



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante
tecnificación de su producción con posible expansión hacia
nuevos mercados internacionales.**

AUTORES:

**Mite Barahona, Allan Xavier
Rosales Valarezo, María Belén**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TUTORA:

ECON. ALCÍVAR AVILÉS, MARÍA TERESA PhD.

Guayaquil, Ecuador

28 de agosto del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Mite Barahona, Allan Xavier y Rosales Valarezo, María Belén**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA

f. _____
Econ. Alcívar Avilés, María Teresa PhD.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Mgs.

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Mite Barahona, Allan Xavier y
Rosales Valarezo, María Belén**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales** previo a la obtención del título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2017

LOS AUTORES

f. _____
Mite Barahona, Allan Xavier

f. _____
Rosales Valarezo, María Belén



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Mite Barahona, Allan Xavier y
Rosales Valarezo, María Belén**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2017

LOS AUTORES

f. _____
Mite Barahona, Allan Xavier

f. _____
Rosales Valarezo, María Belén



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

REPORTE URKUND

URKUND	
Documento	MITE ALLAN ROSALE MARIA TESIS FINAL.pdf (D30320256)
Presentado	2017-08-31 13:20 (-05:00)
Presentado por	Maria Josefina Alcívar Avilés (pepitalcivara@yahoo.com)
Recibido	maria.alcivar06.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Trabajo de Titulación de Rosales-Mite Mostrar el mensaje completo 1% de estas 63 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, a quien me debo por haberme bendecido dándome la sabiduría y fuerza necesaria para culminar con éxito mis metas planteadas. Él, indiscutiblemente ha sido mi pilar espiritual en todo momento y me ha sabido guiar en los momentos más difíciles de esta etapa. Siempre deposité en él toda mi fé y confianza y hoy se ven reflejados en la culminación de uno de mis tantos objetivos.

Quiero agradecer enormemente el apoyo incondicional de mi familia, quienes fueron mi soporte e inspiración para seguir adelante en esta meta. A mi padre quién hoy no se encuentra en vida pero que gracias a su esfuerzo y trabajo arduo marcó en mí el valor de la lucha y la constancia que se debe tomar en cada desafío de esta vida. Y dejó en nosotros sus hijos la mejor herencia de un padre, el dejar sus hijos profesionales. A mi madre por ser mi pilar fundamental y consejera en cada obstáculo que atravesé y que supo levantarme siempre con su palabra de apoyo y aliento. A mi hermana por su ayuda y por estar pendiente de mí en cada paso que daba.

Agradezco de todo corazón a la Economista María Teresa Alcívar, una gran persona y tutora, quien brindó su soporte y apoyo total durante el desarrollo de la presente tesis a la vez de, compartirnos valioso consejos basados en su vida profesional.

También quiero agradecer de manera general a todos los profesores de la carrera en quienes sin duda gracias su aporte académico y científico fueron significativos en el día a día de mi vida y el de todos los estudiantes.

Finalmente, agradezco a mis amigos y personas quienes me ayudaron y fueron parte importante para el desarrollo de la presente tesis, como es el caso del señor Harold León, agricultor y comerciante de maracuyá, quien nos abrió desinteresadamente las puertas de su empresa y nos colaboró con información para el desarrollo de la presente tesis.

Mite Barahona, Allan Xavier

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme las fuerzas para perseverar y alcanzar mis objetivos día a día.

A mis padres que han sido pilar fundamental en el transcurso de mi vida estudiantil y a cada una de las personas que formaron parte de mi formación académica por ser un apoyo incondicional.

A las personas que nos otorgaron la información para realizar de forma exitosa este proyecto.

Rosales Valarezo, María Belén

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios y especialmente a mi padre Javier Mite Orrala a quien perdí terrenalmente hace 2 años atrás y prometí dedicar cada triunfo y cada logro que conquistare, porque gracias a su esfuerzo y enseñanzas hicieron posible que completara uno de mis sueños anhelados. Su ejemplo de lucha y perseverancia sé que no fueron en vano, porque lo que cosechó en un ayer está generando frutos hoy. Va por ti padre.

Mite Barahona, Allan Xavier

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a mis padres quienes estuvieron conmigo en cada momento e hicieron de mis adversidades y triunfos suyos; pero en especial a mi madre quien siempre me ha enseñado que la perseverancia es el camino al exitoso.

Rosales Valarezo, María Belén



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Mgs
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar, David Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ab. Lozano Veliz Sara Melva PhD.
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CALIFICACIÓN

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Mgs
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar, David Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ab. Lozano Veliz Sara Melva PhD.
OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	1
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	2
AUTORIZACIÓN	3
REPORTE URKUND.....	4
AGRADECIMIENTO	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	IX
CALIFICACIÓN	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	XXI
ÍNDICE DE FIGURAs.....	XXIII
ÍNDICE DE ANEXOS	XXV
RESUMEN	XXVI
ABSTRACT	XXVII
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I: generalidades de la investigación	3
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema	4

Justificación	8
Objetivos de la investigación	10
Objetivo general	10
Objetivo específico	10
Capítulo II: Base referencial	11
Base teórica	12
Teoría de la venta absoluta por Adam Smith (1723 – 1790).....	13
Teoría de la demanda recíproca por John Stuart Mill (1806-1873)	14
Teoría de Heckscher Ohlin por Heckscher y Ohlin	15
Teoría de la demanda representativa por S. B. Linder (1961) ..	16
Teoría del ciclo de producto por Raymond Vernon.....	16
Base conceptual	18
Conceptos relacionados con el comercio exterior	18
Conceptos relacionados con el sector financiero	21
Base legal.....	24
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, COPCI	24
Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN.....	25
Pasos para constituir de una empresa.	28
Base metodológica	29
Capítulo III: Análisis de la INDUSTRIA DE maracuyá en el Ecuador	30
Información general	31
Origen	31

Familia a la que pertenece la maracuyá	31
Proceso de cultivo	32
Produccion de maracuya en el Ecuador	34
Precio nacional de la maracuyá por kilogramo.....	37
Análisis de la producción de maracuyá en el Ecuador	38
Oferta exportable de la maracuyá ecuatoriana	39
Partida Arancelaria.....	39
Oferta exportable de la maracuyá y sus derivados.....	40
Principales empresas exportadoras de maracuyá y sus derivados.....	41
Capitulo IV: Estudio de mercado	43
Análisis PESTN	44
Entorno Político.....	44
Entorno Económico.....	44
Entorno Social.....	45
Entorno Tecnológico	46
Entorno Natural	46
Análisis FODA	46
Fortalezas	46
Oportunidades	47
Debilidades	47
Amenazas	47
Formulación de estrategias en función del FODA.....	48

Estrategias de fortalezas y oportunidades.....	48
Estrategias de debilidades y oportunidades	48
Estrategias de fortalezas y amenazas.....	48
Estrategias de debilidades y amenazas	49
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	49
Poder de negociación de los clientes	49
Rivalidad entre empresas.....	49
Amenaza de nuevos competidores	49
Poder de Negociación de los Proveedores	49
Amenaza de productos sustitutos	50
Metodología de la investigación.....	50
Investigación Descriptiva.....	50
Investigación Cualitativa y Cuantitativa	50
Método deductivo.....	50
Recaudación de la información	50
Población y muestra	51
Tipo de población.....	51
Tipo de muestra	51
Instrumentos de investigación primaria.....	52
Análisis de las encuestas.....	53
Análisis de las entrevistas	59
Capítulo V: ANÁLISIS DE MERCADOS INTERNACIONALES.....	66
Principales destinos de la maracuyá y sus derivados.....	66

Precios internacionales de referencia de la pulpa de maracuyá	70
Análisis de los posibles países de destino y compradores.....	70
Ficha técnica de España	72
Ficha técnica de China	73
Ficha técnica de Japón	74
Balanza comercial entre Ecuador y España.....	75
Balanza comercial entre Ecuador y China.....	76
Balanza comercial entre Ecuador y Japón	77
Posibles compradores en el exterior (España, China y Japón)	77
Capítulo VI: Estudio Técnico	79
Constitución de la empresa	80
Filosofía de la empresa	81
Misión	81
Visión	81
Objetivos de la empresa.....	81
Estructura organizacional	82
Organigrama de la empresa.....	82
Descripción de funciones	83
Tecnificación de la producción de pulpa de maracayá a cargo de “Concentrados León”	84
Proceso de producción previo a la tecnificación	84
Tecnificación de la producción	86
Plan de marketing.....	92

Ciclo de vida del producto.....	92
Marketing estratégico	93
Matriz ANSOFF	93
Matriz BCG (Boston Consulting Group).....	95
Marketing operacional	96
Producto	96
Plaza.....	97
Precio.....	99
Promoción.....	100
Capítulo VII: Estudio financiero	101
Detalle de costos de producción	102
Capacidad de la producción diaria	102
Costos de producción	104
Costo de la maquinaria	106
Gastos administrativos	108
Detalle de la Inversión inicial	112
Amortización	112
Depreciación	113
Balance Inicial del Proyecto.....	114
Gastos y Costos	115
Demanda proyectada	116
Estado Financiero.....	119
Evaluación del proyecto.....	120

Costo capital patrimonial	120
Costo de la deuda	120
Costo del capital ponderado.....	121
Calculo del WACC	121
Tasa interna de retorno, Valor Neto actual y Tiempo de Recuperación de la inversión	121
Conclusiones	123
Recomendaciones	125
Referencias.....	126
Anexos.....	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Principales países productores de maracuyá a nivel mundial</i>	4
Tabla 2 <i>Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2014.</i>	5
Tabla 3 <i>Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2015</i>	6
Tabla 4 <i>Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2016</i>	7
Tabla 5 <i>Teorías enfocadas hacia el comercio internacional</i>	12
Tabla 6 <i>Empresas nacionales que cuentan con "Mi Primer Certificado INEN"</i>	27
Tabla 7 <i>Pasos para constituir una empresa.</i>	28
Tabla 8 <i>Diseño metodológico</i>	29
Tabla 9 <i>Familia a la que pertenece la maracuyá</i>	31
Tabla 10 <i>Precio nacional de la maracuyá por kilogramo</i>	38
Tabla 11 <i>Partida arancelaria de la maracuyá y sus derivados</i>	39
Tabla 12 <i>Principales empresas exportadoras de maracuyá y sus derivados</i>	42
Tabla 13 <i>Datos para obtener la muestra</i>	52
Tabla 14 <i>Principales destinos de la maracuyá ecuatoriana</i>	66
Tabla 15 <i>Principales destinos de la pulpa de maracuyá ecuatoriana</i>	67

