratégico**

### **2.11.1. Análisis FODA**

#### **2.11.1.1. FORTALEZAS**

- ✓ Amplia decisión de emprender una microempresa, para poder crear fuentes de trabajo.
- ✓ Amplio conocimiento sobre la producción, comercialización y distribución de Maracuyá.
- ✓ Formas de Comercialización adecuadas
- ✓ Gerencia hábil con visión de mercado
- ✓ Equipo humano comprometido y leal

#### **2.11.1.2. OPORTUNIDADES**

- ✓ La constante y creciente producción de Maracuyá, en las poblaciones interprovinciales que facilitan el acceso a nuestro producto.
- ✓ Existencia de varios organismos financieros, que proporcionan créditos a pequeños negocios.
- ✓ Pocos competidores en la localidad
- ✓ Producto de venta permanente



- ✓ Conocimiento de normas y certificaciones internacionales

### 2.11.1.3. DEBILIDADES

- ✓ Ninguna experiencia en el manejo técnico de la producción del maracuyá.
- ✓ Falta de conocimiento del tipo de clientes del mercado a nivel internacional
- ✓ Falta de experiencia a nivel laboral
- ✓ Falta de contactos para la cadena logística
- ✓ Falta de disponibilidad económica

### 2.11.1.4. AMENAZAS

- ✓ Cambios constantes en las políticas orientadas al sector macro empresarial.
- ✓ Inestabilidad política
- ✓ Recesión económica mundial
- ✓ Barreras arancelarias
- ✓ Influencia del clima

## 2.11.2. Matriz de diagnóstico

**Tabla VI: DIAGNÓSTICO DE FORALEZAS**

<b>FORTALEZAS</b>			
Amplia decisión de emprender una microempresa, para poder crear fuentes de trabajo.	5	2	10
Amplio conocimiento sobre la producción, comercialización y distribución de Maracuyá.	5	2	10
Gerencia hábil con visión de mercado	6	2	12
Formas de comercialización adecuadas	4	1	4
Equipo humano comprometido y leal	5	3	15
	25	10	10.2

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

**Tabla VII: DIAGNÓSTICO DE OPORTUNIDADES**

<b>OPORTUNIDADES</b>			
La constante y creciente producción de Maracuyá, en las provincias cercanas que facilitan el acceso al producto.	4	2	8
Existencia de varios organismos financieros, que proporcionan créditos a pequeños negocios.	2	1	2
Pocos competidores en la localidad	4	2	8
Producto de venta permanente	8	3	24
Conocimiento de normas y certificaciones internacionales	7	2	14
	25	10	11,2

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

**Tabla VIII: DIAGNÓSTICO DE DEBILIDADES**

<b>DEBILIDADES</b>			
Ninguna experiencia en el manejo técnico de la producción del maracuyá.	8	2	16
Falta de conocimiento del tipo de clientes del mercado a nivel nacional	6	2	12
Falta de experiencia a nivel laboral	4	2	8
Falta de contactos para cadena logística	5	3	15
Falta de disponibilidad económica	2	1	2
	25	10	10,6

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

**Tabla IX: DIAGNÓSTICO DE AMENAZAS**

<b>AMENAZAS</b>			
Cambios constantes en las políticas orientadas al sector macro empresarial.	7	2	14
Inestabilidad política	5	3	15
Recesión económica mundial	5	2	10
Barreras arancelarias	2	1	2
Influencia del clima	6	4	24
	25	10	10,2

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 2.11.3. Diamante de Porter

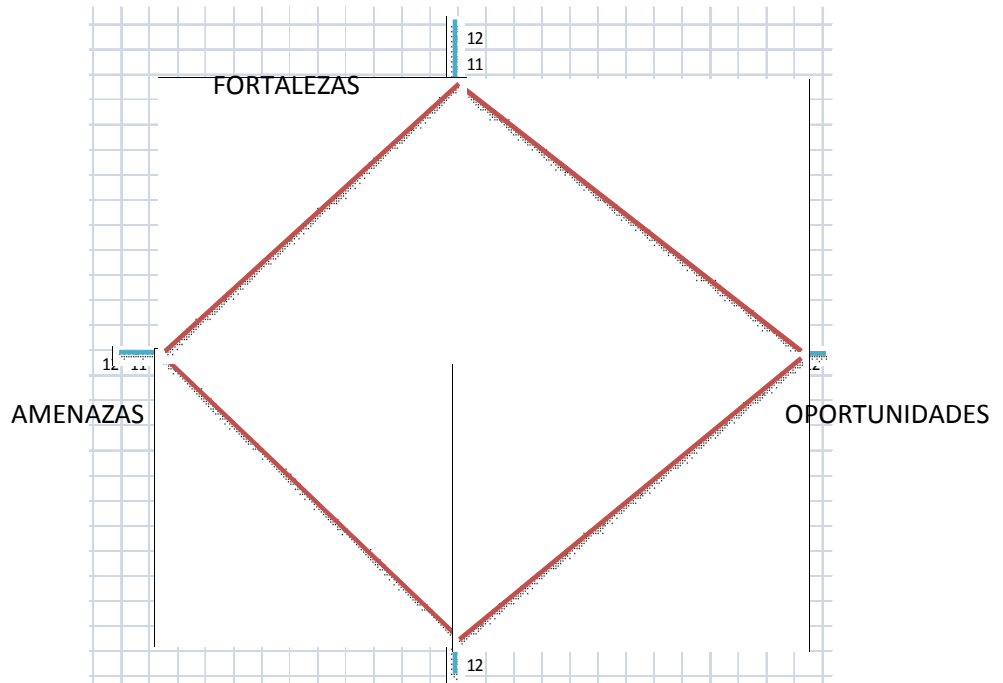


Figura 3: Diamante de Porter

### 2.11.4. Matriz de posicionamiento

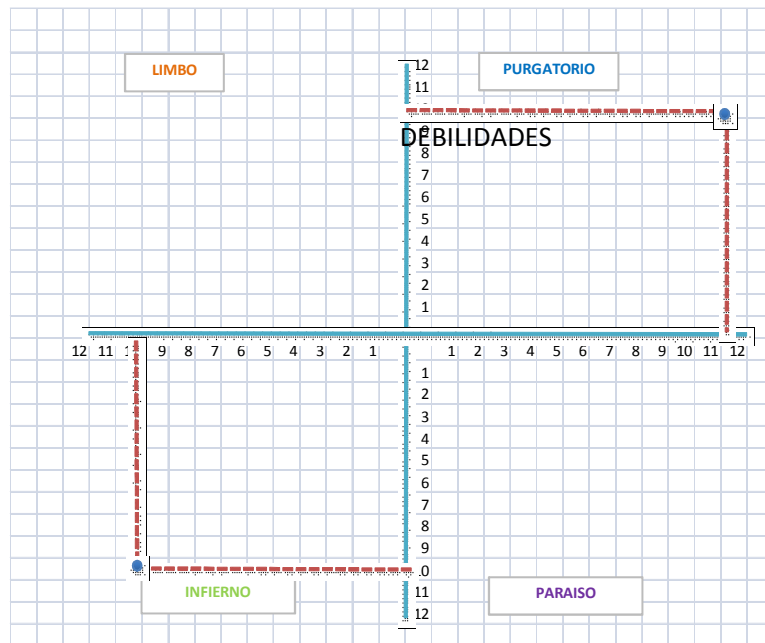


Figura 4: Matriz de posicionamiento

## **2.11.5. Análisis general sobre el Diamante de Porter y Matriz de Posicionamiento:**

### **2.11.5.1. FORTALEZAS**

Se tiene un producto exótico, rico en sus propiedades nutritivas, pero que aún es desconocido en el mercado europeo, razón por la cual se puede tener un acceso directo al mercado Español (mercado target) obteniendo así fidelidad de nuestros clientes. Contamos con un grupo humano comprometido a dar un servicio muy agradable con un tiempo de entrega apropiado, tenemos aliados estratégicos y nuestra apariencia física está situada en el sector de donde se produce el producto.

### **2.11.5.2. OPORTUNIDADES**

El producto que se oferta, tiene mayor oportunidad de acceso al mercado español puesto que gracias al SGP el maracuyá no paga arancel, motivo por el cual, se vuelve más competitivo además existen muchos subproductos relacionados a lo que se ofrece.

### **2.11.5.3. DEBILIDADES**

Cuesta mucho llegar a un consenso, la maquinaria es muy antigua, motivo por el cual se hace un poco lenta la cobertura de los pedidos internacionales y más aún si son en volúmenes altos, en ocasiones muchos productos se deben desechar porque han sobrepasado el tiempo de consumo, los competidores ofrecen créditos pero EMAY S.A por ser una empresa naciente, aun no lo puede otorgar.

### **2.11.5.4. AMENAZAS**

Gracias a la crisis económica del país es más difícil encontrar financiamiento, sumándose a esto, que los costos de producción han subido mucho lo cual acarrea consecuencias tales como, las plantaciones en el país vecino rinden más que las ecuatorianas y nuestro capital humano están emigrando hacia otros países.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DEL MARACUYÁ EN EL MERCADO ESPAÑOL.**

#### **3.1. Análisis del mercado**

El país meta seleccionado es el de España y la región específica a atacar es el mercado de Madrid. A continuación se mencionan algunas de las características más importantes acerca de este país:

#### **España<sup>8</sup>**

También denominado Reino de España, es un país soberano, miembro de la Unión Europea, constituido en Estado social y democrático de Derecho y cuya forma de gobierno es la monarquía parlamentaria. Su territorio, con capital en Madrid, ocupa la mayor parte de la Península Ibérica. Tiene una extensión de 504.645 km, siendo el cuarto país más extenso del continente, tras Rusia, Ucrania y Francia. Con una altitud media de 650 metros es uno de los países más montañosos de Europa. Su población es de 46.951.532 habitantes, según datos del padrón municipal de 2010.

---

<sup>8</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki>

De acuerdo con la Constitución Española, el castellano o español es la lengua oficial del Estado y todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho a usarla. La Economía española es la 9ª economía mundial en términos de PIB, por delante de Canadá y de Rusia, y según Eurostat, el PIB per cápita español se situó, en 2009, en el 103% de la media de la Unión Europea, por delante de Italia



Figura 5: Mapa de España

## ECONOMÍA:<sup>9</sup>

España es actualmente la novena potencia económica mundial, pero ha llegado a ser la octava e incluso la séptima según el PIB nominal. Tradicionalmente España ha sido un país agrícola y aún es uno de los mayores productores de Europa occidental, pero desde mediados de la década de 1950 el crecimiento industrial fue rápido y pronto alcanzó un mayor peso que la agricultura en la economía del país. Una serie de planes de desarrollo, que se iniciaron en 1964, ayudaron a expandir la economía, pero a finales de la década de 1970 comenzó un periodo de recesión económica a causa de la subida de los precios del petróleo, y un aumento de las importaciones con la llegada de la democracia y la apertura de fronteras. Con posterioridad, se incrementó el desarrollo de las industrias del acero, astilleros, textiles y mineras.

<sup>9</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki>

En la actualidad, la tercerización de la economía y de la sociedad española queda clara tanto en el producto interior bruto (contribución en 2005: un 67%) como en la tasa de empleo por sectores (65%). Los ingresos obtenidos por el turismo permiten equilibrar la balanza de pagos. Desde que España ingresó como miembro de pleno derecho en la Unión Europea las políticas económicas han evolucionado en función de esta gran organización supranacional.

## **Madrid**<sup>10</sup>

Es la capital de España y de la Comunidad de Madrid, que es uniprovincial. También conocida como La Villa y Corte, es la ciudad más grande y poblada del país, alcanzando oficialmente los 3.213.271 habitantes dentro de su municipio, mientras que la cifra oficiosa del padrón a 1 de enero de 2010 es de 3.273.006 según el ayuntamiento y 6.458.684 en su área metropolitana, siendo por ello la tercera ciudad más poblada de la Unión Europea.

Como capital del Estado, Madrid alberga las sedes del Gobierno, Cortes Generales, Ministerios, Instituciones y Organismos asociados, así como la residencia oficial de los reyes de España. En el plano económico, Madrid es la cuarta ciudad más rica de Europa, tras Londres, París y Moscú. Es el principal centro financiero y empresarial de España, actualmente, el 50,1% de los ingresos de las 5.000 principales empresas españolas son generados por sociedades con sede social en Madrid, las cuales representan el 31,8% de ellas. Es sede del principal mercado de valores del país, y de varias de las más grandes corporaciones del mundo.

Según datos del INE de 2007, su índice de desarrollo humano regional, (0.983), es el segundo mayor de España, y se encuentra por delante del de Noruega, el país del mundo con mayor IDH. Es además, según la revista británica *Monocle*, la decima ciudad del mundo con mayor calidad de vida.

---

<sup>10</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki>

**Tabla X:** : POBLACION POR EDADES

<b>DISTRIBUCIÓN POR EDAD DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA</b>		
<b>Grupo de edad</b>	<b>%</b>	<b>total</b>
0 a 14 años	14,34%	6.742.815
15 a 29 años	19,74%	9.281.951
30 a 44 años	25,30%	11.896.320
45 a 59 años	18,92%	8.896.379
60 a 74 años	13,53%	6.361.945
75 años y más	8,18%	3.846.320

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Nuestro segmento de mercado va desde la edad de 1 año en adelante ya que como es un producto natural puede ser consumido por personas de todas las edades

### **3.2. Acceso al mercado español**

Se aplican los siguientes controles: Control de Calidad a la Importación (CONCAL), Inspección Sanitaria de Importación (SANIM), Inspección Fitosanitaria (FITIN), Inspección Veterinaria de Importación (VETER), (CITES) Convención Internacional que regula el comercio de Especies de Flora y Fauna en vías de Extinción.

#### **3.2.1. Requisitos sanitarios**

Los jugos y concentrados de frutas deben cumplir con los siguientes requisitos para cumplir con la normativa de la Unión Europea:

- ✓ Principios Generales y Requerimientos de la Ley de Alimentos establecidos en la Regulación (CE) No. 178/2002
- ✓ Reglas Generales de Higiene para Productos Alimenticios acorde con la Regulación (EC) No. 852/2004
- ✓ Condiciones Generales Relativas a las Materias Contaminantes en los alimentos.
- ✓ Condiciones Especiales para los Organismos Genéticamente Modificados (OGM) y nuevos alimentos, Regulación (EC) No. 1829/2003 y Regulación (EC) No.258/97 (OJ L-43 14/02/1997);
- ✓ Condiciones Generales de Preparaciones Alimenticias.
- ✓ Controles Oficiales para Alimentos.



### **3.2.2. Requisitos fitosanitarios**

Las regulaciones fitosanitarias se aplican a productos como las frutas frescas, esto significa que un certificado fitosanitario debe ser presentado, donde se certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades.

### **3.3.Principales países productores<sup>11</sup>**

En el contexto internacional Brasil, Colombia, Ecuador y Perú son los principales países productores de maracuyá. Desde Brasil, el maracuyá se ha extendido prácticamente a todas las zonas tropicales del mundo. Históricamente, en la mayoría de los países la producción se ha iniciado como un cultivo de traspatio, para el consumo casero; después se ha vuelto comercial para satisfacer la demanda interna.