Tabla 16 <i>Precio referenciales de la pulpa de maracuyá en el mundo</i>	70
.....	
Tabla 17 <i>Ficha técnica de España</i>	72
Tabla 18 <i>Ficha técnica de China</i>	73
Tabla 19 <i>Ficha técnica de Japón</i>	74
Tabla 20 <i>Constitución de la empresa</i>	80
Tabla 21 <i>Descripción de funciones</i>	83
Tabla 22 <i>Lista de maquinaria</i>	86
Tabla 23 <i>Información del Producto</i>	96
Tabla 24 <i>El precio que el público está dispuesto a pagar</i>	99
Tabla 25 <i>Datos para obtener el precio de venta</i>	99
Tabla 26 <i>Promoción del producto</i>	100
Tabla 27 <i>Quintales destinados para la producción diaria</i>	102
Tabla 28 <i>Capacidad de Producción diaria</i>	102
Tabla 29 <i>Producción anual de pulpa de maracuyá</i>	103
Tabla 30 <i>Requerimiento de la Materia Prima</i>	104
Tabla 31 <i>Costo Unitario de la materia prima</i>	105
Tabla 32 <i>Costo Unitario por el diseño de bolsas ZIPPER</i>	105
Tabla 33 <i>Costos de la maquinaria</i>	106
Tabla 34 <i>Costo Unitario de Producción</i>	107
Tabla 35 <i>Gastos Pre - Operacionales</i>	108
Tabla 36 <i>Lista de activos fijos</i>	108
Tabla 37 <i>Gastos de promoción</i>	109

Tabla 38 <i>Variación del sueldo básico unificado en Ecuador</i>	110
Tabla 39 <i>Salario de empleados actual</i>	111
Tabla 40 <i>Salario de empleados proyectado</i>	111
Tabla 41 <i>Detalle de la inversión inicial</i>	112
Tabla 42 <i>Amortización de la deuda</i>	112
Tabla 43 <i>Depreciación de los activos fijos</i>	113
Tabla 44 <i>Balance Inicial del proyecto</i>	114
Tabla 45 <i>Índice del precio al consumidor</i>	116
Tabla 46 <i>Participación de Mercado de empresas fabricantes de pulpa de frutas</i>	117
Tabla 47 <i>Ingresos por ventas proyectadas</i>	117
Tabla 48 <i>Ventas y costos proyectados</i>	118
Tabla 49 <i>Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados</i>	119
Tabla 50 <i>Costo capital patrimonial</i>	120
Tabla 51 <i>Costo de la deuda</i>	120
Tabla 52 <i>Costo del capital ponderado</i>	121
Tabla 53 <i>Calculo del WACC</i>	121
Tabla 54 <i>TIR, VNA, PAY BACK</i>	121

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Hectáreas Sembradas Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).	35
Gráfico 2 Hectáreas Cosechadas Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).	35
Gráfico 3 Producción de Maracuyá (Toneladas) Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).....	36
Gráfico 4 Venta de Maracuyá (Miles de Dólares) Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).	37
Gráfico 5 Exportación de Maracuyá bajo la Subpartida 0810901000 Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).	40
Gráfico 6 Exportación de jugos, pulpas y concentrados de maracuyá registrados bajo la Subpartida 2009801200 Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).	41
Gráfico 7 ¿Cuál es su edad? Nota: Investigación de Campo	53
Gráfico 8 ¿Con que frecuencia consume frutas? Nota: Investigación de Campo	54
Gráfico 9 ¿Cuál es la forma en la que consume frutas? Nota: Investigación de Campo	54
Gráfico 10 ¿Cuál es el tipo de bebida con el que acompaña sus comidas? Nota: Investigación de Campo	55
Gráfico 11 Cuando usted consume jugo, ¿cuál es la forma en la que lo prepara? Nota: Investigación de Campo	55
Gráfico 12 Cuando Usted consume jugos en sobre o pulpa de frutas, Usted agrega: Nota: Investigación de Campo	56

Gráfico 13 De las siguientes frutas ¿Cuáles son las que usted utiliza con mayor frecuencia para elaborar sus jugos? Nota: Investigación de Campo.....57

Gráfico 14 ¿Estaría dispuesto a consumir pulpa de maracuyá? Nota: Investigación de Campo57

Gráfico 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 500 gramos? Nota: Investigación de Campo58

Gráfico 16 ¿Dónde le gustaría adquirir la pulpa de maracuyá? Nota: Investigación de Campo58

Gráfico 17 Total de exportación de maracuyá ecuatoriana Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).....68

Gráfico 18 Total de Exportaciones de pulpa de maracuyá Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).....69

Gráfico 19 Balanza Comercial entre Ecuador y España Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).....75

Gráfico 20 Balanza Comercial entre Ecuador y China Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).76

Gráfico 21 Balanza Comercial entre Ecuador y Japón Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).....77

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Ciclo de vida de un producto	16
<i>Figura 2</i> Modelo del Sistema de Gestión Integral de MIPYMES Nota: (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2010).	25
<i>Figura 3:</i> Etapa de fecundación Nota. U.S. Department of Agriculture (2016).	32
<i>Figura 4</i> Etapa Juvenil Nota. (U.S. Department of Agriculture, 2016).	33
<i>Figura 5</i> Etapa de madurez Nota :(U.S. Department of Agriculture, 2016).	33
<i>Figura 6</i> Tipos de polinización de la flor de maracuyá Nota. (U.S. Department of Agriculture, 2016).	34
<i>Figura 7</i> Formula de la muestra	51
<i>Figura 8</i> Organigrama de "Concentrados León" Fuente: Elaboración Propia.....	82
<i>Figura 9</i> Paso 1. Extracción de la pulpa Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).	84
<i>Figura 10</i> Paso 2. Preparación de la pulpa Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).	85
Figura 11 Paso 3. Resultado Final Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).	85

Figura 12 Etapa de la producción mediante la tecnificación Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	87
Figura 13 Selección del producto Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	88
Figura 14 Extracción Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	89
Figura 15 Separación del concentrado Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	90
Figura 16 Pasteurización Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	90
Figura 17 Proceso de concentrado y envasado Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).	91
Figura 18 Ciclo de vida del producto Nota. (Polo, 2014).....	92
Figura 19 Matriz ANSOFF Nota. (Espinosa, 2015).....	93
Figura 20 Matriz BCG (Boston Consulting Group) Nota. (Polo, 2014)	95
Figura 21 Empaque y Presentación Nota: (Flexiplast, 2017)	96
Figura 22 Semaforización del producto Nota: (Ministerio de Salud Pública , 2017).	97

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 <i>Modelo de la Encuesta</i>	134
Anexos 2 <i>Fotos realizando las encuestas</i>	136
Anexos 3 <i>Preguntas para las entrevistas</i>	137
Anexos 4 <i>Cartas de autorización para solicitar las entrevistas</i>	138
Anexos 5 <i>Información sobre créditos</i>	143
Anexos 6 <i>Diseño de las instalaciones de "Concentrados León"</i>	143
Anexos 7 <i>Índice del precio al Consumidor</i>	144
Anexos 8 <i>Requisitos para ser proveedor de Supermaxi</i>	144
Anexos 9 <i>Inflación del Ecuador</i>	145

RESUMEN

La producción agrícola es una de las actividades que genera mayor ingreso al país. Ecuador es un país caracterizado por la agricultura debido al clima, suelo y mano de obra que posee. La relación entre los productores y el consumidor final se ve dirigida por el intermediario que se beneficia de ambas partes. En la mayoría de los casos, los productores reciben un valor inferior por su producto el cual, no compensa la inversión física ni monetaria que se realiza. Un ejemplo evidente es del señor H.L, productor de maracuyá del Cantón Naranjito, Recinto “El Rosario”. Él considera que, el valor que recibe por su producto no compensa su inversión inicial en base esto, tomó la decisión de ampliar sus funciones y dedicarse a la comercialización de pulpa de maracuyá. En un principio, el éxito sobre su producto fue evidente pero la falta de garantías de calidad incidió sobre el declive de las ventas. En vista de lo expuesto se generó la idea de tecnificar su producción de tal forma que, la calidad del producto final sea comprobada y respete las normativas vigentes del país. Adicionalmente se realizará la búsqueda de posibles mercados internacionales para una futura expansión en caso de que el presente proyecto, genere algún tipo de rentabilidad.

Palabras Claves: Comercialización, oferta exportable, mercados internacionales, tecnificación, producción agrícola, empresas PYMES.

ABSTRACT

Agricultural production is one of the activities that generate greater income to the country. Ecuador is a country characterized by agriculture due to the climate, soil and labor it possesses. The relationship between the producers and the final consumer is directed by the intermediary benefiting from both parties. In most cases, producers receive a lower value for their product which, does not compensate for the physical and monetary investment that is made. An obvious example is Mr. H.L, producer of passion fruit of Canton Naranjito, "El Rosario". He believes that the value he receives for his product does not outweigh his initial investment based on this, he made the decision to expand his functions and devote himself to the marketing of passion fruit pulp. At first, the success over its product was evident but the lack of guarantees of quality affected the decline of sales. In view of the above, the idea of technifying its production was generated in such a way that the quality of the final product is verified and respects the current regulations of the country. In addition, the search for possible international markets will be carried out for future expansion in case the present project generates some type of profitability.

Keywords: Marketing, exportable offer, international markets, technification, agricultural production, PYMES companies.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de titulación nace con el compromiso transmitido a los estudiantes de la UCSG a lo largo de su vida estudiantil. Un compromiso basado en la responsabilidad y ayuda social de cada uno de los profesionales que nacen en dicha institución, a través del planteamiento de soluciones a los problemas sociales que afectan a los ecuatorianos. El desempleo, es uno de los temas de mayor preocupación en los hogares ecuatorianos. De acuerdo a datos obtenidos por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017) las cifras de desempleo en el Ecuador correspondieron a: 5,7% para marzo del 2016 y 4,4% a finales de marzo del presente año.

La falta de plazas laborales ha llevado al aumento del trabajo informal o también conocido como subempleo. Así mismo, entre marzo del 2016 y 2017 se registró un aumento del 17,1% al 21,4% mientras la población laboral bajo relación de dependencia presentó una reducción del 40% al 38,5%. En vista de lo ocurrido, el aumento de emprendimientos personales, micro empresas y empresas PYMES han sido una alternativa para los ecuatorianos, quien en búsqueda de mantener su economía familiar han visto en estas modalidades empresariales una forma de trabajar a la vez de, generar nuevas plazas laborales para otros ecuatorianos que se encuentren en la misma situación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

Por lo anteriormente mencionado, se ideó la creación de una empresa PYMES encargada de la producción de pulpa de maracuyá en el Ecuador. Como una alternativa negocio la cual, aprovecha la producción permanente de este producto, el costo del quintal de maracuyá y que su proceso de producción no demanda de grandes maquinarias, insumos y demás factores para su elaboración. A la vez de, aportar con los conocimientos teóricos y prácticos aprendidos durante los años de vida universitarios y experiencia laboral.

Como parte de las estrategias establecidas y expuestas a lo largo del presente documento, se ha establecido una alianza estratégica y comercial con el Señor H.L productor de maracuyá. El señor H.L cuenta con 9 hectáreas de cultivo de maracuyá, a través de una entrevista proporcionada por él, manifestó su inconformidad sobre el precio de compra por cada quintal. En vista de este malestar, los autores decidieron establecer una propuesta al productor la cual, consistía en una alianza entre ellos con la finalidad de, incrementar sus ventas a la vez de, ampliar su participación dentro de la industria de la maracuyá.