Ese proceso ha sido más o menos lento y su desarrollo en cada país ha dependido de los apoyos gubernamentales y de los compromisos con la agroindustria. Australia y Hawái son los que más han fomentado y apoyado la investigación, posteriormente Colombia y Brasil han hecho aportes relevantes.

En Colombia el cultivo comercial se inició en los años 60 y fue hasta los 80 que se lanzó al mercado internacional. La superficie dedicada varía entre 2,500 y 7,000 hectáreas y el 70%.de la producción se exporta, dejando el 30% para el mercado interno. El rendimiento medio alcanza las 20 t/ha. Colombia participa en el mercado mundial de manera variable.

Ecuador es un país que recientemente ha iniciado su participación en el mercado mundial con un área de 3,500 ha (con una producción de 49,000 t). El rendimiento promedio de Maracuyá en Ecuador es de 14 t/ha.

Los tres países mencionados además de Perú aportan más del 90% del total de la producción mundial. Otros países importantes de América Latina son: Venezuela, con una superficie de 1,000 ha y una producción que oscila entre 15,000 y 20,000 t; y Costa Rica, que a principios de los años 90 alcanzó una superficie de casi 900 ha.

---

<sup>11</sup> <http://www.frutal-es.com/uploads/maracuya.pdf>

Otros países que fuera del continente americano cuentan con cierta producción son actualmente: Kenia, Zimbabwe y África del Sur, en África, produciendo principalmente el maracuyá morado con una fuerte orientación hacia la exportación en fresco para Europa; y Tailandia, Malasia e Indonesia en Asia. Todos ellos en conjunto aportan menos del 7% del total mundial.

**Tabla XI: PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE MARACUYA**

País	Hectáreas	Rendimiento (tn/ha)
Brasil	25.000 – 33.000	12 a 45 tn/ha
Colombia	2.500 – 7.000	20 tn/ha
Ecuador	3.500	14 tn /ha
Perú	4.500	36 tn/ha

Fuente: <http://www.frutal-es.com/uploads/maracuya.pdf>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### **3.4.Partida arancelaria<sup>12</sup>**

El concentrado de maracuyá ecuatoriano está clasificado de la siguiente manera:

#### **Sección IV**

“PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS”.

#### **Capítulo 20**

Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.

#### **Partida del sistema armonizado 20.09**

Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso “silvestres”), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

#### **Subpartida del sistema armonizado 2009.80**

Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza (incluso “silvestres”).

#### **Subpartida regional 2009.80.12**

De “maracuyá” (parchita) (*Pasiflora edulis*).

<sup>12</sup>[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

### 3.5. Países exportadores de maracuyá<sup>13</sup>

Aunque los países europeos buscaron satisfacer el abastecimiento con la producción de África no les fue suficiente y recurrieron a países latinoamericanos como son : Ecuador Colombia, Brasil y Perú, los que tienen el monopolio del mercado, al ofrecer casi el 90% de la demanda mundial.

**Tabla XII: PAISES EXPORTADORES DE MARACUYA**

PAÍS	PRODUCTIVIDAD	PRODUCCION DE EXPORTACION
Brasil	12 – 45 t/ha	70%
Colombia	20 t/ha	40%
Ecuador	14 t/ha	30%
Perú	36 t/ha	60%

Fuente: [http://vinculando.org/mercado/mercado\\_maracuya.html](http://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html)

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 3.6. Países importadores de maracuyá

La importación de jugo y concentrado de maracuyá a nivel mundial se concentra en tres grupos. La Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Alemania, Reino Unido, EE.UU. y Holanda están entre los países demandantes de esta materia prima. En Argentina, Chile, México también se registran importaciones crecientes de jugo y concentrado de maracuyá.

- ✓ *EEUU:* Es el mayor mercado mundial de jugos de fruta. Desde hace algunos años se viene desarrollando los requerimientos de importación de pulpa y jugos tropicales.
- ✓ *Holanda:* Este mercado ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años tanto en jugos concentrados como en pulpa de fruta, básicamente por dos razones: por su nivel de demanda interna y por su función de reexportador y distribuidor en toda Europa.

### 3.7. Análisis de la demanda

#### 3.7.1. Análisis de la demanda respecto la concentrado de maracuyá

En forma aproximada puede estimarse que el mercado internacional actual consume entre 45.000 y 50.000 toneladas de jugo simple, cantidad que equivale aproximadamente a 15.000 toneladas de concentrado de 50° Brix, ya que 3 kilogramos de jugo simple equivale aproximadamente a 1 kilogramo de concentrado de maracuyá.<sup>14</sup> El mercado más grande para

<sup>13</sup> <http://www.frutal-es.com/uploads/maracuya.pdf>

<sup>14</sup> [www.minec.gob.sv](http://www.minec.gob.sv)

el concentrado de maracuyá es Europa, que importa aproximadamente el 70% de la producción de Ecuador de jugo y concentrado; Norteamérica, el Caribe y Asia también importan el concentrado de maracuyá de Ecuador.

El incremento de la demanda mundial de concentrado de maracuyá se debe principalmente a las tendencias en el mercado de bebidas que marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de bebidas a partir de frutas, tanto en el mercado de los países desarrollados como en el de los países en desarrollo. Se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales, particularmente en la Unión Europea y Estados Unidos.

El mercado europeo de jugos de fruta está menos desarrollado que el de Estados Unidos, en términos de consumo per cápita; sin embargo las ventas de este tipo de productos está creciendo de manera rápida en los últimos años. Si bien el mercado de jugos está creciendo en su conjunto la participación de los jugos tradicionales (naranja y manzana) está declinando, para ser sustituido por sabores nuevos y exóticos. El consumidor europeo aprecia por sobre todo los jugos naturales, con un alto contenido vitamínico, sin adición de azúcar ni ningún otro ingrediente artificial. Las mezclas de sabores y los nuevos jugos están ganando la preferencia de los compradores finales y su crecimiento en el mercado es acelerado. En la Unión Europea, la maracuyá se vende como jugo simple y, sobretodo, como jugo concentrado, no cuenta con estadísticas de importación de jugo de maracuyá exclusivamente.

Por tal motivo, se utiliza la partida de importación de jugos de frutas tropicales. La tendencia en cuanto a la demanda de jugos tropicales en la Unión Europea no está totalmente definida. Después de la piña, los jugos que tienen una mayor demanda son el de mango y el de maracuyá. España es uno de los principales consumidores de concentrado y jugo simple de Maracuyá a nivel mundial. En años de precios bajos el consumo puede alcanzar el 3% del total de todos los jugos.

Prácticamente todas las embotelladoras españolas ofrecen néctar de esta fruta con contenido mínimo de 25% de pulpa. No obstante, el principal uso que se le da al jugo es incorporado a los jugos multivitamínicos o usarlos como reforzador del sabor de otras frutas, sobre todo del

durazno, en jugos mezclados, yogur, quesos, etc. La pulpa concentrada de Maracuyá tiene opciones de mercado en España, Alemania, Japón, Argentina, México y Chile.

### 3.7.2. Consumo nacional aparente

La demanda depende de una serie de factores como precio asignado, ingreso de los consumidores, precio de los bienes sustitutos, de las preferencias del consumidor entre otros. Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de un determinado bien o servicio que el mercado requiere y se puede expresar como:

$$\boxed{Demanda = CNA = Producción Nacional + Importaciones - Exportaciones}$$

Figura 6: Fórmula de la demanda

### 3.7.3. Proyección de la producción en España

Mediante el estudio realizado se ha determinado que no existe producción nacional de maracuyá en los últimos cinco años por lo que este análisis se proyecta a que en los próximos cinco años tampoco existirá producción nacional.

### 3.7.4. Proyección de Importaciones en España

Tabla XIII: IMPORTACIONES DE JUGOS DE FRUTAS<sup>15</sup>

AÑOS	IMPORTACIONES (toneladas)
2005	9,94
2006	8,77
2007	35,88
2008	322,51
2009	118,57
2010	417,734*
2011	470,834*
2012	523,934*
2013	577,034*
2014	630,134*

Fuente: [www.datacomex.comercio.es](http://www.datacomex.comercio.es)

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

\*Datos proyectados, autoras de la investigación

<sup>15</sup> [datacomex.comercio.es](http://datacomex.comercio.es)

### 3.7.5. Proyección de exportaciones en España

Tabla XIV: EXPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS<sup>16</sup>

AÑOS	EXPORTACIONES (toneladas)
2005	90
2006	226,91
2007	96,55
2008	284,24
2009	4,22
2010	71,846*
2011	60,423*
2012	49*
2013	37,577*
2014	26,154*

Fuente: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

\*Datos proyectados, autoras de la investigación

### 3.7.6. Proyección de la población

Tabla XV: POBLACIÓN MADRILEÑA<sup>17</sup>

AÑOS	POBLACION (habitantes)
2005	5.964.143
2006	6.008.183
2007	6.081.689
2008	6.271.638
2009	6.386.932
2010	6.807.936,8*
2011	6.918.840,1*
2012	7.029.743,4*
2013	7.140.646,7*
2014	7.251.550*

Fuente: [www.ine.es/jaxiBD/tabla.do](http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do)

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

\*Datos proyectados, autoras de la investigación

<sup>16</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

<sup>17</sup> <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do>

### 3.7.7. Calculo consumo nacional aparente

Para el cálculo del consumo nacional aparente se lo realiza con la fórmula antes mencionada en la cual se suma la producción nacional más las importaciones y se le resta las exportaciones

**Tabla XVI: PROYECCION DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE**

<b>AÑOS</b>	<b>PN</b>	<b>IMPORTACIONES (toneladas)</b>	<b>EXPORTACIONES (toneladas)</b>	<b>CONSUMO APARENTE</b>
2010	0	417,734	71,846	345,888
2011	0	470,834	60,423	410,411
2012	0	523,934	49	474,934
2013	0	577,034	37,577	539,457
2014	0	630,134	26,154	603,98

**Fuente:** Datos tomados de los cuadros de proyecciones de producción nacional, importaciones y exportaciones

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 3.7.8. Consumo per cápita (Toneladas)

Este se obtiene de la división del Consumo Nacional Aparente (Toneladas) para la proyección de la población.

**Tabla XVII: PROYECCION DEL CONSUMO PER CÁPITA**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO APARENTE</b>	<b>POBLACIÓN (habitantes)</b>	<b>CONSUMO PER CÁPITA (kilos)</b>
2010	345,888	6.807.936,8	0,051
2011	410,411	6.918.840,1	0,059
2012	474,934	7.029.743,4	0,068
2013	539,457	7.140.646,7	0,076
2014	603,98	7.251.550	0,083

**Fuente:** Datos tomados de los cuadros de proyecciones de consumo aparente y población

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 3.7.9. Consumo recomendado de concentrado de maracuyá

El consumo recomendado de concentrado de maracuyá anualmente para una persona es de 8 Kg.<sup>18</sup>

**Tabla XVIII:** PROYECCION DEL CONSUMO RECOMENDADO DE MARACUYÁ EN ESPAÑA

AÑOS	CONSUMO PER CÁPITA RECOMENDADO (kilos)	POBLACIÓN (habitantes)	CONSUMO TOTAL RECOMENDADO (kilos)	CONSUMO TOTAL RECOMENDADO (toneladas)
2010	8	6.807.937	54.463.494,40	54.463,49
2011	8	6.918.840	55.350.720,80	55.350,72
2012	8	7.029.743	56.237.947,20	56.237,95
2013	8	7.140.647	57.125.173,60	57.125,17
2014	8	7.251.550	58.012.400,00	58.012,40

Fuente: FAO, 2009

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 3.7.10. Déficit del consumo del país de destino

Se obtiene restando el consumo per cápita menos el consumo per cápita recomendado

**Tabla XIX:** PROYECCION DEL DÉFICIT

AÑOS	CONSUMO PER CAPITA (kilos)	CONSUMO PER CAPITA RECOMENDADO (kilos)	DEFICIT PER CAPITA (kilos)
2010	0,051	8	-7,949
2011	0,059	8	-7,941
2012	0,068	8	-7,932
2013	0,076	8	-7,924
2014	0,083	8	-7,917

Fuente: FAO, 2009

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Como se puede apreciar existe un déficit de consumo de maracuyá por lo cual es recomendable la exportación a simple vista hasta corroborar con el estudio financiero para saber si es o no factible la exportación

<sup>18</sup> FAO- OMS



### 3.7.11. Demanda potencial insatisfecha

Se obtiene multiplicando el déficit por la población

**Tabla XX: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEFICIT (kilos)	POBLACION (habitantes)	DEMANDA INSATISFECHA (kilos)	DEMANDA INSATISFECHA (toneladas)
2010	-7,949	6.807.936,8	-54.117.606,4	-54.118
2011	-7,941	6.918.840,1	-54.940.309,8	-54.940
2012	-7,932	7.029.743,4	-55.763.013,2	-55.763
2013	-7,924	7.140.646,7	-56.585.716,6	-56.586
2014	-7,917	7.251.550	-57.408.420	-57.408

Fuente: Datos tomados de los cuadros de proyecciones de déficit y población

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 3.8. Análisis de la oferta

La Oferta es “la cantidad de bienes y servicios que están dispuestos a ofrecer (vender) a distintos precios en un momento determinado.”<sup>19</sup>

También se debe conocer quiénes están ofreciendo ese mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar, con el objeto de determinar qué tanto se entrega al mercado, qué tanto más puede aceptar éste, cuáles son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente.

**Tabla XXI: OFERTA EXPORTABLE**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA (kilos)	PORCENTAJE EXPORTABLE	OFERTA EXPORTABLE (kilos)	VENTAS (dólares)
2010	54.117.606,4	0,13304%	72.000	153.360,00
2011	54.940.309,8	0,13760%	75.600	161.028,00
2012	55.763.013,2	0,14235%	79.380	169.079,40
2013	56.585.716,6	0,14730%	83.349	177.533,37
2014	57.408.420	0,15245%	87.516,45	186.410,04

Fuente: Datos tomados de los cuadros de proyecciones de demanda insatisfecha

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Para el cálculo tomamos en cuenta la demanda insatisfecha en kilos multiplicado por el porcentaje de exportación que en este caso del primer año sería del 0,13304%<sup>20</sup> ya que como

<sup>19</sup> Hernández Abraham, Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Pág. 52

<sup>20</sup> <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20de%20mercado.htm>

es un producto relativamente nuevo y la demanda es sumamente extensa vamos a empezar la participación del mercado con un porcentaje bajo analizando la capacidad productiva de la empresa y a su vez que proporcione una rentabilidad a la empresa.

### 3.8.1. Factores que afectan la oferta

Estos factores permiten conocer cómo se encuentra la oferta actual del negocio

- ✓ **Los Costos de Producción** Cuando aumenta los costos las empresas reducen su producción. La cantidad ofrecida de un bien está relacionada en forma inversamente proporcional con los costos.
- ✓ **Tecnología** La tecnología es un factor muy importante ya que da lugar a la reducción de costos de producción, provocando un aumento de la oferta.
- ✓ **Expectativas Empresariales** Si las empresas esperan que en el futuro los factores que afectan a la oferta (costos, precio, etc) evolucionen favorablemente, las empresas aumentarán su oferta.
- ✓ **Competencia** Es necesario conocer el tipo de competencia al cual nos vamos a enfrentar en el mercado para de esta manera saber cuáles son las ventajas y desventajas comparativas entre los competidores directos. Casi todos los negocios tienen competencia, tanto de empresas grandes como pequeñas. Es importante conocer muy bien a cada una de las empresas que compiten, así se podrá saber de qué manera se puede superarlos. Se trata de buscar sus puntos débiles y fuertes, comparándolos con la propia empresa. Se puede hacer de varias formas: comprando sus productos y examinándolos, viendo sus catálogos, visitando sus instalaciones, o por medio de la herramienta compararse con el mejor (benchmarking). Hay que recordar que no solo los productos idénticos o iguales al nuestro son competencia, también lo son aquellos que tienen características parecidas.<sup>21</sup>

En el caso de la exportación de concentrado de maracuyá las debilidades de la competencia es que no puede abastecer al mercado con su producción, en cuanto a precios se refiere la competencia vende su producto a un precio más alto del cual nuestra empresa oferta siendo ambos de la misma calidad, la presentación del producto de la competencia es poco atractivo

---

<sup>21</sup> <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20de%20mercado.htm>

para el consumidor, el nicho de mercado es la ciudad de Madrid en la cual existen pocos competidores.

Los volúmenes de producción que ofrecen pueden verse afectados por varias razones que son: cambios climáticos, cambios económicos, etc. De acuerdo a los cálculos realizados existe en España un amplio mercado insatisfecho en lo que se refiere a la necesidad de consumir Concentrado de maracuyá, datos que de hecho resultan satisfactorios para el plan de exportación. Una vez considerada la demanda insatisfecha del mercado español: la oferta exportable del plan será el reflejo del tamaño óptimo de la empresa y de la capacidad productiva de la maquinaria.

### **3.9. Canales de distribución**

España ofrece al exportador grandes facilidades para la distribución comercial. Sin embargo, es muy importante que el exportador decida acerca de este aspecto en función de sus propios compromisos, estrategias, condiciones y de las propias necesidades del producto en sí. “La distribución directa es aquella que se da sin la intervención de intermediarios ni mayoristas.

De esta forma, el exportador se encuentra en capacidad de actuar directamente en el territorio español a través de la constitución de filiales, las cuales se deben encargar de la comercialización del producto en ese país.

La otra posibilidad que existe de comercializar un producto en España, es a través de la distribución indirecta, la misma que será utilizada para la distribución del producto. Ella comprende todo el conjunto de empresas que operan en territorio español, como mayoristas, minoristas y los agentes de venta. En este caso es necesario establecer contacto con estas compañías, en consideración de los objetivos y estrategias con las cuales se desea acceder al mercado español”<sup>22</sup>

### **3.10. Empaque y etiquetado**

El concentrado de maracuyá se envasa en fundas plásticas selladas y protegidas en tambores metálicos, almacenados en cuartos fríos para prolongar el periodo de conservación. Se

---

<sup>22</sup>Guía España-Corpei

almacena el concentrado en tambores de 55 galones, que son luego exportados en contenedores refrigerados a  $-18^{\circ}\text{C}$  (contenedor de 20 pies puede almacenar 50 tambores de concentrado de maracuyá).

Estos tambores tienen una capacidad de 250 kilos para concentrado, por lo tanto cada contenedor transporta un total de 20 TM de concentrado de maracuyá. Todo producto alimenticio a comercializarse dentro de la Unión Europea debe cumplir con los requisitos de etiquetado establecidos por la ley, que garantizan al consumidor la información necesaria sobre el producto, por esta razón el producto tendrá en la etiqueta la siguiente información:

- ✓ El nombre del producto a ser vendido
- ✓ La lista de ingredientes, incluyendo los aditivos en orden descendente de peso
- ✓ Contenido neto, en unidades métricas.
- ✓ La fecha de caducidad del producto especificado en el formato d/m/a, indicando específicamente que debe ser usado antes de la misma.
- ✓ Condiciones especiales de uso o almacenamiento
- ✓ Lugar de origen
- ✓ Instrucciones de uso.
- ✓ Indicación de contenido alcohólico.
- ✓ La información estará en la etiqueta adherida al producto. La información será de fácil comprensión, será visible y legible, además estará en el lenguaje oficial del estado miembro.

### **3.11. Transporte**

El transporte involucra un movimiento de productos tanto el transporte interno (bodega – muelle) desde el punto donde se elabora o cultiva hasta el muelle, servicio que lo realizará la empresa directamente, como el transporte internacional, que se encargará de entregar el producto a la empresa importadora.

“En el proceso de comercialización internacional es común utilizar un gran número de expresiones especializadas, sobre todo en relación con los seguros marítimos, por esta razón la Cámara Internacional de Comercio estableció un conjunto de condiciones conocidas como

INCOTERMS”<sup>23</sup>. El costo de flete España fluctúa de 7200 a 8800 dólares por tratarse de un contenedor refrigerado y por temporada.<sup>24</sup>

### **3.11.1. INCOTERM a utilizarse**

Principalmente el INCOTERM a utilizar será FOB (Free On Board) en el cual nuestra empresa exportadora se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo de la nave en el muelle del puerto indicado.

### **3.12. Precio**

Durante la última década, los precios de exportación de concentrado de maracuyá han tenido grandes fluctuaciones, con marcada tendencia a la baja.

Estos movimientos de precios están directamente ligados a los volúmenes cosechados, es decir, a mayor cosecha, menores precios a causa de la sobreoferta de producto. La Unión Europea a pesar de ser el principal destino de las exportaciones del Ecuador, no es el mercado que paga mejor por el producto. El precio promedio anual pagado por kilogramo en miles de dólares FOB ha sido de US \$1.98,<sup>25</sup> mientras que Estados Unidos ha pagado durante el mismo período un promedio de US \$2.79.<sup>26</sup>

Para nuestro plan de exportación el precio FOB será de \$2,13 por kg con el cual podemos competir con otros exportadores, es decir cada tambor de 250 Kg se lo venderá a un precio de \$532,50 dólares americanos.

---

<sup>23</sup> Ing. ESTRADA PATRICIO, Lo que se debe conocer para exportar, Quito 2003, pág. 41

<sup>24</sup> <http://roehlig.es/contacto/>

<sup>25</sup> <http://www.portalagrario.com.pe/maracuya.shtml>

<sup>26</sup> <http://www.portalagrario.com.pe/maracuya.shtml>

## **CAPITULO IV**

### **VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD ECONÓMICA - FINANCIERA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.**

#### **4.1. Inversiones y financiamiento**

La mayor parte de las inversiones se las realiza antes de la puesta en marcha del proyecto, pero también pueden hacerse inversiones durante la operación, ya sea para el reemplazo de activos obsoletos o debido a un incremento de la capacidad de producción debido a un aumento de la demanda, sin embargo, la evaluación preliminar es decisoria para que el inversionista establezca la factibilidad de la información.

##### **4.1.1. Inversiones**

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden ser de tres tipos:

- ✓ Activos Fijos Tangibles
- ✓ Activos Intangibles
- ✓ Capital de Trabajo

#### 4.1.1.1. Activos fijos tangibles<sup>27</sup>

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Para que un bien sea considerado activo fijo debe cumplir las siguientes características:

- ✓ Ser físicamente tangible.
- ✓ Tener una vida útil relativamente larga (por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor).
- ✓ Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor. En este sentido, el activo fijo se distingue de otros activos (útiles de escritorio, por ejemplo) que son consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa.
- ✓ Ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, para ser alquilado a terceros, o para fines administrativos. En otras palabras, el bien existe con la intención de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio.

Es importante aclarar que la clasificación de un bien como activo fijo no es única y que depende del tipo de negocio de la empresa; es decir, algunos bienes pueden ser considerados como activos fijos en una empresa y como inventarios en otra. Por ejemplo, un camión es considerado como activo fijo para una empresa que vende artefactos eléctricos si es que lo usa para entregas de mercadería; pero es considerado como un inventario (para ser destinado a la venta) en una empresa distribuidora de camiones

**Tabla XXII: ACTIVOS FIJOS**

<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	
TERRENO	4.000,00
INFRAESTRUCTURA	39.200,00
VEHICULO	23.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	25.179,00
EQUIPO DE OFICINA	4.420,00
MUEBLES Y ENSERES	1.360,00
<b>TOTAL</b>	<b>97.159,00</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>27</sup> <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

#### 4.1.1.1.1. Terreno

Para el proyecto se adquirirá un terreno de 480 metros cuadrados., ubicado en el km 6 en la ciudad de Santo Domingo perteneciente a la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas; a un costo de \$ 4000 distribuido de la siguiente manera:

- ✓ Planta industrial con 200 metros cuadrados,
- ✓ Área administrativa con 20 metros cuadrados,
- ✓ Bodega de almacenaje de materia prima con 60 metros cuadrados,
- ✓ Parqueadero con 25 metros cuadrados.

#### 4.1.1.1.2. Maquinaria y equipo

Estos activos fijos tienen un valor de \$ 25.179,00 y contemplan básicamente la instalación de la planta procesadora

**Tabla XXIII: MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	TOTAL (USD)
Despulpadora de frutas	1	1.209,60	1.209,60
Cuarto frio	1	11.356,00	11.356,00
Marmita a gas esférica 40 gl	1	2.385,60	2.385,60
Balanza mixta	1	219,52	219,52
Empacadora y selladora semi automática	1	5.566,40	5.566,40
Mesa de trabajo	1	873,60	873,60
Mesa de lavado	1	806,40	806,40
Peachimetro	1	146,72	146,72
Refractómetro	1	268,80	268,80
Termómetro	1	16,80	16,80
Bandas transportadoras	2	300,00	600,00
Bomba de agua	2	245,00	490,00
Tanque de acero	1	59,56	59,56
Carretillas	10	20,00	200,00
Tinas y baldes	50	10,00	500,00
Gavetas caladas	20	18,00	360,00
Cuchillos	24	5,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>25.179,00</b>

Fuente: Proformas del Mercado

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011



#### 4.1.1.1.3. Equipo de oficina

El equipo de oficina necesario para la empresa tiene un valor de \$ 4.420,00

**Tabla XXIV: EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (USD)</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
Computadoras	4	800,00	3.200,00
Impresora multifunción	2	385,00	770,00
Teléfono	5	90,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.420,00</b>

Fuente: Proformas del Mercado

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.1.1.1.1. Equipo de oficina

El equipo de oficina necesario para la empresa tiene un valor de \$ 4.420,00

**Tabla XXV: MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorio	5	120,00	600,00
Archivador Metálico	2	150,00	300,00
Mesa de reunión	1	210,00	210,00
Sillas	10	25,00	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.360,00</b>

Fuente: Proformas del Mercado

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.1.1.1.2. Infraestructura

La infraestructura de la planta procesadora tiene un valor de \$ 39.200,00; en este valor se incluyen las instalaciones eléctricas internas y externas, así como los detalles de los acabados.

#### 4.1.1.1.3. Vehículo

Se ha adquirido un camión el cual servirá para la transportación del concentrado de maracuyá, a un costo de \$ 23.000,00

#### 4.1.1.2. Activos diferidos<sup>28</sup>

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc. Representa erogaciones que deben ser aplicadas a gastos o costos de periodos futuros, por lo que tienen que mostrarse en el balance a su costo no devengado, es decir, se acostumbra mostrar únicamente la cifra neta y no la cantidad original. La porción de ciertas partidas de gastos que es aplicable a ejercicios o periodos posteriores a la fecha de un balance general.

En mejores términos, debe designarse con el nombre de "cargos diferidos" o de "gastos diferidos", ya que no se trata sino de determinados gastos cuya aplicación se difiere o pospone por no corresponder al ejercicio que se concluye. Algunas veces se incluye el "activo congelado" dentro del "activo diferido", así como otras partidas en activo cuya realización no puede esperarse sino después de un tiempo largo.

Por ejemplo: la capitalización de rentas en virtud de un contrato de arrendamiento por el cual las rentas pueden ser aplicadas como tales o bien a cuenta del precio de compra del inmueble, a opción del arrendatario respectivo. Los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se amortizan o difieren en varias anualidades, los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido.

**Tabla XXVI:                    ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de constitución	800,00
<b>TOTAL</b>	<b>800,00</b>

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>28</sup> <http://www.definicion.org/activo-diferido>

### 4.1.1.3. Capital de trabajo<sup>29</sup>

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los Activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo

Para este proyecto se estima como capital de operación

**Tabla XXVII: CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO (USD)</b>
Materia Prima	2.310,00
Materiales Directos	480,00
Mano de obra	680,15
Costos Indirectos de Fabricación	11.622,10
<i>Gasto Administrativo</i>	2.490,67
<i>Gastos de Ventas</i>	1.022,87
<i>Gastos de Exportación</i>	1.036,00
<i>Gasto Financiero</i>	400,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>20.041,78</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>29</sup> <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

## 4.1.2. Financiamiento

Tabla XXVIII: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
FUENTE	VALOR (USD)	%
Accionistas	78.000,79	80,00%
Accionista 1	39.000,39	40,00%
Accionista 2	39.000,39	40,00%
Préstamo	40.000,00	20,00%
<b>Total Financiamiento</b>	<b>118.000,79</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

La inversión total del plan de exportación es de \$ 118.000,79 el cual se va a financiar con recursos propios en un 80% es decir con \$ 78.000,78; los recursos ajenos representan el 20% es decir con \$40000,00 el crédito será solicitado a una entidad financiera

### 4.1.2.1. Recursos propios

Están representados por el aporte que realizan los socios o promotores de la empresa, su monto está determinado por los mismos de acuerdo a su capacidad para invertir en un proyecto.

Tabla XXIX: FINANCIAMIENTO PROPIO

ACCIONISTAS	
María José Andino Cisneros	\$ 39.000,39
Susana Paulina Hidalgo Paredes	\$ 39.000,39
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 78.000,78</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 4.1.2.2. Crédito con terceros

Para obtener financiamiento con terceros es necesario recurrir a instituciones financieras en las cuales se encontrará diferentes líneas de crédito de acuerdo a la actividad que se desee financiar.

A continuación se detalla la amortización de la deuda

**Tabla XXX: AMORTIZACION DE LA DEUDA**

<b>PERIODO</b>	<b>DEUDA (USD)</b>	<b>INTERÉS (USD)</b>	<b>AMORTIZACIÓN (USD)</b>	<b>CUOTA FIJA (USD)</b>
1	40.000,00	4.800,00	6.296,39	11.096,39
2	33.703,61	4.044,43	7.051,96	11.096,39
3	26.651,65	3.198,20	7.898,19	11.096,39
4	18.753,46	2.250,42	8.845,97	11.096,39
5	9.907,49	1.188,90	9.907,49	11.096,39
<b>TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>40.000,00</b>	<b>55.481,95</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

## **4.2. Costos, Gastos e Ingresos del Proyecto**

### **4.2.1. Generalidades**

Se puede distinguir cuatro funciones: producción, administración, ventas y financiamiento, para cubrir todas estas funciones la empresa tendrá que efectuar ciertos desembolsos por pago de salarios, servicios públicos, compra de materiales, pago de intereses, etc. Todas estas erogaciones toman el nombre de costos

### **4.2.2. Costos**

Constituyen todos los costos que el plan incurre para poder producir el concentrado de maracuyá, específicamente los procesos, las técnicas, y los procedimientos más afines a la producción, en esta etapa se consideran que la materia prima se encuentre en el sitio, o en su efecto los costos de transportación en filo de finca hasta el sitio de procesamiento de la misma, todo dependerá de las negociaciones que se realicen con las asociaciones de productores.