El presente trabajo de titulación consta de seis capítulos, los cuales nos ayudarán a determinar la factibilidad de la comercialización de la maracuyá y búsqueda de posibles mercados internacionales. El primer capítulo permite conocer los antecedentes, donde se detalla hechos históricos de la maracuyá, la idea principal, el problema del caso de estudio, objetivos generales y específicos que ayudarán a obtener resultados y conclusiones.

El segundo capítulo hace referencia al mercado de la maracuyá del Ecuador mediante, la búsqueda de posibles mercados internacionales en caso que la propuesta final genere una rentabilidad considerablemente alta que permita incursionar en el extranjero.

El tercer capítulo se refiere a la investigación del mercado, los competidores, futuros clientes y productos sustitutos que compitan directa o indirectamente contra la pulpa de maracuyá.

El cuarto capítulo permite conocer el estudio técnico de la empresa a implementar, en donde consta la futura constitución y filosofía de la empresa, estructura organizacional, tecnificación de la pulpa de maracuyá y el plan de marketing.

Finalmente, el sexto capítulo contiene el estudio financiero, donde se determinará el costo del proyecto, la estructura del financiamiento, proyecciones de ventas y análisis del comportamiento de las ventas frente a los distintos escenarios económicos presentes en el país.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes

El origen del maracuyá está relacionado con países de Centroamérica. El cultivo de maracuyá se desarrolla en zonas con climas tropicales y húmedos. Con un crecimiento continuo, su cosecha se desarrolla de dos formas; la primera, se realiza dos veces al año cuando se desarrolla en zonas tropicales y la segunda, se efectúa solo en la mitad del año cuando se trata de climas húmedos. La biodiversidad presente en Ecuador, lo convierte en un lugar apto para su cultivo. El consumo de frutas es cada día mayor pues, las personas buscan cuidar su salud, conservar buen estado físico y sobre todo reducir el azúcar de sus vidas (Rivera, 2012).

Para el caso del Ecuador, el cultivo de maracuyá se remonta a los años 70. A lo largo de las décadas se ha desarrollado procesos que no solo se centran en el cultivo, sino también a la extracción de su pulpa y como acto siguiente la comercialización del mismo. En promedio, el 90% de la pulpa importada a nivel mundial tiene origen ecuatoriano mientras que la fruta en su estado natural o las semillas son destinadas para el consumo local o la elaboración de compotas infantiles. Las preferencias del mercado internacional se centran sobre la maracuyá ecuatoriana por su textura y sabor que lo convierten en un producto apetecible (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

A nivel mundial, Ecuador ocupa el segundo lugar de participación en relación a la producción de maracuyá. Los principales productores se encuentran en Sudamérica. Siendo Brasil el mayor productor con 66% de participación mientras que Ecuador ocupa el 12% y Colombia el 11% de participación respectivamente. Se destaca que, muy a pesar de que Brasil posea una participación mayor por no decir absoluta, ellos han destinado la mayor parte de su producción a consumo interno de tal forma que deja libre

el camino para que Ecuador se coloque como el proveedor principal a nivel mundial (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Tabla 1 Principales países productores de maracuyá a nivel mundial

Pais	Nivel de participacion
Brasil	66%
Ecuador	12%
Colombia	11%
Asia	3%
Perù	2%
Otros	6%

Nota: Adaptado de Informe de primer nivel, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

La tabla anterior, detalla la lista de los principales países productores de maracuya a nivel mundial. Brasil aporta con un 66% de la producción de este fruto, seguido de Ecuador quien, contribuye con un 12% del total de la producción de tal forma que, se ubica en el segundo lugar de productores de maracuya en el mundo. Brasil destina aproximadamente la mitad de su producción para consumo local lo cual, beneficia directamente al país ya que, se convertiría en el principal oferta del fruto (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

Planteamiento del problema

La producción de maracuyá en el Ecuador, corresponde a 13.389 hectáreas plantadas, de las cuales tan solo se cosechan 9.117. El inapropiado manejo al momento de cultivar y cosechar el producto destaca como uno de los principales factores que afectan y disminuyen el total de su producción además, las limitadas vías de comercialización para el productor pues, el precio de venta es considerablemente bajo y convierte al productor es dependiente de su comprador quien selecciona la mejor fruta además que

no paga el precio justo por la calidad que está comprando sino por la cantidad de fruta que puede adquirir.

No se considera las condiciones climáticas como un factor que afecte directamente en la producción final pues, eso dependerá de cada año y como los fenómenos naturales ataquen al país. Por ejemplo, este año se suscitaron intensas lluvias que terminaron por afectar al sector agrícola del país, datos que se verán reflejados en los informes técnicos de los suelos agrícolas del país del próximo año. El cultivo, cosecha, producción y ventas de la maracuyá ha ido cambiando en los últimos 3 años lo cual, se detallara en las siguientes tablas.

Tabla 2 Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2014.

Región	Superficie (Hectáreas)		Producción	Ventas
	Plantada	Cosechada	(Toneladas Métricas)	(Cientos de dólares)
Costa	8.998	7.564	45.39	44.489
Sierra	2.158	2.008	10.258	9.896
Total	11.156	9.572	55.627	54.385

Nota: Adaptado de estadísticas agropecuarias, por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

La tabla anterior, detalla la superficie, producción y venta de la maracuyá durante el año 2014 para lo cual, se evidencia una reducción en las hectáreas plantadas versus las cosechadas. Los datos expuestos en la presente tabla fueron tomados del análisis de la superficie y producción agropecuaria continua del año 2014 en el Ecuador (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

Tabla 3 Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2015

Región	Superficie (Hectáreas)		Producción (Toneladas Métricas)	Ventas (Cientos de dólares)
	Plantada	Cosechada		
Costa	9.938	8.276	47.741	46.671
Sierra	2.616	2.107	11.854	11.833
Zonas no delimitadas	586	521	2.241	2.233
Total	13.140	10.904	61.835	60.737

Nota: Adaptado de estadísticas agropecuarias, por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

La tabla anterior detalla la superficie, producción y venta de la maracuyá durante el año 2015 para lo cual, se evidencia una reducción en las hectáreas plantadas versus las cosechadas, esto se debe al trato inapropiado que recibe las hectáreas durante el periodo de cultivo, el uso de insecticidas de baja calidad o al no escoger un suelo apropiado limita el crecimiento del fruto de tal manera que, al momento de realizar la cosecha, la cantidad de frutos obtenidos no corresponde a la cantidad de hectáreas cosechadas en algunos casos, la reducción se debe a que el fruto no contiene la cantidad esperada ya que, cuando se palpa el producto este no es tan pesado como el resto lo que hace que, sea descartado de inmediato (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2017).

Tabla 4 Superficie, producción y venta de la maracuyá durante el 2016

Región	Superficie (Hectáreas)		Producción	Ventas
	Plantada	Cosechada	(Toneladas Métricas)	(Cientos de dólares)
Costa	9.923	6.609	40.097	39.571
Sierra	3.466	2.509	18.427	18.269
Total	13.389	9.117	58.524	57.840

Nota: Adaptado de estadísticas agropecuarias, por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

Como se muestra en la **Tabla 2, 3 y 4** existe una permanente reducción en la cosecha de hectáreas de maracuyá, representando una pérdida irreparable y no rembolsable para el agricultor a esto, se le suma el pago injusto que recibe el productor por el quintal de maracuyá, las plagas que constantemente se presentan en los sembríos, los constantes cambios climáticos dà como resultado la reducción en la producción de maracuyá en algunos cantones o recintos del país. Un caso de ello es, el recinto el Rosario del cantón Naranjito.

El recinto el Rosario, se caracteriza por ser un sector 100% agrícola pues de esto, depende la economía del lugar. Entre los principales productos de cultivos se destaca: el café, cacao, banano, naranja, maracuyá, tomate de árbol entre otros. Para sus primeros habitantes, la evolución del Rosario ha sido considerablemente notorio debido a que en un principio solo era habitado por cuatro familias, las cuales tenían que hacer un gran esfuerzo para subsistir ya que no contaban con servicio básicos inicialmente (Macias, 2017).

Con el pasar de los años, el cultivo de ciertos productos ha desaparecido parcial o completamente como resultado del traslado humano a la ciudad o la poca rentabilidad generada hacia los productores. Este último, ha sido la principal causa por la que se redujo el cultivo de maracuyá en esta localidad. La mayoría de los agricultores coinciden en que el precio recibido por su producto no compensa su inversión, por tal motivo han cambiado su actividad sin dejar de lado los trabajos agrícolas, un grupo de agricultores se han enfocado sobre la producción y venta del cacao (Macias, 2017).

A diferencia de la maracuyá, el precio del cacao se encuentra establecido por la bolsa de valores de Nueva York, dicho precio es respetado dentro del país y los agricultores encuentran seguridad económica motivo por el cual, se han direccionado totalmente sobre este producto. Para el 2016, el precio por tonelada de cacao correspondía a USD 2.300 lo que representa a unos USD 105 el quintal de cacao. Actualmente el precio se encuentra USD 2062 TM (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador , 2017).

Justificación

Basado en el objetivo 10 del (Plan Nacional del Buen Vivir , 2013), impulsar la transformación de la matriz productiva. El enfoque principal del gobierno anterior y el presente esta sobre la producción local. La transformación se logrará cuando se invierta en la infraestructura, se emplee nuevas tecnologías en la producción y se especialice el capital humano. Es de conocimiento general que Ecuador es un país netamente agrícola y la base de su economía se centra en la venta de productos agrícolas tales como: el banano, el cacao entre otros.

Dentro las frutas no tradicionales que Ecuador exporta al mundo están: tomate de árbol, limón, papaya, maracuyá, mangos, piñas etc. La nación, posee un clima favorable que le permite el cultivo de diferentes tipos de frutos a diferencia de otros países que se ven limitados por sus condiciones climáticas. Además, en el caso de las frutas no tradicionales el gobierno no interviene al momento de fijar precio haciendo que la negociación entre el comprador y vendedor sea manejado bajo sus propios criterios. Para el año 2015, la aportación de las frutas no tradicionales al PIB nacional correspondió al 7,3% (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

A lo largo del presente trabajo de titulación se analizará el sector productivo y comercial de la maracuyá en el Ecuador, basado en la opinión de expertos en el cultivo y negociación se propondrá la creación de una alianza económica-estratégica entre el productor H.L y los autores del presente proyecto con la finalidad de, demostrar cuan factible es la constitución de una empresa PYMES dedicada a la producción de pulpa de maracuyá para lo cual, se requiere de conocimiento técnicos proporcionados por el señor H.L y conocimientos teóricos proporcionado por los autores esperando que, el resultado obtenido permita una posible expansión hacia mercados internacionales.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar la factibilidad de la constitución de una empresa PYMES dedicada a la producción de pulpa de maracuyá a través de la comercialización local, y búsqueda de los posibles nuevos mercados internacionales.

Objetivo específico

Fundamentar teóricamente la investigación.

Analizar la producción nacional agrícola y oferta exportable de la maracuyá.