Para la etapa de producción se requiere analizar costos que son fundamentales, como son los financieros, la obtención de los recursos, los recursos que se deben considerar para la puesta en marcha de todo proyecto, en concomitancia con las inversiones. Esta etapa del proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha.

Una vez que se ha determinado qué y cuánto vamos a producir, dónde vamos a producir y cómo vamos hacerlo es oportuno preguntar: ¿Cuánto nos va costar producir? Y ¿Qué cantidad de ingresos recibiremos?

#### 4.2.2.1. Costos de producción

Son todas las erogaciones que intervienen directamente en el proceso de transformación de la materia prima, los costos se clasifican en directos e indirectos.

##### 4.2.2.1.1. Materia prima

Son todos los materiales que interviene en el proceso de producción y que sufren una transformación, que en el caso del presente estudio serán:

**Tabla XXXI: MATERIA PRIMA**

	<b>COSTO VARIABLE (USD)</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
<b>Materia Prima</b>		
Maracuyá	27.720,00	27.720,00

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

El precio de la fruta fresca de maracuyá que es el principal material para el proyecto será de 0.35 centavos de dólar por kilogramo el mismo que será para el primer año ya que la fruta se cultiva todo el año, lo que facilita la negociación con los productores de la fruta para mantener el precio constante.

##### 4.2.2.1.2. Mano de obra directa

Son aquellos que se utilizan para transformar la materia prima en producto terminado.

**Tabla XXXII: MANO DE OBRA DIRECTA  
CUADRO DE REMUNERACIONES AÑO 2011**

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>REM. BAS</b>	<b>13° S</b>	<b>14° S</b>	<b>AP. PAT ANUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sr. Andrés Cargua	Obrero	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 384,91	\$ 4.080,91
Sr. José Guerra	Obrero	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 384,91	\$ 4.080,91
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 8.161,82</b>

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.2.3. Gastos administrativos

Son aquellos costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa, por ejemplo:

- ✓ Los sueldos y salarios del personal administrativo,
- ✓ Los gastos de suministros de oficina,
- ✓ Material de limpieza,
- ✓ Medicinas
- ✓ Servicios básicos, etc.

#### 4.2.3.1. Sueldos del personal administrativo

**Tabla XXXIII: SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO  
CUADRO DE REMUNERACIONES AÑO 2011**

NOMBRE	CARGO	REM. BAS	13º S	14º S	AP. PAT	ANUAL
Ing. Natalia Layedra	Gerente General	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 1.166,4	\$11.830,4
Lic. Andrea Sánchez	Secretaria-Contadora	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 264,00	\$ 874,8	\$ 8.938,8
Ing. Guillermo Layedra	Gerente de exportación y Logística	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 264,00	\$ 874,8	\$ 8.938,8
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 29.708,0</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.2.3.2. Amortización de activos diferidos

**Tabla XXXIV: AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS**

RUBRO	VALOR	% DEPREC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL
Gasto de Constitución	\$800,00	20,00%	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$0,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.2.4. Gasto de ventas

Los gastos de venta son aquellos en que la empresa incurre para distribuir efectivamente su producto. Y son los siguientes:

#### 4.2.4.1. Sueldo de personal de ventas

Tabla XXXV: SUELDO PERSONAL VENTAS

CUADRO DE REMUNERACIONES AÑO 2011						
NOMBRE	CARGO	REM.BAS	13º S	14º S	AP. PAT	ANUAL
Ing. Luisa Ortiz	Jefe de Ventas	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 729,00	\$ 7.493,00
Sr. Joaquín Mina	Chofer	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 437,4	\$ 4.601,40
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 12.094,40</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.2.5. Determinación de los volúmenes de exportación

Tabla XXXVI: PARÁMETROS DE DETERMINACIÓN DE VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN

	ANUAL	MENSUAL
Capacidad Exportable en Kg	72.000 kg	6.000 kg
Unidades de Cotización	tambores	
Cada Unidad de Cotización	250 kg	
Numero de tambores	288	24
Contenedores LCL de 20 pies	12	1

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Utilizando los parámetros establecidos a continuación se detalla la evolución de compras de la materia prima durante el periodo de estudio, en este caso kilogramos de maracuyá fresco, tomando un margen de desperdicio del producto, ya que no siempre se va a tener todas las frutas en buen estado; el rendimiento de la fruta para convertirlo en un kilogramo de concentrado es de un 3%, esa producción se envasará en tambores de 250 Kg de concentrado y a su vez se exportará en contenedores de 20', el mismo que tiene una capacidad para 50 tambores de concentrado.

##### 4.2.5.1. Distribución física internacional

Los costos de exportación del proyecto serán cancelados por el comprador dependiendo del Incoterm que sea elegido para realizar la compra del concentrado de maracuyá.

- ✓ País de Destino: España
- ✓ Términos: FOB – Esmeraldas
- ✓ Transporte: Marítimo



- ✓ Peso Neto por cada contenedor: 6 TM
- ✓ Forma de Pago: Carta de crédito irrevocable confirmada a la vista

#### 4.2.6. Gastos de Exportación

Tabla XXXVII: GASTOS DE EXPORTACION

GASTOS DE EXPORTACIÓN	COSTO (USD)
Flete interno	400,00
THC	130,00
Documentos de exportación	35,00
Antinarcóticos	100,00
Arriendo del contenedor	60,00
Carga y estiba del contenedor	15,00
Almacenaje puerto de esmeraldas (3 días)	8,00
Aforo físico	100,00
Notificación pre embarque	10,00
Carga muelle -plataforma	20,00
B/L	30,00
Palatización	96,00
CORPEI	32,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.036,00</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

##### 4.2.6.1. Flete interno

Este transporte servirá para trasladar la mercadería, desde la bodega de la empresa ubicada en la ciudad de Santo Domingo hasta el puerto de Esmeraldas, lo que se realizará mediante un contenedor refrigerado que será alquilado por la cantidad de \$400, el flete. El flete marítimo el importador lo paga en el puerto de destino (collect)

##### 4.2.6.2. THC

Terminal Handling Charge es el cargo por manipulación de la terminal portuaria. Este acrónimo por sus iniciales en inglés se emplea en comercio exterior, en especial en la contratación de fletes marítimos o fluviales para adicionar al mismo el coste de la puesta a bordo de la mercancía a transportar el mismo que asciende a \$ 130,00 por exportación.

### 4.2.6.3. Antinarcóticos

Este servicio no tiene costo alguno, cuando el importador requiera de un certificado de antinarcóticos se recurrirá a los servicios de un agente afianzado de aduana

### 4.2.6.4. Documentos de exportación

Los costos de los documentos utilizados para realizar la exportación son los siguientes:

**Tabla XXXVIII: DOCUMENTOS UTILIZADOS EN LA EXPORTACION**

<b>DOCUMENTOS</b>	<b>COSTO (USD)</b>
Certificado de origen	10,00
Factura comercial	2,00
Certificado fitosanitario	18,00
Lista de empaque	5,00
<b>Total</b>	<b>35,00</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 4.2.6.5. Agente afianzado

El agente afianzado de aduanas nos ayudara a ingresar al sistema informático de aduanas (SICE), cuyo precio por cada exportación a consumo es de \$ 100,00.

### 4.2.6.6. Carga y estiba del contenedor

Para ordenar la carga en los contenedores se pagará individualmente.

**Tabla XXXIX: CARGA Y ESTIBA**

<b>CONTENEDOR</b>	<b>NUMERO DE CONTENEDOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos por estiba \$ 15 * cada contenedor	1	\$15,00	\$ 15,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 4.2.6.7. Arriendo del contenedor

El alquiler de los contenedores se los realizará dependiendo del número de días que se utilizará dichos contenedores y del número de contenedores que se necesiten para el producto.

**Tabla XL: ARRIENDO DEL CONTENEDOR**

<b>ARRIENDO CONTENEDOR</b>	<b>NUMERO DE CONTENEDOR</b>	<b>DÍAS</b>	<b>TOTAL</b>
\$ 2,00	1	30	\$ 60,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### **4.2.6.8. Almacenaje**

Es el costo en el que se incurre por mantener el producto en bodegas en tránsito (estatales o privadas); en este caso será el pago que se hará por el alquiler de bodega Autoridad Portuaria de Esmeraldas (almacenaje local previo al embarque) en el muelle y se la utilizará 3 días. El costo por almacenaje tiene un valor de \$ 8,00 por contenedor.

#### **4.2.6.9. Aforo físico**

Aforo físico es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual, la aduana reconoce físicamente las mercancías para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria el cual tiene un costo aproximadamente de \$100,00.

#### **4.2.6.10. Notificación pre embarque**

Estos gastos se realizan para notificar al importador el pre embarque de la mercancía que es de \$10 por cada exportación.

#### **4.2.6.11. Carga muelle – plataforma.**

Es el traslado que se realiza desde la bodega del muelle a la plataforma del barco cuyo costo es de \$20 por cada contenedor.

#### **4.2.6.12. Bill of lading**

El Bill of lading tienen un costo de aproximadamente \$ 30,00 por cada exportación

#### **4.2.6.13. Paletización**

Se ha escogido el europalet cuyas dimensiones son 1200 x 800 mm en el cual entran 3 tambores de 250 kg cada uno, para exportar los 24 tambores mensuales establecidos para el primer año de exportación se necesita 8 palets con un valor de \$ 12,00 cada uno

#### **4.2.7. Gastos financieros**

Son los que se generan el momento de financiar la deuda total del proyecto con terceros, entre estos están los intereses que deben ser pagados en relación al capital obtenidos en el préstamo.

**Tabla XLI: GASTO FINANCIERO**

<b>AÑOS</b>	<b>INTERES</b>
1	4.800,00
2	4.044,43
3	3.198,20
4	2.250,42
5	1.188,90
<b>TOTAL INTERESES</b>	<b>15.481,95</b>
<b>TOTAL DEUDA</b>	<b>40.000,00</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>55.481,95</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### **4.2.7.1. Depreciaciones y mantenimiento**

Estos costos se generan en los gastos administrativos, gastos de ventas y costos de producción y afectan a los activos fijos existentes en el proyecto.

#### **4.2.7.1.1. Depreciaciones**

Es el desgaste que sufren todos los activos a través de los años, hasta que en un tiempo determinado quedan obsoletos. Y para esto se calcula por medio del método de línea recta, el que divide el valor en libros por los años de vida útil para sacar la depreciación anual y el cual se restará al valor en libros según el año en curso del proyecto.

Tabla XLII: DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS

RUBRO	VALOR (USD)	% DEPREC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL (USD)
Infraestructura	39.200,00	5%	1.960,00	1.960,00	1.960,00	1.960,00	1.960,00	29.400,00
Despulpadora de frutas	1.209,60	10%	120,96	120,96	120,96	120,96	120,96	604,80
Cuarto frio	11.356,00	10%	1.135,60	1.135,60	1.135,60	1.135,60	1.135,60	5.678,00
Marmita a gas esférica 40 gl	2.385,60	10%	238,56	238,56	238,56	238,56	238,56	1.192,80
Balanza mixta	219,52	10%	21,95	21,95	21,95	21,95	21,95	109,76
Empacadora y selladora semi automática	5.566,40	10%	556,64	556,64	556,64	556,64	556,64	2.783,20
Mesa de trabajo	873,60	10%	87,36	87,36	87,36	87,36	87,36	436,80
Mesa de lavado	806,40	10%	80,64	80,64	80,64	80,64	80,64	403,20
Peachimetro	146,72	10%	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67	73,36
Refractómetro	268,80	10%	26,88	26,88	26,88	26,88	26,88	134,40
Termómetro	16,80	10%	1,68	1,68	1,68	1,68	1,68	8,40
Bandas transportadoras	600,00	10%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
Bomba de agua	490,00	10%	49,00	49,00	49,00	49,00	49,00	245,00
Tanque de acero	59,56	10%	5,96	5,96	5,96	5,96	5,96	29,78
Carretillas	200,00	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
Tinas y baldes	500,00	10%	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Gavetas caladas	360,00	10%	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	180,00
Cuchillos	120,00	10%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00
Camión	23.000,00	20%	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	0,00
Computadoras	3.200,00	33%	1.066,56	1.066,56	1.066,56	0,00	0,00	0,00
Impresora multifunción	770,00	33%	256,64	256,64	256,64	0,00	0,00	0,00
Teléfono	450,00	10%	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	225,00
Escritorio	600,00	10%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
Archivador Metálico	300,00	10%	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
Mesa de reunión	210,00	10%	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	105,00
Sillas	250,00	10%	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.582,10</b>	<b>10.582,10</b>	<b>10.582,10</b>	<b>9.258,90</b>	<b>9.258,90</b>	<b>42.894,50</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.2.7.2. Matriz de costos

Los costos incurridos en el primer año son:

Tabla XLIII: MATRIZ DE COSTOS

	<b>COSTO FIJO (USD)</b>	<b>COSTO VARIABLE (USD)</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
Materia Prima			33.480,00
<b>Maracuyá</b>		27.720,00	
Materiales Directos			
<b>Tambores de 250kg</b>		5.760,00	
Mano de Obra			8.161,82
<b>Mano de Obra</b>	8.161,82		
Costos Indirectos de Fabricación			11.422,10
<b>Depreciación</b>	10.582,10		
<b>Amortización</b>	0,00		
<b>Energía Eléctrica</b>	840,00		
<b>Mantenimiento</b>	1.200,00		
<b>Combustible</b>	1.200,00		
Gastos Administrativos			29.888,00
<b>Sueldos</b>	29.708,00		
<b>Servicios Básicos</b>	180,00		
Gastos de Ventas			12.274,40
<b>Sueldos</b>	12.094,40		
<b>Servicios Básicos</b>	180,00		
Gastos de Exportación			12.432,00
<b>Flete Interno</b>	4.800,00		
<b>THC</b>	1.560,00		
<b>documentos de exportación</b>	420,00		
<b>antinarcóticos</b>	1.200,00		
<b>arriendo del contenedor</b>	720,00		
<b>carga y estiba del contenedor</b>	180,00		
<b>almacenaje puerto de esmeraldas (3 días)</b>	96,00		
<b>aforo físico</b>	1.200,00		
<b>notificación pre embarque</b>	120,00		
<b>carga muelle -plataforma</b>	240,00		
<b>B/L</b>	360,00		
<b>Paletización</b>	1.152,00		
<b>CORPEI</b>	384,00		
Gasto Financiero			4.800,00
<b>Interés Bancario</b>	4.800,00		
Total	<b>81.378,33</b>	<b>33.480,00</b>	<b>112.458,33</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 4.3.Ingresos

Una vez que hemos determinado el costo de producción total se procede a estimar los ingresos del proyecto, para lo cual se ha tomado el nivel de producción multiplicado por el valor propuesto para obtener las ventas anuales

**Tabla XLIV: INGRESOS**

<b>INGRESOS</b>	
Producto <b>Concentrado de Maracuyá</b>	72.000 kg
Precio FOB <b>Concentrado de Maracuyá (kilos)</b>	\$ 2,13
Ventas <b>Concentrado de Maracuyá</b>	\$ 153.360,00

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 4.4.Evaluación financiera del proyecto

EL objetivo de la evaluación de proyectos es determinar el menor o mayor grado de mérito de acción de asignar recursos de capital a determinada inversión. El objetivo desde el punto de vista privado, es en última instancia determinar el mérito de un proyecto, estudiándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implantación del proyecto.