Realizar el estudio de mercado

Caracterizar los posibles nuevos mercados internacionales

Establecer la factibilidad financiera

CAPITULO II: BASE REFERENCIAL

El presente capítulo se basa en el uso de fuentes secundarias las cuales, servirán de soporte para el desarrollo de la presente tesis. Así mismo, se explicará cada una de las teorías o leyes utilizadas a lo largo del documento. En primera instancia, la base teórica busca ser el respaldo científico e histórico de la investigación, adaptando las diferentes teorías de conocidos investigadores en función de las necesidades generadas durante el proceso investigativo. La base teórica se caracteriza por; ubicar objeto de estudio o relacionarla con las teorías más representativas del tema, para el caso de la presente tesis, se ha utilizado el desarrollo de teorías a favor del comercio libre como base teórica.

Por otro lado, la base conceptual permite el desarrollo y la explicación de los términos que caractericen y destaquen dentro de la investigación. Para lograr un mejor entendimiento, esta sección ha sido dividida en conceptos relacionados con el comercio exterior y conceptos relacionados con el área financiera. Adicionalmente, se encontraran los términos más importantes y que deberían ser destacados para identificar la presente tesis. Para la elaboración de los conceptos, se ha utilizado fuentes secundarias y mediante una breve explicación por parte de los autores, se ha respetado los derechos de autor y se ha citado la fuente de donde se obtuvo cada uno de los conceptos presentes.

Finalmente, se encontrara la base legal y metodológica del presente documento. La base legal busca las principales leyes o decretos que se asocien con el tema principal. Para este caso, se ha utilizado el Código orgánico de la producción, comercio e inversión que en su artículo 3, ampara la realización de actividades de comercio justo, que respeten la cadena de procesos y a cada uno de los involucrados seguido, se encuentra el servicio nacional de normalización INEN y las pasos para constituir un empresa de características PYMES como último tema, la base metodológica que indica la estructura y el tipo de enfoque que se le dà a cada objetivo.

Base teórica

Tabla 5 *Teorías enfocadas hacia el comercio internacional*

Teorías a favor del comercio libre	Teorías clásicas del comercio internacional	Teoría de la venta absoluta	Adam Smith
		Teoría de la demanda reciproca	John Stuart Mill
		Teoría de Hecksher Ohlin	Hecksher y Ohlin
	Teorías neoclásicas del comercio internacional	Teoría de la demanda representativa	S. B. Linder
		Teoría del ciclo de producto	Raymond Vernon

Nota: Adaptado de las principales teorías del comercio internacional por (García, 2013).

La tabla anterior, detalla las diferentes teorías enfocadas hacia el comercio exterior a través de, cada uno de las presente teorías se intenta sustentar las negociaciones de comercio exterior actual y cuáles son los principios que cada uno de los padres de estas teorías deseaban transmitir a quien las utilice. Como parte del desarrollo de la base teórica se ha considerado el desarrollo de cada una de las teorías presentes explicadas en función de su aporte a las negociaciones de comercio internacional que se realizan en la actualidad.

Teoría de la venta absoluta por Adam Smith (1723 – 1790)

La verdadera riqueza de una nación está basada en su capital humano y el estilo de vida que manejen. Con esta premisa, Adam Smith estableció su teoría de la ventaja absoluta ya que, notó que ciertas naciones requerían de menos tiempo para producir un producto que otros de tal forma que, se encontraban un paso adelante que sus propios competidores. Cuando un país se enfoca sobre aquella actividad que les resulta más accesible por sus condiciones es necesario que se especialice de modo que, el resultado final será un producto único basado en la calidad que ofrece (Garcia, 2013).

Cuando dicho producto supera sus propios estándares, se encuentra listo para su exportación ya que es capaz de competir en un mercado altamente competitivo como lo son los mercados internacionales. Actualmente las compras internacionales buscan conseguir productos que se encuentren a menor precio haciendo que el factor precio sea el determinante sobre el factor calidad. Países que producen a gran escala reducen sus costos de producción pero maximizan sus volúmenes de producción por ende, adquieren una ventaja sobre aquellos países que producen el mismo valor pero conservando la calidad (Garcia, 2013).

El comercio internacional nace de la necesidad de consumo de cada nación es necesario que, se establezcan parámetros de ayuda y cooperación entre países de tal forma que si un país carece de cierto producto, otro país pueda facilitárselo y viceversa es desde este punto donde nacen la idea de las barreras no arancelarias que permiten que los países lleven sus productos libremente hacia otro destino es importante destacar que, la producción es el resultado del consumo (Garcia, 2013).

Teoría de la demanda recíproca por John Stuart Mill (1806-1873)

Este tipo de teoría está basado sobre la cooperación mutua entre países. Similar a la teoría anterior, esta promueve las exportaciones como una necesidad para la ayuda entre países. Concientiza y recalca que, un país no puede tener el control total sobre su producción pues, las condiciones ya sean de infraestructura, inversión, tecnológicas, políticas o ambientales limitan a cada país a sus respectivas funciones. Un país puede colaborar con otros siempre y cuando no exceda su propia producción ni sobrecargue la oferta existente en sus localidades (García, 2013).

Un país logra una economía equilibrada y estable cuando su balanza comercial refleja un superávit constante. La balanza comercial refleja la apropiada inversión de sus recursos y no incurre en gastos o sobreoferta de la producción de una nación. Así mismo, las importaciones no deben ser vistas como un enemigo para el comercio ya que, no quita recursos ni plazas de trabajos ni atenta contra los productores por el contrario, cuando las importaciones se manejan de forma correcta contribuyen y dan un valor agregado a la producción final.

Esta teoría se sustenta en la teoría inicial de David Ricardo mediante la oferta y demanda ecuaníme entre naciones la cooperación será permanente y cada una de las partes involucradas se verán beneficiadas. Cuando las negociaciones se realizan entre un país desarrollado y uno en vías de desarrollo el mayor beneficio caerá sobre el país pequeño ya que este podrá aumentar su producción, mejorar su estilo de vida, aumento de empleo y consolidar su industria (García, 2013).

Teoría de Hecksher Ohlin por Hecksher y Ohlin

Este tipo de teoría se basa en el capital y el trabajo de tal forma que, se los coloca al mismo nivel y se los analiza en relación al costo de cada uno de ellos. Dentro de esta teoría se indicó que, cuando un país posee los recursos para la producción de un producto, es necesario que se especialice o se enfoque sobre la producción total de dicho producto de tal forma que, se convierte en competitivo y sean expertos en su elaboración, creación o manufactura (Garcia, 2013).

En relación a los costos que implica el uso del capital y el trabajo, esta teoría se basa sobre los recursos que posee el país productor, mientras más recursos posean (infraestructura, suelos, capital humano) mayor será la ganancia que reciba ya que, al no incurrir en importaciones el dinero que se genere de las exportaciones será destinada hacia el país productos sin necesidad de repartirlo a un tercero (Garcia, 2013).

Las riquezas de una nación no siempre son absolutas ya que un país puede estar industrializado, con tecnología de punta, suficiente capital pero sin recursos naturales se verán limitados a una producción dependiente y sometida a las demandas de sus vendedores. El mismo caso de repite para aquellos países que cuentan con los recursos naturales, la mano de obra pero no poseen con el capital suficiente para empezar una producción propia. Es por eso que, cada país encuentre su ventaja absoluta y le saque el mayor provecho posible pues en los mercados internacionales siempre existen compradores que buscan lo que a ellos les sobra.

Teoría de la demanda representativa por S. B. Linder (1961)

Un país industrializado tiene la capacidad de producir a mayor escala y a costos bajos. Pero, no solo produce por su alta capacidad de industrialización sino cuando cuenta con una demanda estable y permanente lo cual, les garantiza la compra de su producción. También se considera competitivo a un país que produce a gran escala y con costos bajos pues se convierte en los preferidos de aquellos compradores que establecen el precio sobre la calidad especialmente para aquellos países donde el costo de vida de sus ciudadanos es bajo (García, 2013).

La relación entre un país desarrollado y un subdesarrollado es otra de las características de esta teoría. Se establece que, los costos logísticos y de transporte son bajos para un país desarrollado ya que el país subdesarrollado brinda la apertura necesaria pues necesita que un comprador y más aún si la moneda en la que se negocia representa un valor mayor por la moneda local. Vender un mercado extranjero que en uno local es una gran ventaja para el productor quien ve mayor ganancia en este tipo de negociaciones (Gómez, 2016).

Teoría del ciclo de producto por Raymond Vernon

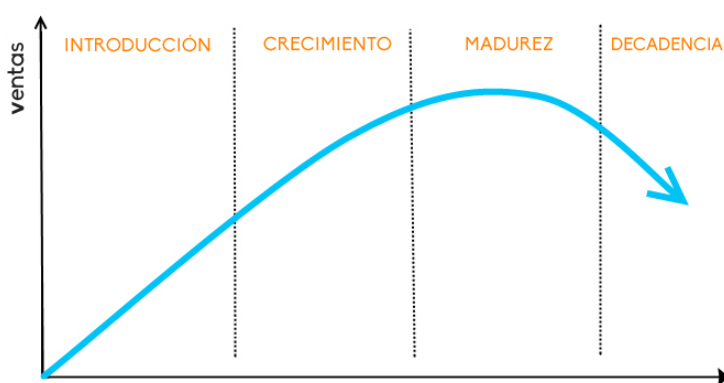


Figura 1 Ciclo de vida de un producto
Nota: Polo (2014)

Para esta teoría, Raymond Vernon se enfoca sobre el producto más allá del capital humano, trabajo y tecnología. Una vez que se obtiene un producto es necesario establecer su posición dentro del mercado o el ciclo de vida en el que se encuentre. Cuando se determina la etapa del producto dentro su ciclo de vida se conoce que tipo de recursos se necesitan emplear para mantenerlos dentro del mercado. Vernon establece el ciclo de vida de un producto igual que el ciclo de vida de las personas. Y cada etapa tiene su propio tratamiento y duración. Introducción, crecimiento, madurez y declive (García, 2013).

Cuando un producto se encuentra en la etapa de introducción la demanda del tiempo, inversión, promoción son relativamente altos ya que es posible la existencia de otros competidores. Una vez que el producto ingresa al mercado y se posiciona empieza su etapa de crecimiento la cual busca ampliar su demanda y garantizar una compra fija por parte de sus clientes. En la etapa de madurez, el producto ya se encuentra en la mente de los consumidores, ellos ya saben para que sirve, su precio, es en este instante donde, se necesitan nuevas estrategias de permanencia quizás ampliar su línea de productos o variedad para convertirlo en un producto atractivo para el consumidor. La última etapa es el declive del producto, en esta instancia la mejor opción es retirarse del mercado ya que los ingresos registrados no compensan la inversión inicial entonces y es necesario salir del mercado.

Base conceptual

Conceptos relacionados con el comercio exterior

Acuerdos comerciales

Este tipo de acuerdos se realiza entre dos o más países, con la finalidad de establecer un comercio libre y justo entre los participantes del contrato. Este tipo de acuerdos brinda ventaja y facilita la cooperación entre países. Este tipo de contratos exenta los aranceles entre países y reduce el costo de compra/venta (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Ad Valorem

Este valor se calcula sobre el total de la carga (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Arancel

Cuando se realiza una venta o compra a nivel internacional, se debe cancelar un tributo por concepto de cada país al cual se destine la mercancía (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Balanza comercial

La balanza comercial refleja las transacciones realizadas por un país en relación a su participación en las exportaciones e importaciones. Muestra cuan competitivo puede llegar a ser en función de las exportaciones versus las importaciones. La balanza comercial puede arrojar datos de superávit o déficit dependiendo de año en el que recaude la información (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Bill of Lading

Es un documento que sustenta la existencia de un contrato de transportación marítima sobre la mercancía suscrita en dicho documento. Este tipo de documento es entregado por el embarcador (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Carta de crédito documentaria

Este tipo de carta es la garantía de pago que tiene el exportador sobre el importador. A través de un tercero en este caso el banco, el valor de la carga será pagado en su totalidad además de brindar las garantías del caso al momento de establecer una negociación internacional. Los documentos correspondientes al embarque pasan a estar bajo la potestad del banco por un tiempo de periodo previamente establecidos (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Carta de Porter

El porteador recibe un contrato en el cual se establece las condiciones en las que se van a negociar el intercambio de mercancía, el tiempo, el transporte, las obligaciones de cada parte y el valor total por la mercancía recibida (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Certificado de inspección

Con este tipo de certificado se entiende que la mercancía ingresada al país de destino, respeta las normativas vigentes y no atentadas contra la salud humana. Este tipo de certificados se obtiene con organismos de inspección previamente acreditados en el país (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Certificado de origen

Este tipo de documentos se solicita en el país de destino de la mercancía y es un certificado que garantiza la calidad de la mercancía y le permite su libre circulación en su lugar de destino (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

CIF (Costo, seguro y flete)

En este tipo de incoterm, el vendedor se compromete a asumir el costo de transportación de la mercancía hacia su sitio de destino. Además, se contratará un seguro marítimo para la carga (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Declaración de aduanas

A través de este documento se garantiza el pago de los derechos contraídos al momento de la negociación entre el exportador e importador, impuestos entre otros tributos que se debe cancelar cuando la mercancía llegue a su lugar de origen (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Exportación

Venta de productos o servicios producidos por un país con destino mercados internacionales (Banco Central del Ecuador , 2015).

Importación

Compra de mercancías a nivel internacional o el ingreso de mercancía que tiene origen extranjero (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Importador

Persona natural o jurídica encargada de negociar en mercados internacionales la adquisición de algún producto (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Incoterm

Es un tipo de terminología que se utiliza en el comercio exterior. La finalidad de los INCOTERM es que se facilite la comprensión y las terminologías en las negociaciones internacionales. Con esto, se reduce los errores en la transmisión de información entre país y país. Los INCOTERM fueron creados por la Cámara de comercio internacional (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Joint venture

Es una alianza realizada entre dos empresas para la realización de un proyecto en común (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Materia prima

Se utiliza para la fabricación de un bien. La materia prima forma parte de un proceso y se modifica su estructura inicial (Ministerio de Comercio Exterior , 2016).

Oferta exportable

La oferta exportable es la capacidad de producción de algún bien que se oferta en mercados internacionales. La oferta exportable se basa en la situación económica y financiera del país y la gestión de la empresa que pone a disposición el bien (Banco Central del Ecuador , 2015).

Producto interno bruto

Describen el aporte de los bienes y servicios producidos en un país en forma monetaria y como aporta a la economía del país (Banco Central del Ecuador , 2015).

Conceptos relacionados con el sector financiero

Amortización

Es la reducción progresiva de una deuda a medida que se cubren las cuotas del pago dentro de un determinado periodo de tiempo (Banco Central del Ecuador , 2015).

Balance general

Muestra la situación actual de una empresa basada en sus activos, pasivo y patrimonio. A través de este documento se muestra el comportamiento de las cifras económicas y cuál será la mejor forma de optimizar los recursos (Banco Central del Ecuador , 2015).

Bienes de capital

Este tipo de bienes están destinado a la producción de otras mercancías con la finalidad de aumentar la rentabilidad del producto obtenido (Banco Central del Ecuador , 2015).

Bienes de consumo

Este tipo de bienes son utilizados para el consumo personal y pueden ser producidos localmente o adquiridos a través de compras internacionales (Banco Central del Ecuador , 2015).

Capital

Es un recurso que tiene como finalidad la generación o financiamiento de un proyecto existente o nuevo. De la inversión inicial del capital se obtiene la rentabilidad (Banco Central del Ecuador , 2015).

Capital de trabajo

El capital de trabajo es la diferencia existente entre los activos y pasivos circulantes. Se destina para cubrir el déficit presentado en algún momento de la vida de una empresa (Banco Central del Ecuador , 2015).

Comercio exterior

Es el cambio de productos o servicios entre un país y otro (Banco Central del Ecuador , 2015).

Crédito

Es un capital de origen externo el cual, es utilizado para el financiamiento de proyectos personales y empresariales. Con un monto previamente establecido se determina el cobro del interés, tiempo de pago y el valor por mora (Banco Central del Ecuador , 2015).

Estado de pérdidas y ganancias

Como su nombre lo indica, este documento muestra la situación de la empresa en un periodo determinado así mismo, muestra la rentabilidad percibida durante la gestión o en caso contrario la pérdida registrada (Banco Central del Ecuador , 2015).

Flujo de caja

Este tipo de documento evidencia los ingresos y egresos que registra la empresa dentro de un periodo determinado (Banco Central del Ecuador , 2015).

Indicadores financieros

También conocido como ratios financieras muestra de una manera más individual la incidencia de cada cuenta y su comportamiento en función del aumento o disminución de producción, ventas, ingresos y egresos (Banco Central del Ecuador , 2015).

Inversión

Es el capital o monto financiero con el que se respalda algún proyecto existen o nuevo (Banco Central del Ecuador , 2015).

Presupuesto

Es el monto de dinero que se calcula en función de ciertos gastos (Banco Central del Ecuador , 2015).

Producción

La producción es una actividad que implica el uso de materia prima o algún tipo de insumo para obtener un bien tangible (Banco Central del Ecuador , 2015).

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o TIR es la ganancia o rentabilidad que se obtiene por la inversión en un proyecto (Banco Central del Ecuador , 2015).

Valor neto actual

Es el valor en el tiempo del dinero traídos a valor actual (Banco Central del Ecuador , 2015).

Base legal

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, COPCI

Artículo 3 Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, 2012).

Dentro del COPCI se encuentran el artículo 4, el cual indica los fines de la presente ley, dentro de su literal C se indica el incentivo a la producción nacional a través de, la optimización de sus recursos (tecnológicos, inversión, humano) respetando al medio ambiente mediante el uso de energías renovables y amigables para la atmósfera. Todos los trabajos que se empleen para la creación del bien o servicio deben ser de carácter económico y social (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, 2012).

Mientras tanto el literal L, como parte del desarrollo del país, es importante que se incentive la producción en nuevas zonas agrícolas del país. A través del apoyo económico se incentiva a pequeños productores de tal forma que, se establezcan nuevos sitios de sembríos, se generen empleos nuevos, aumento de la producción agrícola. Cada actividad agrícola, industrial o productiva exige que se respete el medio ambiente y se contribuya a la reducción de la contaminación ambiental (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, 2012).

Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN

Empresas PYMES

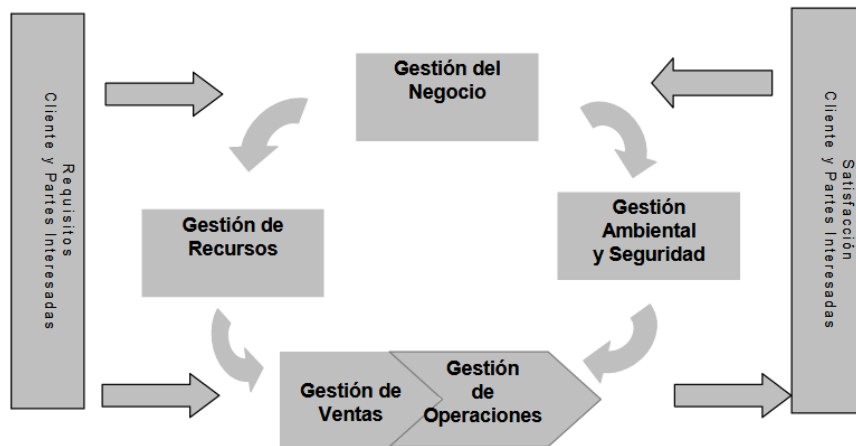


Figura 2 Modelo del Sistema de Gestión Integral de MIPYMES
Nota: (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2010).

A través de esta normativa, se establecieron siete principios que pueden llevar al mejoramiento continuo de la empresa. Cada uno de los principios, aporta con la información suficiente para que los interesados en incursionar en el mundo empresarial usen este manual como una guía al momento de su constitución. Enfoque hacia el cliente, el liderazgo, enfoque de datos y resultados, eficiencia, demanda permanente, conciencia ambiental y el ambiente de trabajo seguro, son los principios que debe tener una empresa PYMES al momento de su constitución (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2010).

El objetivo de la **NTE INEN 2 537:2010** consiste en el implemento, la mejora y mantenimiento de un sistema de gestión integral para las empresas PYMES del país. A través del cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley, se incrementarán la producción, venta y participación dentro del mercado escogido para su desarrollo. Esta normativa se aplica para las micro, pequeñas y medianas empresas del país independientemente del tipo de producto o servicio que ofrezcan. Este tipo de normativa se complementa con la implementación de la **ISO 9000. Sistemas de Gestión de Calidad.**

Fundamentos y Vocabulario (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2010).

Mi Primer Certificado INEN

Este programa está dirigido para las empresas PYMES del país el objetivo de esta aplicación consiste en, mejorar la competitividad en los procesos, gestión en el talento humano, eficiencia en la inversión de recursos financieros. El resultado final será una empresa altamente competitiva en el mercado ecuatoriano. Para aplicar a este certificado se debe enviar una solicitud de aplicación al INEN. A través de un proceso evaluativo en el “in situ” se determinará la viabilidad del certificado. Para obtener este tipo de certificación es necesario que por lo menos se cumpla con el 80% de los requisitos establecidos previamente por el INEN (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2017).

Una vez que, se termina el tiempo de evaluación, el INEN informara al representante legal de empresa si es merecedor del certificado. Mi primer certificado INEN, garantiza que la producción de dicha empresa cumple con altos estándares de calidad y respeta el medio ambiente. El resultado final será un competidor fuerte en el mercado nacional como internacional. Con este tipo de certificados las empresas están un paso más cerca para obtener su propio sello de calidad INEN. Actualmente, tres empresas cuentan con este tipo de certificado en el Ecuador (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2017).

Tabla 6 *Empresas nacionales que cuentan con "Mi Primer Certificado INEN"*

Nombre de la empresa	Actividad a la que se dedica
Amores Gagliardo Ramsés Orlando	Fabricación de productos farmacéuticos, cosméticos y de limpieza
Ecuacalcios S.A.	Producción y venta de abonos minerales.
Rosalma Cía. Ltda.	Producción y comercialización de fertilizantes y abonos

Nota: Adaptado del Sistema de gestión integral para las micro, pequeñas y medianas empresas, por el (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2017).