#### 4.4.1. Estado de situación inicial

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa de un momento dado”<sup>30</sup>

Puede también ser identificado como Estado de Situación Financiera, Balance General o Estado de Activos, Pasivos y Patrimonio, en donde se registran las siguientes cuentas:

- ✓ Activo: Constituyen todos los bienes y recursos que la empresa tiene, pueden ser tangibles e intangibles.
- ✓ Pasivos: Son todas las obligaciones que la empresa mantiene con terceros, o sea todas las deudas de la empresa, sean estas a corto o largo plazo.
- ✓ Patrimonio: Es el capital social con que cuenta la empresa.

<sup>30</sup> ZAPATA SANCHEZ Pedro, Contabilidad General, Quinta Edición, Pag.74

**Tabla XLV: ESTADO DE SITUACION INICIAL**  
**ESTADO DE SITUACION INICIAL**

ESTADO DE SITUACION INICIAL					
Activo				<b>Pasivo</b>	
Corriente		\$ 20.041,79		<b>Pasivo Corriente</b>	\$ 6.296,39
<b>Caja</b>	\$20.041,79			Pasivo a Largo Plazo	\$ 33.703,61
Fijo		\$ 97.159,00			
<b>Terreno</b>	\$ 4.000,00				
<b>Infraestructura</b>	\$39.200,00				
<b>Maquinaria</b>	\$25.179,00			<b>Patrimonio</b>	
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 1.360,00			<b>Capital</b>	\$ 78.000,79
<b>Equipo de cómputo</b>	\$ 4.420,00			Accionista 1	\$ 39.000,39
<b>Vehículo</b>	\$23.000,00			Accionista 2	\$ 39.000,39
Intangible		\$ 800,00			
<b>Gasto de Constitución</b>	\$800,00				
Total Activos		<b>\$118.000,79</b>		<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$118.000,79</b>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.4.2. Estado de resultados

“Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado”<sup>31</sup>

El estado de resultados es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de ingresos, costos y gastos resultantes en un periodo determinado

<sup>31</sup> ZAPATA SANCHEZ Pedro, Contabilidad General Mc Gra Hill, Quinta Edición, Pag.73



**Tabla XLVI: ESTADO DE RESULTADOS**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	\$ 153.360,00	\$ 161.028,00	\$ 169.079,40	\$177.533,37	\$186.410,04
Otros Ingresos					\$ 42.894,50
Costo de Producción	\$ 53.063,93	\$ 55.717,12	\$ 58.502,98	\$ 61.428,13	\$ 64.499,53
Utilidad Bruta	\$ 100.296,08	\$105.310,88	\$ 110.576,42	\$116.105,24	\$164.805,01
Gastos Administrativo	\$ 29.888,00	\$ 31.382,40	\$ 32.951,52	\$ 34.599,10	\$ 36.329,05
Gasto de Ventas	\$ 12.274,40	\$ 12.888,12	\$ 13.532,53	\$ 14.209,15	\$ 14.919,61
Gasto Financiero	\$ 4.800,00	\$ 4.044,43	\$ 3.198,20	\$ 2.250,42	\$ 1.188,90
Gastos de Exportación	\$ 12.432,00	\$ 13.053,60	\$ 13.706,28	\$ 14.391,59	\$ 15.111,17
Utilidad antes de PT	\$ 40.901,68	\$ 43.942,33	\$ 47.187,90	\$ 50.654,99	\$ 97.256,27
Participación a Trabajadores	\$ 6.135,25	\$ 6.591,35	\$ 7.078,18	\$ 7.598,25	\$ 14.588,44
Utilidad antes IR	\$ 34.766,42	\$ 37.350,98	\$ 40.109,71	\$ 43.056,74	\$ 82.667,83
Impuesto a la Renta	\$ 8.691,61	\$ 9.337,74	\$ 10.027,43	\$ 10.764,18	\$ 20.666,96
Utilidad Neta	\$ 26.074,82	\$ 28.013,23	\$ 30.082,29	\$ 32.292,55	\$62.000,87

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.4.3. Flujo de caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectúa sobre los resultados que en ella se determinen. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

“La estructuración del flujo de caja busca medir la rentabilidad de la inversión y de los recursos propios, este se elabora para toda la vida útil del proyecto, en el mismo se considera todos los ingresos y gastos reales en los cuales incurre el mismo, los que constituyen el flujo de efectivo, los gastos no desembolsables como ya dijimos la depreciación y amortización suman porque son cargos contables que no significan salida de dinero y se utilizan para fines deducibles de tributación, este mecanismo permite que el proyecto recupere la inversión realizada en cualquiera de sus fases.”<sup>32</sup>

A continuación se presenta el flujo de caja proyectado a 5 años:

<sup>32</sup> BARRENO Luís. “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”. Quito 2004

**Tabla XLVII: FLUJO DE CAJA**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas		\$153.360,00	\$ 161.028,00	\$ 169.079,40	\$177.533,37	\$186.410,04
Valor de Salvamento						\$ 42.894,50
Costo de Producción		\$ 53.063,93	\$ 55.717,12	\$ 58.502,98	\$ 61.428,13	\$ 64.499,53
Utilidad Bruta		\$100.296,08	\$ 105.310,88	\$ 110.576,42	\$116.105,24	\$164.805,01
Gastos administrativo		\$ 29.888,00	\$ 31.382,40	\$ 32.951,52	\$ 34.599,10	\$ 36.329,05
Gasto de Ventas		\$ 12.274,40	\$ 12.888,12	\$ 13.532,53	\$ 14.209,15	\$ 14.919,61
Gasto Financiero		\$ 4.800,00	\$ 4.044,43	\$ 3.198,20	\$ 2.250,42	\$ 1.188,90
Gastos de exportación		\$ 12.432,00	\$ 13.053,60	\$ 13.706,28	\$ 14.391,59	\$ 15.111,17
Utilidad antes de PT		\$ 40.901,68	\$ 43.942,33	\$ 47.187,90	\$ 50.654,99	\$ 97.256,27
Participación a Trabajadores		\$ 6.135,25	\$ 6.591,35	\$ 7.078,18	\$ 7.598,25	\$ 14.588,44
Utilidad antes IR		\$ 34.766,42	\$ 37.350,98	\$ 40.109,71	\$ 43.056,74	\$ 82.667,83
Impuesto a la Renta		\$ 8.691,61	\$ 9.337,74	\$ 10.027,43	\$ 10.764,18	\$ 20.666,96
Utilidad Neta		\$ 26.074,82	\$ 28.013,23	\$ 30.082,29	\$ 32.292,55	\$ 62.000,87
Depreciación		\$ 10.582,10	\$ 10.582,10	\$ 10.582,10	\$ 9.258,90	\$ 9.258,90
Amortización		\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Amortización Bancaria		\$ 6.296,39	\$ 7.051,96	\$ 7.898,19	\$ 8.845,97	\$ 9.907,49
Inversión Fija	-\$97.159,00					
Inversión intangible	-\$ 800,00					
Capital de Trabajo	-\$ 20.041,79					
Rec. Cap. Trabajo						\$ 20.041,79
Flujo de Caja	-\$ 118.000,79	\$ 30.520,53	\$ 31.703,38	\$ 32.926,20	\$ 32.865,48	\$ 81.554,07

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.4.4. Valor actual neto<sup>33</sup>

El valor actual neto (VAN) determina la recuperación de la inversión realizada, en donde se consideran los flujos netos actualizados menos la inversión inicial, traídos a su valor equivalente en el año cero.

Cuando el VAN tiene un resultado negativo, indica que la inversión no se recupera; cuando el VAN es igual cero, significa que se recuperará lo invertido; y, cuando el VAN es positivo es un reflejo que la tasa de rendimiento es mayor al costo de oportunidad. Vale recalcar que el VAN no es indicador de rentabilidad, es el valor presente neto que va a tener acumulado el inversionista luego de haber recuperado la inversión inicial.

Tabla XLVIII: VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-118.000,79	1	-118.000,79	-118.000,79
1	30.520,53	0,909090909	27.745,94	-90.254,85
2	31.703,38	0,826446281	26.201,14	-64.053,71
3	32.926,20	0,751314801	24.737,94	-39.315,77
4	32.865,48	0,683013455	22.447,56	-16.868,21
5	81.554,07	0,620921323	50.638,66	33.770,45
<b>VAN</b>	<b>\$ 33.770,45</b>	<b>Tasa de descuento</b>	<b>10,00%</b>	

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Debido a que el VAN es mayor que cero el inversionista ha recuperado su inversión inicial, lo que quiere decir que el proyecto es viable.

#### 4.4.5. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es aquella tasa de interés que iguala el valor actualizado del flujo de los ingresos con el valor actualizado del flujo de los costos, en otras palabras es la tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero.

<sup>33</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)

**Tabla XLIX: TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-118.000,79	1	-118.000,79	-118.000,79
1	30.520,53	0,909090909	27.745,94	-90.254,85
2	31.703,38	0,826446281	26.201,14	-64.053,71
3	32.926,20	0,751314801	24.737,94	-39.315,77
4	32.865,48	0,683013455	22.447,56	-16.868,21
5	81.554,07	0,620921323	50.638,66	33.770,45
<b>VAN</b>	<b>\$ 33.770,45</b>	<b>Tasa de descuento</b>	<b>10,00%</b>	

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-118.000,79	1	-118.000,79	-118.000,79
1	30.520,53	0,840972164	256.66,92	-92.333,87
2	31.703,38	0,707234180	22.421,71	-69.912,16
3	32.926,20	0,594764259	19.583,32	-50.328,83
4	32.865,48	0,500180186	16.438,66	-33.890,17
5	81.554,07	0,420637613	34.304,71	414,54

<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Tasa de descuento</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">18,91%</td> </tr> </table>				<b>Tasa de descuento</b>		18,91%	
<b>Tasa de descuento</b>							
18,91%							
TIR	$t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$						
TIR	10,00%	9%	\$ 1,01				
TIR	10,00%	\$ 0,09					
<b>TIR</b>	<b>19%</b>						

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

#### 4.4.6. Periodo de recuperación del capital

El cálculo del período de recuperación está dado por la sumatoria de los flujos en valor neto actual hasta el período en que esta sumatoria sea exactamente igual o superior a la inversión inicial, como se puede observar en el siguiente cuadro:

**Tabla L: PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>PRI</b>
0	-118.000,79	-\$ 118.000,79
1	30.520,53	-\$ 87.480,26
2	31.703,38	-\$ 55.776,88
3	32.926,20	-\$ 22.850,68
4	32.865,48	\$ 10.014,80
5	81.554,07	
<b>Años</b>	<b>3</b>	
<b>meses</b>	<b>8</b>	

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

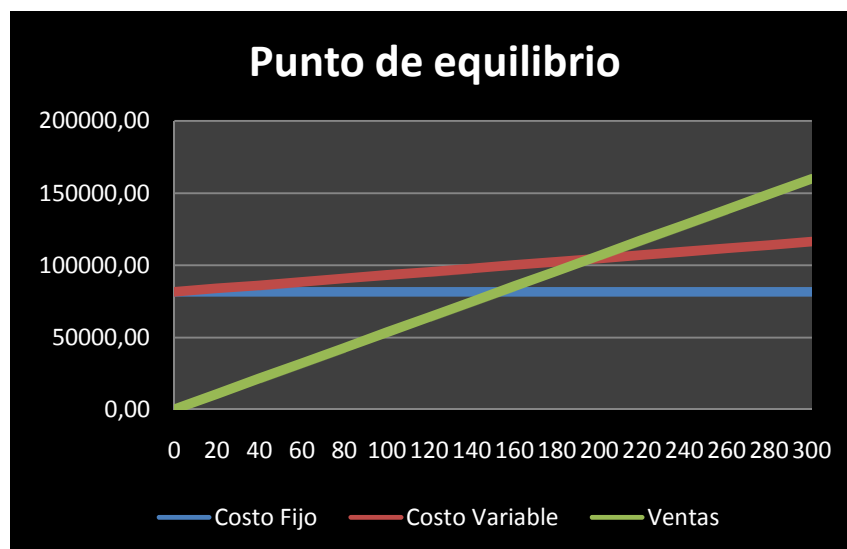
Como se puede ver la inversión inicial se recuperaría en 3 años 8 meses

#### 4.4.7. Punto de equilibrio <sup>34</sup>

El punto de equilibrio (PE) indica el volumen de ventas o de producción mínima requerida en una empresa para que no exista pérdida en el proyecto. Es decir donde son exactamente iguales los beneficios por ventas y la suma de los costos fijos y los costos variables. Es necesario indicar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que es una importante referencia que debe tenerse en cuenta.

La obtención del punto de equilibrio se detalla con las siguientes fórmulas:

<sup>34</sup><http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>



**Figura 7:** Punto de equilibrio

#### 4.4.8. Índices financieros

El análisis de los índices financieros no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Los índices financieros son herramientas de análisis que permiten observar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa.

Para el cálculo de los índices financieros se ha considerado el primer año de producción normal:

✓ **Índice de endeudamiento**

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\frac{33703,61}{137779,27} = 24\%$$

Mide la porción de activos financiados por deuda. Indica la razón o porcentaje que representa el total de las deudas de la empresa con relación a los recursos de que dispone para satisfacerlos.

✓ **Rentabilidad sobre las ventas**

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\frac{100296,08}{153360,00} = 65,40\%$$

Refleja la proporción que las utilidades brutas obtenidas representan con relación a las ventas netas que las producen.

✓ **Índice de liquidez**

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\frac{50562,32}{7051,96} = 7$$

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones de corto plazo con sus activos más líquidos.

✓ **Rentabilidad sobre las ventas**

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\frac{26074,82}{153360,00} = 17\%$$

Mide la razón o por ciento que la utilidad neta representa con relación a las ventas netas que se analizan, o sea, mide la facilidad de convertir las ventas en utilidad

✓ **Rentabilidad sobre inversión**

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos}}$$

$$\frac{26074,82}{13779,21} = 19\%$$

Mide el retorno obtenido por cada dólar invertido en activos.



## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA PLAN DE EXPORTACION**

#### **5.1.Introducción**

El Ecuador participa, desde hace varios años, en el proceso mundial de apertura económica de los países y de liberación del comercio internacional. Sin embargo, no ha definido todavía a la interdependencia internacional como uno de los grandes objetivos nacionales de desarrollo y peor aún, en la práctica, no ha considerado el mejoramiento cualitativo y cuantitativo de las exportaciones y de la selección de las importaciones, como mecanismos fundamentales para llegar a la interdependencia económica y al bienestar de la población.

La exportación es el fruto de la competitividad de las empresas, apoyada por la acción de los gobiernos y pueblos en las negociaciones internacionales.

La competitividad supone que el producto debe ser el mejor, en calidad; relativamente mas barato, en precio ; en cuanto a la cantidad debe ser suficiente para satisfacer la demanda externa durante un tiempo previsto; el que primero llega al mercado, en cuanto a oportunidad de venta; y, en los casos respectivos, el que ofrece garantías suficientes y satisfactorio servicio post-venta.

Por lo tanto, la exportación no es una tarea que involucre solo a los exportadores, sino que compromete la acción de todas las personas de un país, en la medida en que necesita, entre

muchos elementos; recursos naturales, inversión nacional y extranjera suficiente, materias primas nacionales o importadas que cumplan con altas exigencias de calidad, mano de obra calificada y especializada para dar la mas alta productividad, maquinaria y equipo con la tecnología apropiada, gerencia y administración eficiente e informada; además, servicios suficientes, baratos y oportunos de: transporte, telecomunicaciones, correos, energía, financiamiento, agua potable y otros; promoción externa técnica, constante, intensa y orientada.

La actividad exportadora necesita apoyo gubernamental interno y externo, básicamente con la estabilidad política y de la política económica, marco legal sencillo y vigente en el largo plazo, sistema institucional ágil, construcción de infraestructura, dotación de servicios, negociación internacional conveniente, seguimiento y revisión oportuna de los acuerdos internacionales; promoción nacional.<sup>35</sup>

En todo este ámbito, es necesaria la transparencia como sistema de acción constante, que declare a la exportación como prioridad nacional, que así la trate y que evite: dictar leyes que no se cumplen o se modifiquen continuamente, aprobar reglamentos que contradicen o neutralicen el espíritu de la ley, anunciar medidas que no se toman, cobrar impuestos anticipados o tasa por servicios que no se prestan, reducir unos tributos pero compensarlos con otras cargas, difundir estadísticas no confiables o no publicar las necesidades.

Pero también se necesita en el ámbito privado, el fortalecimiento de las organizaciones nacionales de productores, trabajadores, y exportadores; la modernización de las empresas en sus gerencias, mano de obra y maquinarias; la cooperación entre empresas, para aprovechar la homologación de las normas y procesos industriales, conocimiento de los mercados, demandas superiores al potencial de producción individual, información técnica y comercial, tarifas reducidas de fletes por transporte masivo, representaciones conjuntas, publicidad compartida y otras formas de ganar competitividad. Es importante cada centavo ahorrado en el costo, cada

---

<sup>35</sup> LUIS LUNA OSORIO, "Competir en el mundo y exportar", Primera edición, Quito 1995, pág. 165

punto más de productividad, cada minuto reducido en el tiempo de entrega y cada nuevo proceso y diseño generado por el uso de cualquiera de los factores determinantes del grado de competitividad, porque son tantos los competidores y tan pocos los mercados realmente atractivos, que es vital cualquier forma de aumentar la competencia.

### **5.1.1. Pasión con sabor ecuatoriano<sup>36</sup>**

Conocida como fruta de la pasión, el maracuyá ecuatoriano es cada vez más apetecido en el mercado mundial por su exquisito sabor y la adecuada acidez de la fruta.

Ecuador posee ventajas comparativas para la producción de maracuyá, convirtiéndolo en uno de los más grandes productores mundiales de esta fruta. De hecho, el privilegiado clima tropical ecuatoriano permite que exista una cosecha ininterrumpida durante todo el año.

### **5.1.2. Desarrollo del sector**

Con una participación dominante en el mercado mundial, Ecuador es el principal proveedor de concentrado (50° Brix) y jugo (14°/15° Brix) de maracuyá. Adicionalmente, aunque en menor proporción, se exporta la fruta fresca, las semillas e incluso el aroma.

En el Ecuador esta fruta está disponible durante todo el año, gracias a que las condiciones climáticas y del suelo son altamente propicias, debido a la ventaja comparativa que posee Ecuador en su producción, la maracuyá es una fruta de fácil acceso y que tiene un bajo precio. Su cultivo se encuentra localizado en la franja costera del país, específicamente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santo Domingo de los Tsáchilas.

En Ecuador existen varias modernas plantas que procesan la fruta para obtener el concentrado y/o jugo de maracuyá. Las plantas cuentan con especialistas que llevan un riguroso control del proceso, para garantizar a sus clientes un producto de la más alta calidad. El procesamiento se realiza bajo las normas de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos y la AIJN (Association of the Industry of Juices and Nectars from Fruits and Vegetables of the EU) de la Unión Europea.

---

<sup>36</sup> <http://www.ecuadorcocoaarriba.com/contenido.ks?contenidold=1191>

Así, calificado como productor de clase A, Ecuador provee este producto a las más prestigiosas embotelladoras de la industria de jugos en el mundo, como ingrediente para elaborar mezclas de jugos tropicales y bebida de maracuyá.

## **5.2.Requisitos para exportar**

### **5.2.1. Declaración de Exportación.**

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se tramita la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- ✓ RUC de exportador.
- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- ✓ Documento de Transporte.

### **5.2.2. Trámite.**

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

#### **✓ Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la

Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

✓ **Fase Post-Embarque**

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- ✓ DAU impresa.
- ✓ Orden de Embarque impresa.

- ✓ Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- ✓ Documento(s) de Transporte.
- ✓ Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- ✓ Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- ✓ CORPEI.

### 5.2.3. Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos

- ✓ Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- ✓ Para los regímenes especiales.

## Procedimiento Exportaciones



Figura 8: Procedimiento exportaciones

#### 5.2.4. Requisitos en la ADUANA para ser Exportador

- ✓ Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- ✓ Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- ✓ El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
  - ✓ Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
  - ✓ Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

### 5.3. Marketing mix

Partiremos diciendo que el plan de Marketing es considerado por los expertos como un documento de trabajo escrito que detalla acciones específicas de marketing dirigida a objetivos específicos dentro del marco de trabajo de un determinado ambiente de mercado.<sup>37</sup>

El marketing mix, es la estrategia de penetración o desarrollo de un mercado, en el exterior. Combina la toma de decisiones con respecto al producto, precio, promoción y plaza (distribución).

#### 5.3.1. Producto<sup>38</sup>

El concentrado de maracuyá se envasa en fundas plásticas selladas y protegidas en tambores metálicos, almacenados en cuartos fríos para prolongar el periodo de conservación.

**Tabla LI: INFORMACION DEL PRODUCTO  
TAMBOR DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ**

Peso bruto por unidad*	267Kg
Peso neto por unidad*	250 kg
Peso volumétrico*	290,95 kg

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>37</sup>FARELL, Hartline; Estrategia de marketing, segunda edición, Madrid,2004, pág. 123

<sup>38</sup><http://www.suite101.net/content/producto-precio-promocion-y-distribucion-a6240>

\*Peso bruto: peso de la mercancía más el empaque.- concentrado de maracuyá + tambor metálico

\*Peso neto: peso de la mercancía sin el empaque.- concentrado de maracuyá.

\*Peso volumétrico: según los estándares de transporte internacional se lo conoce también como peso volumen o también llamado factor estiba para respectivos cobros tarifarios. Según normas de tráfico internacional el factor estiba nos ayuda a diferenciar los diferentes pesos volumétricos de los diferentes medios de transporte.

Las convenciones internacionales manejan las siguientes relaciones peso- volumen:

**Tabla LII: FACTOR ESTIBA**

<b>FACTOR ESTIBA</b>	
Avión	6m <sup>3</sup>
Barco	1m <sup>3</sup>
Ferrocarril	4m <sup>3</sup>
Carretera	2,5m <sup>3</sup>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

La ecuación que nos permite el cálculo del peso volumétrico es la siguiente:

$$PV = \frac{\# \text{ piezas} * \text{alto} * \text{ancho} * \text{largo}}{\text{factor estiba}}$$

Reemplazando quedaría:

$$PV = \frac{1 * 57.5 * 57.5 * 88}{1000}$$

$$PV = \frac{290950}{1000}$$

$$PV = 290,95 \text{ kg}$$



Las dimensiones de un tambor metálico de 250 kg son:<sup>39</sup>



DIMENSIONES	VALOR (cm)
Altura	88 cm
Diámetro	57,5 cm

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

Conociendo el Peso Bruto, Peso Neto y Peso Volumétrico se puede saber con claridad el peso total de los 24 tambores que se exportaran en un contenedor de 20 pies LCL. Teniendo así:

**Tabla LIII: PESO TOTAL DE LOS TAMBORES**

24 TAMBORES	PESO BRUTO (TM)	PESO NETO (TM)	PESO VOLUMÉTRICO (TM)	CONTENEDOR DE 20 PIES (TM)	CONTENEDOR DE 20 PIES (M <sup>3</sup> )
	6,4	6	6,98	20	33

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

<sup>39</sup> [www.repsalas.com](http://www.repsalas.com)

### 5.3.1.1. Dimensiones de Contenedores

Tabla LIV: DIMENSIONES DE CONTENEDORES<sup>40</sup>

	20 pies, 20' x 8' x 8'6"	40 pies, 40' x 8' x 8'6"	40 pies High Cube, 40' x 8' x 9'6"
Tara	2.300 kg / 5.070 lb	3.750 kg / 8.265 lb	3.940 kg / 8.685 lb
Carga máxima	28.180 kg / 62.130 lb	28.750 kg / 63.385 lb	28.560 kg / 62.965 lb
Peso bruto	30.480 kg / 67.200 lb	32.500 kg / 71.650 lb	32.500 kg / 71.650 lb
Uso más frecuente	Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc.	Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc.	Especial para cargas voluminosas: tabaco, carbón.
Largo	5.898 mm / 19'4"	12.025 mm / 39'6"	12.032 mm / 39'6"
Ancho	2.352 mm / 7'9"	2.352 mm / 7'9"	2.352 mm / 7'9"
Altura	2.393 mm / 7'10"	2.393 mm / 7'10"	2.698 mm / 8'10"
Capacidad	32,6 m <sup>3</sup> / 1.172 ft <sup>3</sup>	67,7 m <sup>3</sup> / 2.390 ft <sup>3</sup>	76,4 m <sup>3</sup> / 2.700 ft <sup>3</sup>

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 5.3.1.2. Paletizacion<sup>41</sup>

El paletizado es la acción y efecto de disponer mercancía sobre un palé para su almacenaje y transporte. La carga de un palé se puede realizar a mano, si bien no es el sistema más usual. En muchos países el peso máximo de un paquete que puede ser manipulado a mano es de 25 kg y está, cada vez más, limitado a 15 kg para adaptarse a las limitaciones femeninas y prevenir las paradas de trabajo por dolores de espalda y otras dolencias. Lo más habitual es manipular las cargas mecánicamente.

#### Manipulaciones mecánicas de la carga

- ✓ Para los paquetes paletizados, el medio de manipulación más básico es la transpaleta. Se trata de un instrumento de manejo manual con horquillas que eleva la carga tan sólo unos centímetros, lo justo para moverla de sitio. La medida máxima entre las horquillas es de 12 a 15 dm.
- ✓ El apilador es una evolución de la transpaleta que dispone de dos horquillas inferiores fijas y dos móviles. Permite superponer al menos dos palés, quedando la parte fija a la

<sup>40</sup> www.wikipedia.com

<sup>41</sup> Manual de comercio exterior, Joan Chabert págs. 83,84,85

altura del suelo. Por ello, sólo se puede utilizar el palé en un sentido y no en el que tiene listón inferior pues se destruye el palé.

- ✓ Carretilla elevadora. Se trata de vehículos manejados por un conductor. También cuentan con horquillas frontales que se introducen bajo el palé para levantar la carga. Hoy en día, es el sistema de trabajo más extendido. Existen varios tipos de carretillas elevadoras con conductor, cuyos requisitos son menores que para los medios precedentes, las horquillas son más finas y regulables lateralmente. más habitual es 800, 1000 o 1200 mm entre ejes. Por ello, es obligatorio que:
  - ✓ La base inferior del palé exista aunque sea parcialmente reducida a los patines.
  - ✓ Que estos patines sean, preferentemente, perpendiculares a las barras.
  - ✓ Para los paletizadores y otros almacenes automatizados, los lados exteriores de la carga y del palé deben respetar rigurosamente las tolerancias requeridas por el cliente.
- ✓ Máquina paletizadora o Estibadora. Se trata de una máquina que combina componentes mecánicos y eléctricos con la finalidad de colocar productos generalmente almacenados en cajas, sacos, tambores, entre otros, sobre un palé, que puede ser de madera, metal o plástico para la conformación de una estiba.

En sustitución del palé, existen también las hojas deslizables (también conocidas como "slip sheets"), que pueden ser de cartón o plástico. Para poder colocar las estibas una encima de la otra usando estas hojas, hay que instalar en los montacargas un aparato especial que tiene por nombre "push and pull".

Las paletizadoras de sacos de 25 kg actuales pueden paletizar desde 600 sacos por hora (con robot o brazo mecánico) hasta 4.500 sacos por hora (generalmente máquinas un poco más complejas utilizadas en la industria del cemento).

- ✓ Una carga a la que 'sobre' palé tendrá tendencia a balancearse durante el transporte o a deslizarse, aumentando así la necesidad de resistencia a la compresión vertical del embalaje cuyas aristas portantes no estarán superpuestas para transmitir las fuerzas.

- ✓ Una carga que exceda el palé, exigirá igualmente una mayor resistencia al apilamiento del embalaje puesto que sólo una parte de las aristas externas contribuirá al esfuerzo de resistencia. Además, sufrirá directamente los choques y las fricciones que se produzcan en el proceso.
- ✓ Todo embalaje mal superpuesto o inútilmente cruzado, verá también aumentada su necesidad de resistencia al apilamiento en proporción inversa al perímetro portante que queda para soportar la masa que recibe. La principal consecuencia de una mala paletización por un mal posicionamiento de los embalajes es la necesidad de sobredimensionar la resistencia del embalaje lo que supone una pérdida económica la cual se añade al riesgo de litigios en el transporte.
- ✓ Evitar que la carga sobresalga del palé pues se expone al punzonamiento de las capas inferiores lo que implica una menor resistencia al apilamiento.
- ✓ Una carga demasiado introducida en el palé provoca vacío entre las cargas que se escoran y se degradan.
- ✓ Se deben cruzar las camadas, sobre todo, las superiores pues de lo contrario se produce inestabilidad de la carga que se abre en lo alto.
- ✓ Se deben superponer las cajas sobre sus aristas para optimizar la carga.
- ✓ Existen dimensiones aceptadas en el comercio internacional y son las siguientes: en Europa llamado el europalet y es de 1200 x 800 mm; Japón 1100 x 1100 mm ; Universal 1200 x1000 mm ; Estados unidos 1240 x 1061mm ; y otros palets 1000x 800 mm.