La tabla anterior detalla las empresas MIPYMES que han sido acreditadas con su primer certificado INEN en el país adicionalmente, se detalla el tipo de actividad al que se dedican. Cabe destacar que, este programa permite que este tipo de negocio puedan acceder a este tipo de acreditaciones que le agregaría un plus a sus procesos y los convertirían en empresas más competitivas que puedan desenvolverse a la par de sus competidores.

Normativa Técnica INEN 2337:2008

Esta normativa, establece los requisitos que deben cumplir las empresas encargadas de la fabricación de Jugos, pulpas, concentrados, néctares, bebidas de fruta y vegetales dentro del país. Aplica para todo producto que tenga como destino el consumo humano excepto para los concentrados que se utilicen para la producción de otros productos o como materia prima. La clasificación del producto se basa en el jugo o la pulpa del producto. Cuando se refiere a jugo se lo relaciona con el zumo del fruto o vegetal y cuando se habla de pulpa se entiende al concentrado de la fruta en pure sin ser fermentado o también cuando se extrae el agua de la pulpa (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2008).

Dentro de los requisitos que se determina dentro la producción de pulpa de frutas se destacan: La pulpa no debe contener olores, colores y sabores extraños. Las pulpas deben cumplir con especificaciones NTE INEN 380 “Sólidos Solubles Mínimo” para el caso de la maracuyá las especificaciones establecidas corresponden al 12,0. Para realizar la debida inspección sobre el producto se debe basar en **NTE INEN 378**. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2008).

Pasos para constituir de una empresa.

Tabla 7 *Pasos para constituir una empresa.*

Paso	Lista de Requisitos	Descripción
1	Establecer el tipo de empresa	Cía. De Responsabilidad Limitada Sociedad Anónima CIA. Comandita simple CIA. Economía Simple
2	Constitución de la empresa	Mediante escritura pública en el registro mercantil
3	Obtener el RUC	Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas y los requisitos se establecen de acuerdo al tipo de contribuyente que sea (Natural o Jurídico)
4	Emisión del registro patronal	Se lo obtiene en el IESS, visitando la página web, escogiendo la opción empleador
5	Permiso de funcionamiento y uso de suelos Patentes y permisos municipales	Se obtiene en el municipio donde se realizaran las actividades comerciales e industriales
6	Certificado de seguridad	Emitido por el Cuerpo de Bomberos
7	Obtener Certificaciones INEN	NTE INEN 2337:2008
8	Certificado fitosanitarios	Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria
9	Certificado de Agro calidad	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Nota. Adaptado del (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, 2012)

Base metodológica

Tabla 8 *Diseño metodológico*

	Objetivo	Metodología	Enfoque	Fuente	Herramientas
General	Determinar la factibilidad de la constitución de una empresa PYMES dedicada a la producción de pulpa de maracuyá, a través de la búsqueda de compradores locales y una probabilidad de llegar hacia mercados internacional a través de la relación costo-beneficio para las partes involucradas.	Explorativo	Mixto	Secundaria	Investigación documental
		Descriptivo			
Específico	Diagnosticar la situación actual de la industria de maracuyá a nivel local.	Descriptivo	Cualitativo y Cuantitativo	Secundaria	Investigación documental
		Descriptivo			
	Determinar la capacidad de producción a nivel local de la maracuyá a la vez de, determinar la oferta exportable que posee el Ecuador.	Análítico	Cualitativo y Cuantitativa	Secundaria	Investigación documental
		Explorativo			
Mediante un estudio financiero, determinar la factibilidad de constituir una empresa PYMES que produzca pulpa de maracuyá a la vez de, analizar la viabilidad de la alianza establecida con el señor H.L.	Explorativo	Mixto	Primaria y Secundaria	Entrevistas, Encuestas, Investigación documental	
	Descriptiva				

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DE MARACUYÁ EN EL ECUADOR

Como una forma de respaldar la siguiente investigación, se ha realizado un levantamiento de información sobre la industria de la maracuyá en el Ecuador. A través del análisis de cada una de las etapas que involucran a este sector, se intenta obtener información real sobre los diferentes indicadores que permitan conocer el desarrollo o evolución que han tenido a lo largo de los años. Describiendo las características básicas del fruto como su información personal, su origen, el tipo de familia al que pertenece para entrelazarlo a los procesos de cultivo a los cuales es sometido el fruto.

Una vez que, se han establecido los procesos de cultivo, se elaborará un análisis sobre la producción de maracuyá desde la cantidad de hectáreas sembradas, hectáreas cosechadas, toneladas obtenidas hasta las ventas realizadas para evidenciar que el producto final pasa por diferentes etapas hasta llegar al consumidor. Además, se evidencia si existe eficiencia en los procesos de producción empleados que como se conocen son de carácter empírico. Por otro lado se realiza un análisis sobre el precio de venta del producto tanto para el productor, como para el intermediario lo cual demostrará el poder de compra que tienen los intermediarios sobre los agricultores en general.

Al término del presente capítulo, se realizará un análisis sobre la oferta exportable de la maracuyá en el mundo. Se empezará por detallar la partida arancelaria con la cual, está registrado el fruto y sus derivados se conoce que, la Subpartida arancelaria es un código que se usa a nivel mundial sobre un producto en específico que permita un entendimiento global sobre el producto a tratar para el caso de la maracuyá, su Subpartida arancelaria corresponde a 0810901000. Finalmente, se enlistará las empresas a nivel local que interviene en actividades de exportación de maracuyá y sus derivados.

Información general

Origen

El cultivo de la maracuyá nace en la región amazónica de Brasil. Australia y Hawái fueron los siguientes destinos para la realización de sus cultivos. A partir de 1936, aumento la lista de países que se dedicaban a esta actividad agrícola entre los cuales destacan: India, Taiwán, Sri Lanka, Nueva guinea, Perú, Colombia y como último país Ecuador. El origen de su nombre está relacionado con los indígenas en la amazonia y significado del mismo es “fruto que se come de un sorbo” (Cañizares & Jaramillo, 2015).

Familia a la que pertenece la maracuyá

Tabla 9 *Familia a la que pertenece la maracuyá*

Nombre científico	Nombre del Fruto	Grupo
P. Mollisima	Curuba	
P. Quadrangularis	Badea	Passifloracea
P. Ligularis	Granadilla	

Nota: Adaptado del Cultivo de Maracuyá en el Ecuador, por (Cañizares & Jaramillo, 2015).

La tabla anterior detalla la familia a la cual pertenece la maracuyá. La relación existente entre los frutos se debe al parecido entre su forma de crecimiento y la forma de su flor. Cada una de ellas, pertenece al grupo Passifloracea.

Proceso de cultivo

Primera etapa: En un inicio, la planta empieza como un embrión una vez que este ha sido fecundado empieza su desarrollo. La primera fase se denomina embrionaria y comienza con la germinación de la semilla. Cuando la semilla esta germinada puede llegar a alcanzar una longitud de 5mm. Con el pasar del tiempo, el hipocótilo empieza a alargarse y este proceso se lo denomina “plántula emergida” cuando la semilla llega a esta fase, presenta hojas cotiledonares y pasan 70 días hasta que llega a su etapa juvenil (Cañizares & Jaramillo, 2015).



Figura 3: Etapa de fecundación
Nota. U.S. Department of Agriculture (2016).

Segunda etapa: En la etapa juvenil empiezan las primeras hojas y la planta toma forma, llegando a alcanzar hasta 15 cm de altura. Después de los primeros 80 días desde su sembrío la planta ya posee un aproximado de 10 hojas. La etapa de transición está representada por el cambio en la forma de las hojas, aumento en su longitud intermodal, aparecen características morfológicas y fisiológicas propias de la planta. Para este tiempo, se ha alcanzado una altura de 250 cm y empieza a formar lianas anunciando su etapa de madurez (Cañizares & Jaramillo, 2015).



Figura 4 Etapa Juvenil
 Nota. (U.S. Department of Agriculture, 2016).

Tercera etapa: Empieza con la aparición de flores lo cual, caracteriza su etapa de madurez. Para este entonces han transcurrido 195 días desde su siembra. Las ramas y flores de la planta empiezan a emerger intensamente. A medida que empieza la etapa de floración, empieza la de fructificación ambas, se desarrollan simultáneamente y a partir de este momento se espera los potenciales frutos (Cañizares & Jaramillo, 2015).



Figura 5 Etapa de madurez
 Nota :(U.S. Department of Agriculture, 2016).

Adicionalmente la polinización de la flor se puede realizar de forma natural o manual. Los insectos que visitan la flor se encargan de polizarlo, cuando esto no ocurre el agricultor tiene que hacerlo de forma manual e ir de flor en flor para lograrlo.



Figura 6 Tipos de polinización de la flor de maracuyá
Nota. (U.S. Department of Agriculture, 2016).

Producción de maracuyá en el Ecuador

El cultivo y producción de maracuyá se realiza durante el verano especialmente en zonas con climas tropicales. Su época de cosecha se efectúa durante los meses de abril a septiembre y de diciembre a enero. Lo que justifica su permanente disposición en el mercado local. Una vez que llega la etapa de recolección esta, se realiza cada dos semanas, de forma manual y en sacos. En la costa del país es donde se registra la mayor cantidad de hectáreas sembradas (Cañizares & Jaramillo, 2015).

En relación a las hectáreas sembradas, seis son las provincias que destacan como los principales sitios en los cuales, se registra esta actividad con mayor frecuencia. Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeralda y Manabí son las provincias que han destacado durante los periodos del 2014 al 2016 respectivamente. Con más de dos mil hectáreas sembradas por provincia, el sembrío de hectáreas en cada año aumenta y disminuye de periodo en periodo siendo el año 2016, el periodo donde se registró una mayor cantidad de hectáreas sembradas. A continuación, se explica esta relación mediante el uso de un gráfico de barras en el cual, se detalla la cantidad de hectáreas sembradas por provincia y periodo.

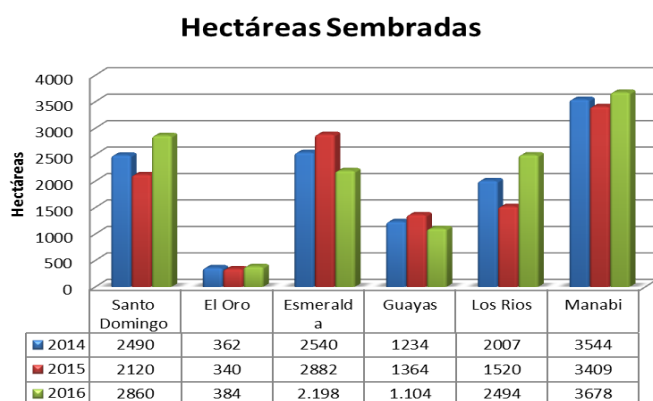


Gráfico 1 Hectáreas Sembradas

Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Por otro lado, una vez que se realizan las actividades de cultivos y se espera el tiempo prudente para el desarrollo del fruto, se procede a las actividades de cosecha. En un principio se podría inferir que por cada hectárea sembrada, se obtendría la misma cantidad de hectáreas cosechas pero la realidad es distinta y esto se debe a que, durante el transcurso del cultivo, el mantenimiento que se le dà a las hectáreas no siempre es el más adecuado, el uso de químicos baratos afectan los suelos y el producto final. Durante el año 2015 se registró la mayor cantidad de hectáreas cosechas en el país, siendo Manabí la provincia que cosechó mayor hectáreas en ese año, un total de 2731 hectáreas, en el siguiente gráfico de barras se evidenciará lo explicado. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

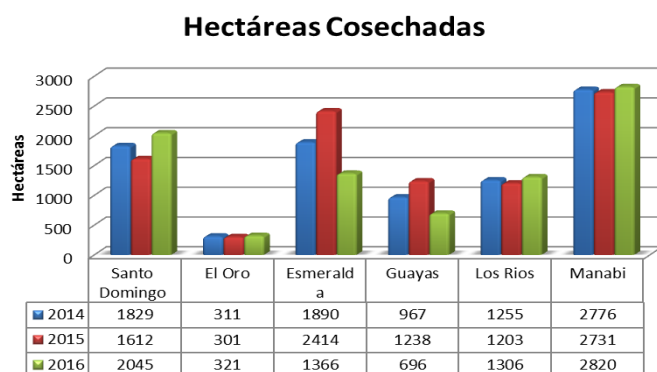


Gráfico 2 Hectáreas Cosechadas

Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017)

Retomando la cadena de producción de la maracuya, la cantidad de producto obtenido por hectarea se refleja en toneladas metricas. Santo Domingo de los Tsachilas es la provincia que registrò el mayor aporte del producto durante el año 2016. Con una producción de 17.621 toneladas de fruto para el año 2016, seguida de Manabi con 15.758 toneladas de producto. En total se registrò un total de 57.381 toneladas de maracuya para el año 2016. En el siguiente grafico de barras se detalla lo expuesto en el presenta parrafo (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

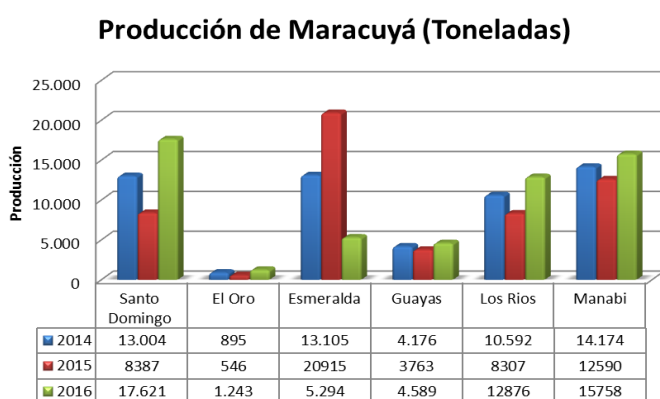


Gráfico 3 Producción de Maracuyá (Toneladas)

Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Al final de la cadena de proceso de cultivo, cosecha, producción de la maracuya se establece a las ventas como la etapa final del proceso. En función de lo expuesto, las ventas de maracuya registraron un mayor ingreso durante el año 2016, con ingresos correspondientes a USD 56.708,00 (expresado en miles de dolares) para este periodo. En un contexto individual, la provincia de Esmeralda registrò ventas por USD 20.771,00 en el 2015 siendo esta provincia y este periodo donde se registrò el mayor ingreso por venta de este producto. El siguiente grafico de barras expone los detallado en el presente parrafo (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Venta de Maracuyá (Miles de Dólares)

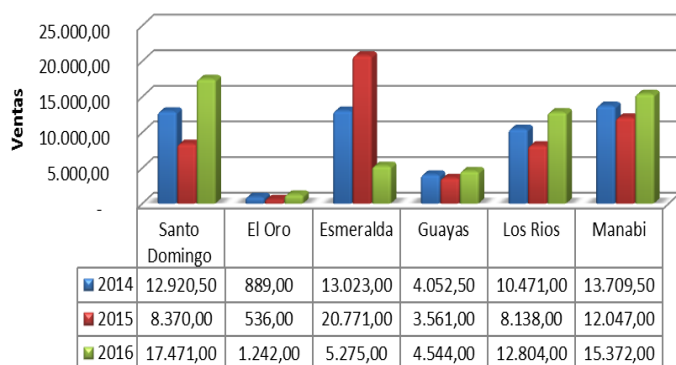


Gráfico 4 Venta de Maracuyá (Miles de Dólares)

Nota. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Precio nacional de la maracuyá por kilogramo

Durante los periodos del 2014 al 2016 el precio de venta de la maracuyá ha sufrido una reducción del 33% entre estos periodos. Los agricultores del fruto, son los que han sentido el mayor impacto de dicha reducción además, se conoce que el intermediario es quien resulta beneficiado por dicha venta en la mayoría de los casos un intermediario puede comprar un producto por precios relativamente bajos mientras este, lo revende al doble de su valor original.

El precio para el productor se estableció en USD 0,66 para el 2014 y con una reducción de USD 0,44 centavos por kilo para el 2016 mientras que el intermediario ha distribuido el fruto con un valor de venta de USD 0,96 centavos el kilo durante el 2014 lo cual, le ha generado una ganancia de USD 0,30 centavos por cada kilo vendido. A continuación, se detalla una tabla exponiendo la reducción en el precio tanto para los productos como para el intermediario y la ganancia que lleva el intermediario.

Tabla 10 Precio nacional de la maracuyá por kilogramo

Periodo	Precio Nacional por kilo de maracuyá		
	Productor	Intermediario	Diferencia
2014	\$ 0,66	\$ 0,96	\$ 0,30
2015	\$ 0,55	\$ 0,80	\$ 0,25
2016	\$ 0,44	\$ 0,64	\$ 0,20

Nota. Adaptado de los boletines agropecuarios, por el (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Análisis de la producción de maracuyá en el Ecuador

A lo largo de las anteriores tablas y gráficos, se ha evidenciado el cultivo de maracuyá en el Ecuador en sus diferentes etapas. Ecuador ha destinado más de trece mil hectáreas para lo que es el cultivo de maracuyá entre los años de 2014 al 2016 con un tasa de crecimiento del 2% anualmente. Mientras que las hectáreas cosechadas refleja una perdida promedio de tres mil hectáreas por año. Al productor le representa un costo operativo del 32% las actividades de cosecha y en su etapa final solo destina el 16% en lo que se refiere a mano de obra este, podría ser uno de los factores que afecte al proceso de cosecha pues, en testimonio previos se ha indicado que el tratamiento inadecuado sobre el fruto puede terminar por perjudicarlo (MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, 2017).

Dentro de la industria de maracuyá se han destinado créditos con montos mayores a USD 2.568.667 desde el 2014 al 2016. Además se estima que el 91% del monto total pertenece a la banca privada mientras que el 9% a instituciones del sector público. Estos créditos han beneficiado a más de 449 personas provenientes de 11 provincias del país. Como resultado se han obtenido más de cincuenta y cinco mil toneladas de maracuyá en el Ecuador. Reflejando ingresos promedio por venta de USD 6.073.700 anualmente (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015).

El precio es otro de los indicadores que presenta mayor preocupación al productor de maracuyá. Entre el 2014 al 2016 ha existido una reducción en el precio de USD 0,20 centavos de dólar por el kilogramo de maracuyá para el productor. El caso del intermediario es distinto pues, el precio al que el compra el producto no es el mismo al que él lo vende. Por cada kilo que el compra y vende recibe una ganancia promedio de USD 0,25 centavos de dólar, aproximadamente el mismo valor que ha perdido el productor en los últimos años (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, 2015).

Oferta exportable de la maracuyá ecuatoriana

Para determinar la oferta exportable de la maracuyá ecuatoriana a nivel mundial, se establecerá la cantidad exportada en función de las toneladas métricas y el valor FOB registrado por el producto. Por otro lado, se establece la oferta exportable en relación al producto y a sus derivados. Como primera instancia, se establece información sobre la partida arancelaria bajo la cual se lleva este fruto a mercados internacionales, seguida de gráficos en barras y una pequeña explicación.

Partida Arancelaria

Tabla 11 *Partida arancelaria de la maracuyá y sus derivados*

Subpartida	Descripción
0810901000	Granadilla, «Maracuyá» (Parchita) y demás Frutas de la Pasión (Passiflora Spp.)
2009801200	Jugos, pulpas, concertados de «maracuyá» (parchita) (Passiflora Edulis)

Nota: Adaptado de Consulta por Nandida, por el (Banco Central del Ecuador, 2017).

Oferta exportable de la maracuyá y sus derivados

Como se mencionó en el párrafo anterior, las exportaciones de maracuyá se dividen en dos categorías, el fruto en su estado natural y sus derivados entre los cuales se destaca los jugos, pulpas y concentrados. Bajo la Subpartida 0810901000 se registra las exportaciones de maracuyá en su estado natural. El año 2016 resaltó como uno de los periodos en los cuales se envió la mayor cantidad de toneladas métricas de maracuyá hacia mercados internacionales. Mientras que, durante el año 2015 se registró el mayor ingreso en valores FOB de los últimos tres periodos, con USD 385 (expresado en miles de dólares) para este periodo. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

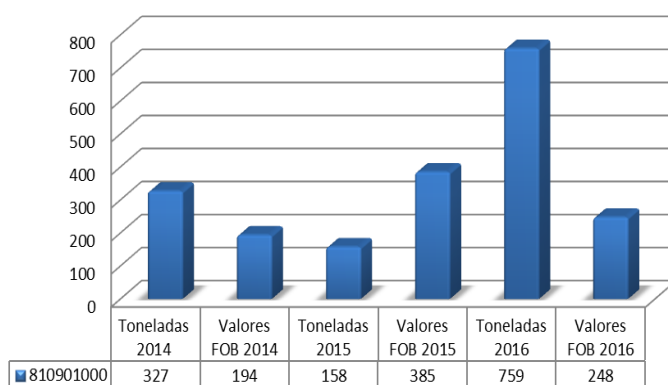


Gráfico 5 Exportación de Maracuyá bajo la Subpartida 0810901000
Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Para el caso de las exportaciones registradas bajo la Subpartida 2009801200, se ha establecido un periodo de análisis que se encuentra entre el 2014 al 2016. Lo cual, determinó que durante el año 2015, se registrará la mayor cantidad de toneladas exportadas durante ese periodo las cuales, corresponde a 8.484 toneladas en relación a los valores FOB, durante el año 2014 se registró el ingreso más alto por la venta de la pulpa, jugos y concentrados de maracuyá. A continuación se establece un gráfico de barras que establece la evolución de las exportaciones de estos productos durante los periodos del 2014 al 2016.