### **5.3.2. Precio**

El precio está fijado, bajo tres parámetros importantes: la demanda, la competencia y los costos, también puede hablarse de un acuerdo entre comprador y vendedor, ya que, si no está de acuerdo con el precio establecido, el comprador puede renunciar a la compra del producto. A veces se establece una relación entre calidad y precio que no siempre existe.

Por ende, el mercado de concentrado de maracuyá es muy fluctuante, presenta características especiales, en cuanto a precios, puesto que se rigen de acuerdo a la oferta y la demanda del mismo, es así que de acuerdo a datos históricos existentes en la competencia de la región, es posible determinar el precio promedio de la empresa “Exportadora de Maracuyá S.A” EMAY

S.A, para ingresar en el mercado meta que para nuestro plan de exportación será de **\$2.13**dólares por kilogramo precio FOB unitario con el cual podemos competir con otros exportadores.

**Tabla LV: PRECIO EXW- FOB**

<b>DETALLE</b>	<b>USD/ Kg</b>
FOB	\$ 2,13
Flete interno, seguros, tramites de exportación, THC, etc	\$ 0,20
EXW	\$ 1,93
Utilidad 25%	\$ 0,39
Costo de producción	\$ 1,54

**Elaboración:** Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### **5.3.1. Promoción**

Toda empresa debe comunicar a los posibles compradores las características de los productos que oferta. La publicidad es el conjunto de actividades para comunicar dichas características, intentando llamar la atención, despertando interés por el producto hasta conseguir la venta. Además la empresa promociona y publicita su producto para poder aumentar el nivel de ventas de dicho producto.

La empresa “Exportadora de Maracuyá S.A” EMAY S.A, tomando en cuenta:

El significativo slogan que posee “Llevamos la pasión a tu país...!” y su utilización constante en cada etiquetado exhibido en sus empaques y papelajes elaborados, busca difundir a los clientes, una emoción intensa que engloba la grata tarea de dar a conocer a nuestro país, y dentro de él al concentrado de Maracuyá para crear el deseo de compra del producto.

Estableciendo contactos directos con organizadores españoles de exposiciones y ferias internacionales y/o en los Congresos Gastrónomos realizados en Madrid, enfocado al segmento de mercado Gourmet, para promocionar la fruta tropical, exhibir el maracuyá informando sus propiedades nutritivas y los beneficios de su consumo.

A través de un portal electrónico, que posea vínculos con otros sitios donde se proporcione información sobre el consumo de la fruta; en el portal se deberá difundir las propiedades

nutritivas de la fruta así como también los beneficios medicinales que trae el consumo permanente del concentrado de maracuyá creando en las personas un hábito de consumo. De igual manera, presentando propuestas comerciales donde se dará a conocer la oferta disponible, y una muestra del producto antes de realizar la primera exportación a los posibles clientes.

### 5.3.2. Distribución

La elección de canales de distribución en España es libre. Las ventas del concentrado de maracuyá serán directas a un distribuidor el cual se encargara de vender el producto a los compradores tanto mayorista como minoristas:

- ✓ **Mayoristas:** Son los principales proveedores para revendedores y establecimientos comerciales de venta al detalle particularmente de consumo y productos semi-elaborados
- ✓ **Minoristas:** Son aquellos que venden directamente al consumidor final

Para la transportación del producto, realizada mediante la vía marítima, se pudo aprovechar el puerto de Valencia, que es el puerto de entrada del Mediterráneo, lugar en el cual el cliente recibe la mercadería y se termina el proceso de exportación gracias a un buen manejo de la logística de embarque marítimo.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Guia logistica internacional pags 189-190-191

### 5.3.2.1. Logística de Embarque Marítimo

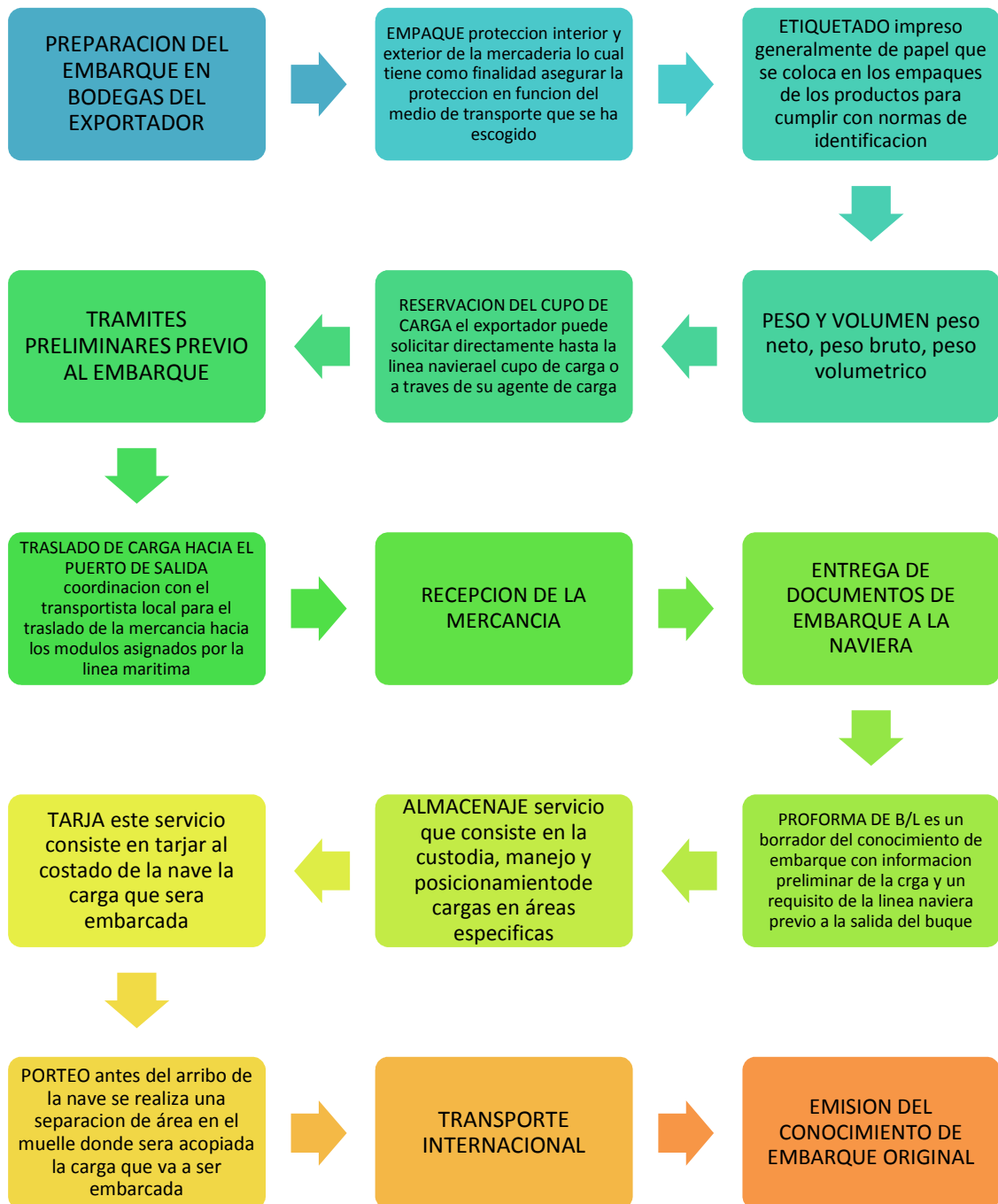


Figura 9: Logística de embarque marítimo

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

### 5.3.2.2. Cadena de valor



**Figura 10:** Cadena de Valor

Elaboración: Susana Hidalgo- María José Andino, 2011

El plan pretende ser un material de trabajo para elaborar una estrategia concreta de integración de la cadena de valor relacionada con la producción y comercialización de concentrado de maracuyá.

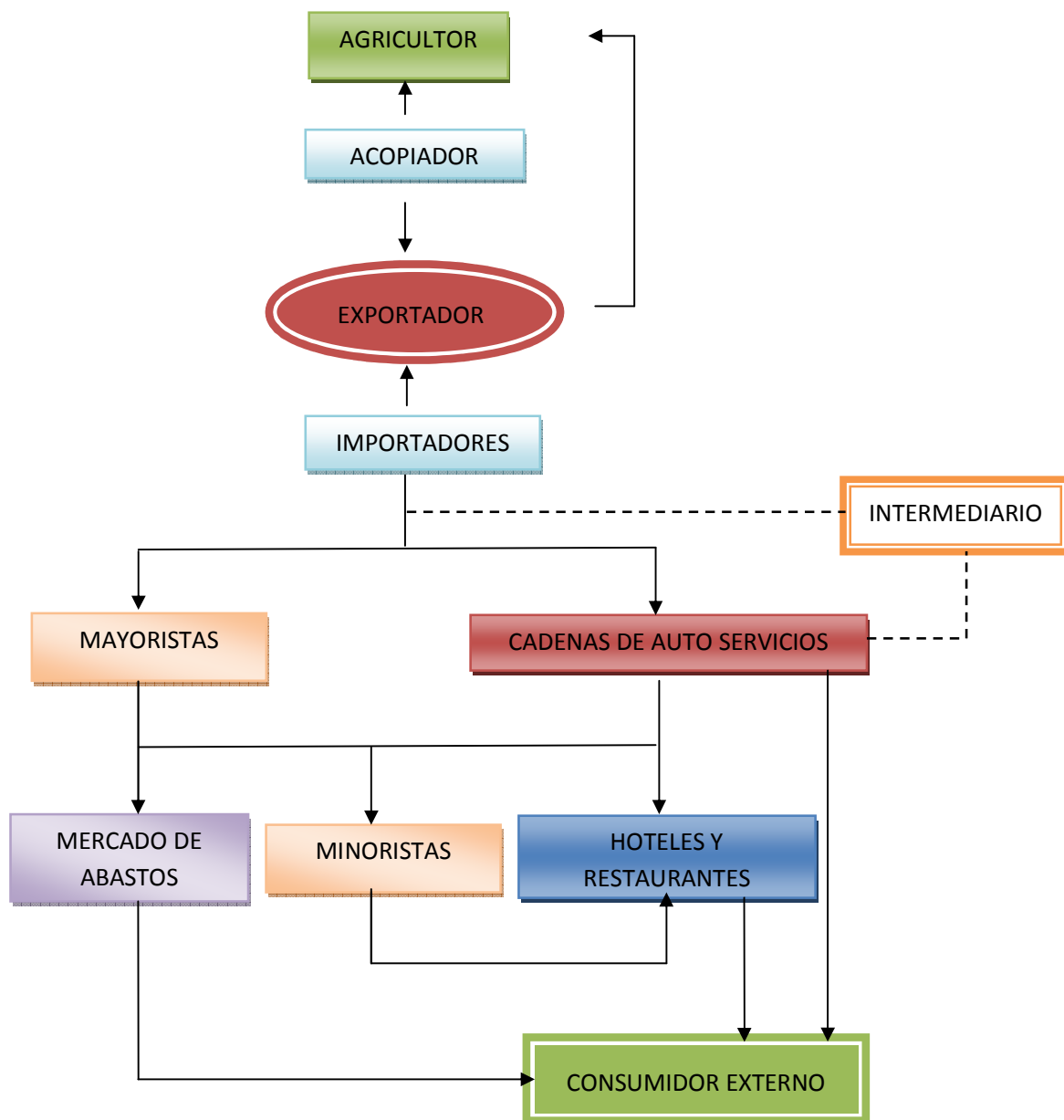
El objetivo principal de este proyecto es producir y comercializar concentrado de maracuyá dentro del mercado español, dando a conocer los usos que tiene dicho producto y tratando cubrir una demanda insatisfecha.

Esta cadena de valor comienza por la producción agrícola de la maracuyá, continúa por la industrialización primaria de la misma que sirve para elaborar el concentrado de maracuyá, llegando a las manos de los clientes españoles y/o empresas alimentarias.

<sup>43</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena\\_de\\_valor](http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor) Michael Porter en su obra *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.



### 5.3.2.2.1. Cadena de Valor del Maracuyá de Exportación



#### **5.4. Contrato de Compraventa Internacional de Mercancías (CVIM) (VER ANEXO)**

Como bien sabemos, toda operación comercial internacional gira en torno a lo contratado; en este contexto es donde el contrato de compraventa internacional de mercaderías se articula como la modalidad contractual más antigua, prototipo de los actos de comercio internacional; mediante el mismo, las partes contratantes -vendedor y comprador-, acuerdan una compraventa de mercaderías, fijando los términos de la misma en un documento privado -ya sea una orden de pedido, una factura pro-forma o un contrato-, de forma que para modificar cualquiera de las condiciones pactadas es necesaria la conformidad de ambas partes contratantes.

Es evidente que el contrato de compraventa internacional de mercaderías -como herramienta contractual transmisora de la confianza entre las partes- es el que más claramente y mejor refleja la función del tráfico mercantil internacional: comerciar es por antonomasia, comprar y revender con ánimo de lucro. La importancia de esta modalidad contractual se aprecia en el hecho de que, desde siempre, se ha presentado tradicionalmente como una guía jurídica para el desarrollo de la actividad profesional internacional de los comerciantes.

Su complejidad se ve acrecentada por la existencia, a efectos de su regulación, de una pluralidad de ordenamientos jurídicos nacionales, que pueden incorporar soluciones diferenciadas respecto de muchos de los aspectos del contrato.

## **CAPITULO VI**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACION**

#### **6.1.CONCLUSIONES**

- Los productores de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, mejoran su economía y calidad de vida de sus familias
- En la agricultura influye muchas condiciones ambientales, pero en el caso del Maracuyá, la fruta existen en cantidades favorables en el Ecuador, y esto se debe aprovechar para incrementar los beneficios de las familias productoras de maracuyá.
- En la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, donde se sitúa la empresa, goza de una ubicación geográfica y climatológica acorde para la recolección de maracuyá lo que nos facilita la obtención de materia prima durante todo el año.
- España no posee producción nacional de maracuyá y para su consumo requiere ser importado.
- Mediante la exportación de concentrado de maracuyá se desea hacer sentir más cerca de casa a todos los migrantes latinoamericanos que se encuentran en España y brindar a los consumidores interesados un estilo de vida saludable y natural ya que la fruta de maracuyá es una fuente de proteínas, minerales, carbohidratos y grasas; y además, es recomendable para: bajar la presión arterial, como tranquilizante y como fuente de vitamina C.

- La correcta segmentación de mercado, y la elección de un mercado meta, permite obtener un nicho, para luego a medida que se encuentre posicionado el producto, complementar con estrategias de ampliación.
- El mercado posee nombres conocidos y marcas que están acostumbrados, es necesario introducir el producto de manera fuerte, o complementaria, esta estrategia debe ser analizada en función de posibles efectos, ya que los costos que incurran para hacer conocer el producto revertirá sobre las utilidades generadas de cada periodo.
- El impacto social de la empresa es positivo ya que para su operación demanda mano de obra y materia prima la misma que se obtendrá del mismo sector, así mismo se impulsa el desarrollo del sector mediante tecnología limpia para la conservación del medio ambiente, la salud de los trabajadores y de los consumidores del concentrado de maracuyá.
- La inversión necesaria para el proyecto es de \$ \$ 118.000,25 para la cual es necesario realizar un financiamiento de 40000, que representa el 33%, este se lo realizara en una entidad financiera con un interés del 12% anual y para un periodo de cinco años.
- Considerando que el Valor Actual Neto es positivo y la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un valor del 19%, la misma que es mayor a la tasa de descuento utilizada en el proyecto lo cual nos indica que el proyecto es rentable, además determinamos que la recuperación de la inversión total se la recuperara en un periodo de tres años ocho mes

## **6.2.RECOMENDACIONES**

- Es necesaria la unificación y coordinación de los productores, y por lo tanto, se recomienda la promoción de un organismo de ellos que sea capaz de representarlos y de abrirles mercados, apoyar el incremento de su eficiencia y competitividad y gestionar los apoyos necesarios para su desarrollo.
- La producción de Maracuyá depende de la capacidad de los productores de proveer, por lo que es necesario llegar a formar acuerdos sólidos, ya que se depende directamente de los recolectores de la fruta y de las motivaciones que se generen con perspectivas de desarrollo zonal y productivo.
- El país debe fomentar a través de sus organismos competentes, la producción agroindustrial, de esta manera se reactivan sectores y zonas que se encuentran desprotegidas y que pueden ser fuentes generadoras de producción.
- Establecer nuevas políticas para estimular el crecimiento del sector agrícola tanto para consumo interno como para consumo externo, con el fin de producir productos de calidad que satisfagan los gustos y necesidades de cualquier tipo de mercado.
- Incentivar a los productores a realizar exportaciones de los productos no tradicionales con el fin de aumentar las divisas que ingresan al país, incrementar el PIB y mantener la balanza comercial positiva, así como también se incentiva a las generaciones futuras sobre la necesidad de desarrollar nuevos productos y subproductos, se impulsa la investigación, creando sostenibilidad y sustentabilidad en las familias de la región.
- Mejorar la tecnología en el sector agrícola para lograr una reducción de costos y poder competir con las empresas extranjeras, así como también realizar capacitaciones constantes para el desarrollo eficiente de la empresa.
- Facilitar el apoyo financiero por parte del gobierno y de las entidades financieras a los proyectos agrícolas no tradicionales, entregando capitales a bajos intereses y con facilidades de pago.

## **RESUMEN**

El proyecto consiste en la creación de un plan de exportación de maracuyá hacia el mercado de Madrid – España, para determinar la factibilidad técnica, económica y financiera para el debido establecimiento de una empresa exportadora de concentrado de maracuyá en la provincia de Santo Domingo De Los Tsáchilas. Mediante el desarrollo de estudios de mercado, técnico, de localización, administrativo y financiero se establece la creación de la empresa “EMAY S.A.” la cual es financiada por dos accionistas en igual número de acciones y se dedica a la producción de concentrado de maracuyá.

El cultivo del maracuyá, conocido también como fruta de la pasión, es de vital importancia para muchos agricultores, en vista de que alrededor de cincuenta mil familias se benefician directa o indirectamente de esta actividad. A diferencia de otros productos agrícolas, el cultivo de maracuyá requiere una mínima inversión y tiene un rendimiento importante de producción. Su cosecha se da ininterrumpidamente durante los 365 días del año.

La producción del concentrado de maracuyá va dirigido a consumidores interesados en un estilo de vida saludable y natural ya que esta fruta es una fuente de proteínas, minerales, carbohidratos y grasas además es recomendable para bajar la presión arterial como tranquilizante y como fuente de vitamina C

El concentrado de maracuyá se exporta en tambores metálicos de 250 kilogramos con un costo de producción de \$390,48 dólares por tambor; el precio de venta FOB de cada tambor de concentrado de maracuyá será de \$532,50 dólares por tambor obteniendo así una utilidad del 36% lo cual demuestra que el proyecto es factible.

El promedio de exportación será de 24 tambores de concentrado de maracuyá mensuales desde el puerto de Esmeraldas (Ecuador) hacia el puerto de Valencia (España) los mismos que serán enviados en un contenedor de 20 pies LCL

La inversión inicial se recuperara en tres años ocho meses.

Con la creación de la empresa “EMAY S.A.” se crean varias plazas de trabajo directo e indirecto mejorando los ingresos económicos de los productores pequeños de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

## **SUMMARY**

This research work deals with a project export of passion fruit to Madrid- Spain in order to determine the technique of feasibility, economic and finance to establish an enterprise which will export the extract of the passion fruit in the province of Santo Domingo De Los Tsáchilas. By means of marketing, technical, location, management and finance studies, the creation of "EMAY SA" is established which is financed by two stockholders in equal numbers of investments producing the extract of the passion fruit.

The growing of the fruit is very important form many farmers due to at least fifty thousand families are benefited directly or indirectly with the activity. Unlike other fruits, the passion fruit requires a minimal inversion and a great deal of yield. Its harvest is uninterruptedly during 365 days a year.

The production of the passion fruit extract is directed to interested consumers in a good and natural style of live because it is a source of proteins, minerals, carbohydrates and fats, as well as it is good to low the arterial pressure, as a tranquilizing and a source of vitamin C.

The extract of the passion fruit is exported in metallic drums of about 250 kg with a production cost of \$ 390.48 each drum, the recommended retail price FOB of each drum will be \$ 532.50 each drum getting a markup of 36%, which shows the project is feasible.

The initial investment will be recovered recovered in three years and eight months.

With the creation of the enterprise "EMAY S.A.", several marked works will be created improving the economic incomes of the small producers in the province Santo Domingo de los Tsáchilas.

## BIBLIOGRAFIA

- GARCIA TORRES, Mario Alfonso; Guía técnica cultivo de maracuyá amarillo, editorial CENTA, El Salvador, 2002, 31 páginas.
- HERNÁNDEZ, Abraham; Formulación y evaluación de proyectos de inversión, editorial THOMPSON, Quinta edición, México, 2004, 448 paginas
- ESTRADA, Patricio; Lo que se debe conocer para exportar, Exportar es el reto, editorial MYL, Quito ,2003.
- ZAPATA SANCHEZ, Pedro, Contabilidad General, editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, Bogotá, 2006.
- LUNA OSORIO, Luis; Competir en el mundo y exportar, editorial ITSA, Quito, 1995.
- FARELL, Hartline; Estrategia de marketing, editorial Publisher Paraninfo, segunda edición, Málaga, 2006.
- BREALEY MYERS, Marcus; Fundamentos de Finanzas Corporativas, editorial Mc Graw Hill, Quinta edición, Málaga, 2007.
- LERMA KIRCHNER, Alejandro; Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de estudios de competitividad empresarial, Guía práctica, editorial CENGAGE
- BURBANO, Gonzalo; Diccionario de términos usuales en el comercio exterior Ecuatoriano, editorial PUDELECO, Quito, 1995, 406 páginas.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; Comercio exterior, Información estadística ([www. bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec))
- MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR; el comercio en un mundo de globalización, Pascal Lamy, ([www.minec.gob.sv](http://www.minec.gob.sv))
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS DE ESPAÑA; Demografía y población, Cifras de población y censos demográficos Madrid – España ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION; Ficha tecnica Maracuya, Chile, 2006, ([www.fao.org](http://www.fao.org))
- ADUANA DEL ECUADOR ; Procedimientos para exportar, ([www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec))
- ESTADISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL; Gobierno de España, Ministerio de Industria Turismo y Comercio, Secretaria de Estado de Comercio Exterior ([datacomex.comercio.es](http://datacomex.comercio.es))



SISTEMA DE INFORMACION DE MERCADO DE FRUTAS; Manual de medidas

Fitosanitarias, Margarita Menéndez, 2006, ([www.frutal-es.com](http://www.frutal-es.com))

REPRESENTACIONES SALAS; Embalajes, ([www.repsalas.com](http://www.repsalas.com))

FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES; Apoyo al exportador,

([www.fedexpor.com](http://www.fedexpor.com))

MERCADO MUNDIAL DEL MARACUYA; articulo revista vinculando, Rita Scwentesi

Rinderman y ÁngelGómezCruz, 2005, ([www.mercadomundialdelmaracuya.org](http://www.mercadomundialdelmaracuya.org))

INFORMACION AGROPECUARIA; Guía del Maracuya ( [www.infoagro.com](http://www.infoagro.com))

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA

#### SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** Intervienen en el otorgamiento de esta Escritura SUSANA PAULINA HIDALGO PAREDES de nacionalidad ecuatoriana, estado civil casada domiciliada en la ciudad de Riobamba; MARIA JOSE ANDINO CISNEROS de nacionalidad ecuatoriana, estado civil soltera domiciliada en la ciudad de Riobamba.

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** Los compareciente declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

**TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.**

#### TITULO I

##### DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO

**Artículo 1º.- Nombre.-** El nombre de la compañía que se constituye es Exportadora de Maracuya S.A "EMAY S.A"

**Artículo 2º.- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es Santo Domingo. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, previa decisión del directorio y de conformidad con las disposiciones legales correspondientes.

**Artículo 3º.- Objeto.-** El objeto de la compañía consiste en *la exportación de concentrado de maracuyá al mercado español.*

En cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la Ley.

**Artículo 4º.- Plazo.-** El plazo de duración de la compañía es de cinco años contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

## **TITULO II**

### **DEL CAPITAL**

**Artículo 5º.- Capital y de las acciones.-** El capital social es de 1000*dólares de los Estados Unidos de América*, dividido en 1000*acciones en que se fraccione el capital en acciones ordinarias y nominativas, de un dólar* de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 1 al 1000.

## **TITULO III**

### **DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN**

**Artículo 6º.- Norma general.-** El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al directorio, al presidente y al gerente.

**Artículo 7º.- Convocatorias.-** La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

**Artículo 8º.- Clases de juntas.-** Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2º, 3º y 4º del Artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

**Artículo 9º.- Quórum general de instalación.-** Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

**Artículo 10º.- Quórum especial de instalación.-** Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado. Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

**Artículo 11º.- Quórum de decisión.-** Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

**Artículo 12º.- Facultades de la junta.-** Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima

**Artículo 13º.- Junta Universal.-** No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

**Artículo 14º.- Presidente de la compañía.-** El presidente será nombrado por la junta general para un período de dos años a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general y de directorio a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

**Artículo 15º.- Gerente de la Compañía.-** El gerente será nombrado por la junta general para un período de un año ,a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general y de directorio.
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general y de directorio a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas.
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas.
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías, y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

#### **TITULO IV**

##### **De la fiscalización**

**Artículo 16º.- Comisarios.-** La junta general designará tres comisarios, cada año, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

#### **TITULO V**

##### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**Artículo 17º.- Norma general.-** La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

**CUARTA.- APORTES.-**Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto en los artículos 150, numeral 6º, en cualquier caso, 147, inciso 5º, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies, de la Ley de Compañías. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales.

<b>Nombres accionistas</b>	<b>Capital suscrito</b>	<b>Capital pagado</b>	<b>Capital por pagar</b>	<b>Numero de acciones</b>	<b>Capital total</b>
María José Andino	500	500	-	500	500
Susana Hidalgo	500	500	-	500	500
<b>TOTAL</b>	1000	1000		1000	1000

**QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para los períodos señalados en el artículo 14º y 15º del estatuto, se designa como presidente de la compañía al *Ing. Daniel Layedra* y como gerente de la misma a la *Ing. María José Andino* respectivamente.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.



**ANEXO 2**

**MODELO DE CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE  
MERCADERÍAS**

Contrato de compraventa que celebran por un parte la empresa Exportadora de maracuyá EMAY S.A representada en este acto por Daniel Layedra Larrea y por la otra la empresa Importadora y Exportadora JARA S.A representada por Vinicio Jara Paredes a quienes en lo sucesivo se les denominará como “La Vendedora” y “La Compradora” respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas.

**DECLARACIONES**

**Declara “La Vendedora”**

Que es Una sociedad anónima legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Ecuatoriana el 17 de octubre de 2010 según consta en la escritura pública número 287-854 pasada ante la fe del notario público, número quinto del cantón Santo Domingo licenciado Luis Arias de la ciudad de Santo Domingo.

Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización, importación y exportación de concentrado de maracuyá

Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.

Que el presidente es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.

Que tiene su domicilio en el Km 6 de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilasmismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

**Declara “La Compradora”**

Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en España y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de “La Vendedora”.

Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.

Que el Sr. Vinicio Jara Paredes es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.

Que tiene su domicilio en Leganés; Madrid- España mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

**Ambas partes declaran:** Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y al tenor de las siguientes:

**PRIMERA.-** Objeto del Contrato. Por medio de este instrumento “La Vendedora” se obliga a vender y “La Compradora” a adquirir 24 tambores de concentrado de maracuyá mensualmente con un peso de 250 kg.

**SEGUNDA.-** Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que “La Compradora” se compromete a pagar será la cantidad de \$ 532,50 dólares por tambor de concentrado de maracuyá precio FOB. Puerto de Esmeraldas. Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de cualquiera de las partes.

**TERCERA.-** Forma de pago. “La Compradora” se obliga a pagar a “La Vendedora” el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista contra entrega de los documentos siguientes: documento de transporte, factura comercial, documento de seguro, lista de empaquetado, etc

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, “La Compradora” se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el Banco del Pichincha, de la ciudad de Santo Domingo, con una vigencia de 30 días.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por “La Compradora”.

**CUARTA.-** Envase y embalaje de las mercancías. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo con las especificaciones siguientes: tambores metálicos de 250 kg de concentrado de maracuyá sellados en doble funda de polietileno

**QUINTA.-** Fecha de entrega. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 15 días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

**SEXTA.-** Patentes y marcas. “La Vendedora” declara y “La Compradora” reconoce que los productos objeto de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de la (s) patente (s) número (s) 876234 y la marca (s) número, (s) 00098665 ante el Instituto ecuatoriano de la Propiedad Industrial

“La Compradora” se obliga por medio de este instrumento a prestar toda la ayuda que sea necesaria a “La Vendedora” a costa y riesgo de esta última, para que las patentes y marcas a que se refiere la presente cláusula sean debidamente registradas.

Asimismo, “La Compradora” se compromete a notificar a “La Vendedora”, tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido a dicha (s) patente (s) y marca (s) durante la vigencia del presente contrato a fin de que “La Vendedora” pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

**SEPTIMA.-** Vigencia del contrato. Ambas partes convienen que una vez que “La Vendedora” haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y “La Compradora” haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operará automáticamente su terminación.

**OCTAVA.-** Rescisión por incumplimiento. Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que refiere el párrafo anterior.

**NOVENA.-**Insolvencia. Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que una de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

**DÉCIMA.-** Subsistencia de las obligaciones. La rescisión o terminación de este contrato no afectara de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con

anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

**DÉCIMA PRIMERA.-** Cesión de Derechos y Obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

**DÉCIMA SEGUNDA.-** Límite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

**DÉCIMA TERCERA.-** Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República del Ecuador, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.