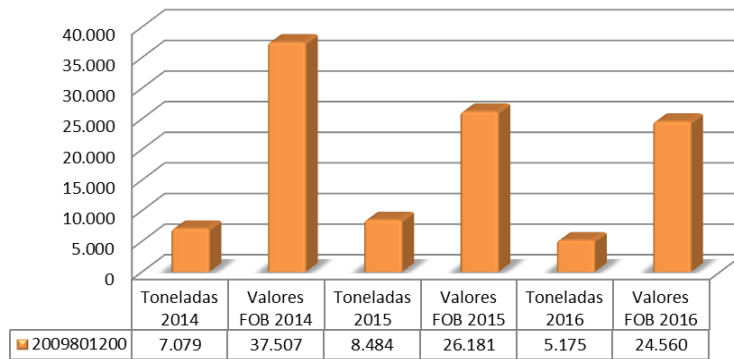


Gráfico 6 Exportación de jugos, pulpas y concentrados de maracuyá registrados bajo la Subpartida 2009801200

Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Principales empresas exportadoras de maracuyá y sus derivados

Como en la mayoría de los sectores productivos del país. La existencia de diferentes empresas que oferten el mismo producto no puede faltar. En el caso del sector de la maracuyá, la existencia de empresas que oferten maracuyá y sus derivados se detallará en la tabla siguiente. La información utilizada en la tabla siguiente fue obtenida del (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Tabla 12 Principales empresas exportadoras de maracuyá y sus derivados

Nombre de la empresa	Ubicación	Producto que ofrece
AGRÍCOLA OFICIAL AGROFICIAL S.A.	Guayaquil	Pulpa de maracuyá, pulpa de guayaba, pulpa y concentrado de mango y frutas.
AGRO INDUSTRIAL FRUTA DE LA PASION C. LTDA.	Guayaquil	Concentrado de maracuyá
AGROLAYA S.A.	Quevedo	Cacao nacional. 300 qq al mes, cacao 500 qq al mes, maracuyá y maíz.
AMAZONICFRESH CIA. LTDA.	Quito	Productores de pitahaya comercializan: -uvilla -mango - maracuyá
AMERIFOODS S.A.	Guayaquil	Gandul en lata, banano iqf, maduro y patacón iqf, pulpas y concentrados , palmito, pulpa de maracuyá, pulpa de guayaba
PROYIMAR S.A.	Guayaquil	Maracuyá congelados; pulpa de frutas varios, pulpa de mango, frijoles, mellocos
QUICORNAC	Guayaquil	Jugos naturales (maracuyá)
RAREEATS S. A.	Guayaquil	Pulpas y concentrados de jugo, frutas y vegetales deshidratados
TROPIFRUTAS S.A.	Guayaquil	Elaborado de banano, concentrado de maracuyá , puré de banano
AMORE NATURE	Quito	Productos farmacéuticos y químicos elaborados a base de maracuyá
NUNAFRUT	Quito	Pulpa de fruta: mango, tamarindo, mora, guanábana, frutilla, naranjilla, piña y maracuyá-fruta deshidratadas

Nota: Adaptado del directorio de exportadores de maracuyá, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

Una vez que, se ha realizado el respectivo análisis sobre la industria de la maracuyá en el país. Se procede a realizar una investigación de mercado que permita conocer al cliente y su estilo de consumo de tal forma que, se puedan desarrollar estrategias a seguir que contribuyan a la introducción y el desarrollo de la pulpa de maracuyá dentro del mercado local. Adicionalmente se emplearan los análisis del PESTN el cual realiza un análisis sobre indicadores del macro entorno que incidirán sobre la empresa y su desarrollo en general y mediante el análisis FODA sobre el producto se determinaran los debilidades y amenazas que pueden ser mitigadas si se emplean estrategias adecuadas así mismo, las fortalezas y oportunidades detectadas del producto.

Por otro lado, se realizará un análisis sobre las cinco fuerzas de Porter desde el punto de vista del comprador, proveedor, productos sustitutos, clientes y rivalidad entre empresas. De tal forma que, el objeto de estudio se analiza desde cada uno de estos puntos y se determina cual podría ser el que incida con mayor fuerza sobre el desarrollo del producto dentro del mercado local. Cabe mencionar que dentro del presente capitulo se explica la metodología empleada para el desarrollo de la presente investigación, citando a uno de los principales autores de metodologías investigativas (Roberto Hernández Sampieri).

Al termino del presente capitulo se realizará un análisis mediante el uso de fuentes primarias las cuales incluyen la elaboración de encuestas a una muestra de 384 personas en la ciudad de Guayaquil a la vez de, la realización de entrevistas a expertos e involucrados dentro de la industria de la maracuyá. La finalidad de esto, es conocer de primera fuente la percepción y expectativas de los clientes frente al ingreso de otra empresa ofertante de pulpa de maracuyá y como parte de la expansión internacional se establecerá los destinos más óptimos y recomendados para el producto.

Análisis PESTN

Entorno Político

Reducción al impuesto a la renta del 22% durante el año 2013 y de acuerdo a lo estipulado en el Art. 37 de la Ley de Orgánica Régimen Tributario Interno (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Exoneración al pago del impuesto a la renta por 5 años para las empresas recién constituidas como nuevas en cualquiera de los sectores del país (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Cuando una empresa esté generando la creación de plazas de empleos, el gobierno nacional mediante sus organismos de control dispondrá que dicha empresa quede exonerada del anticipo por concepto de impuesto a la renta (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Ecuador posee 32 acuerdos comerciales vigentes a nivel mundial entre los que se destacan relaciones bilaterales y cooperación con la India, Indonesia y Turquía adicionalmente roles de cooperación con la mayoría de países en de américa (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

Entorno Económico

Ecuador presentó un aumento de su Producto Interno Bruto durante los periodos del 2010 al 2014 de USD 69,555 millones a USD 100,917 millones con un crecimiento promedio del 6,84% entre el 2010 al 2014. Así mismo, durante los periodos del 2014 al 2016, se registró un aumento promedio del 4,3% a favor del PIB esto, como resultado del constante incentivo a los sectores productivos del país que son una de las mayores fuentes de ingresos del país. La inversión gubernamental en conjunto con la privada, dinamizaron los sectores del país y con el cambio de la matriz productiva se logró un aumento en la infraestructura y capacitación al talento humano del país (Banco Mundial, 2017).

Con el objetivo de proteger la producción doméstica, se crearon las salvaguardias durante el año 2015 sobre 2800 partidas. Por un periodo de un año y medio, los niveles de importaciones se controlaron considerablemente y se recaudó alrededor de USD 1.600 millones, este comportamiento se reflejó en la balanza comercial del año 2016 la cual expuso que la balanza comercial petrolera presento un saldo a favor de USD 2,423,7 millones a pesar de la reducción registrada por el precio de crudo de petróleo por su parte, la balanza comercial no petrolera presentó déficit pero con la diferencia que este fue menor a la del año 2015. Paso a estar en USD 4,468.9 millones a USD 1,221.9 millones entre el 2015 al 2016 respectivamente (Banco Central del Ecuador, 2017)

De acuerdo a datos obtenido por el (Banco Central del Ecuador, 2017) la inflación del Ecuador a presentado una reducción considerable entre julio del 2015, 2016 y 2017 en 4,14%, 1,58% y 0,10% respectivamente.

Entorno Social

Para la realización de las actividades agrícolas del país existen 37,956 personas capacitadas desde Ingenieros agrónomos, técnicos y muchos más registrados legalmente en la SENECYT. De tal forma que, el talento humano capacitado contribuye a la mejora de la eficiencia en el sector agrícola y aprovechando las bondades del suelo fértil en un 100% (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

El proyecto “Agro Seguro” creado por el Ministerio de agricultura, acuicultura ganadería y pesca benefician a los productores del país con la protección de sus sembríos, acceso créditos agrícolas y asesoría en función de las plagas que afecten a sus cultivos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Costos de operacionales de producción son realmente bajos en Ecuador. En función al presupuesto que se destina para mano de obra y servicios básicos, Ecuador presenta índices básicos en comparación de los países de la región. Para el año 2016, Ecuador gastó USD 11 millones por este concepto en comparación de Colombia y Chile que destinaron más de

USD 20 millones en gasto por concepto de mano de obra y servicios básicos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Entorno Tecnológico

A través de acuerdos comerciales con Brasil, se consiguió el ingreso de tecnología de punta que será destinada para el sector agrícola del país de tal manera, se reducirá los errores en los sembríos y cosechas. Así mismo, se capacitará al agricultor para el uso del nuevo equipo (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2017).

Entorno Natural

Al ser un país con una abundante biodiversidad se obtiene el mayor aprovechamiento de cada uno de los recursos naturales que posee el país. La aportación al PIB por parte de los sectores agrícolas, pesqueros, ganaderos y de caza corresponde al 7,3% (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Esmeralda, Manabí, Los Ríos, Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas son las provincias donde se cultiva la mayor producción de maracuyá del país. Con un aporte de 61.187 toneladas de producción (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Análisis FODA

Fortalezas

El señor H.L es un experto en la producción de maracuyá y será parte de la empresa no solo como proveedor sino como guía para obtener el total aprovechamiento sobre el fruto.

Los procesos de elaboración del concentrado de maracuyá no atentan contra el medio ambiente.

Las tendencias por el consumo productos saludables y de contenido natural cada día aumenta. Lo que convierte al concentrado de maracuyá es una alternativa de consumo.

Ecuador es un productor de maracuyá por su naturaleza agrícola. Lo que representa un abastecimiento de la fruta constantemente.

Oportunidades

De las semillas del fruto y su cascara se pueden crear otra línea de productos derivados de la maracuyá, como aceites, cremas y snacks.

Incentivo a los emprendimientos en instituciones del sector privado.

PROECUADOR, ofrece asesoría técnica, tecnológica, investigación de mercado, capacitación para las empresas PYMES del país.

Ecuador ocupa el segundo lugar a nivel mundial como proveedor de maracuyá de tal forma que la calidad del fruto ya es reconocida por el mundo.

En base a las encuestas realizadas se determinó el interés por degustar la pulpa de maracuyá de “Concentrado León”

Debilidades

Existencia de empresas que ofrecen el mismo producto y con mayor variedad de frutas.

Es fácilmente sustituido por cualquier otra bebida.

El producto puede ser vinculado con alto contenido de preservantes y colorante.

No existe fidelidad del cliente hacia alguna marca en específico de concentrado de frutas.

Amenazas

Concentrados León” no cuenta con el prestigio y reconocimiento que respalde la calidad en sus procesos y producto final.

Su línea de productos se limita a solo una fruta. Lo que indica que sus ingresos dependerán de solo un producto.

No poseen experiencia previa en la negociación con proveedores y competencia en un mercado con marcas ya posesionadas.

Formulación de estrategias en función del FODA

Estrategias de fortalezas y oportunidades

Al poseer conocimiento sobre los procesos productivos de la maracuyá por parte del señor H.L, se puede obtener el máximo aprovechamiento sobre el fruto no solo a nivel de la pulpa sino utilizando sus semillas para la creación de otros productos y el uso de su cascara.

Existe apoyo gubernamental para las nuevas empresas en el país y la asesoría gratuita que servirá de apoyo durante los procesos de fabricación de la pulpa de maracuyá y su respectiva comercialización.

El acceso a la materia prima es permanente por parte del señor H.L inversionista y proveedor del presente proyecto de tal forma que, se dispone del producto en cualquier estación del año.

Estrategias de debilidades y oportunidades

Las encuestas realizadas determinaron que, existe un interés hacia el consumo de pulpa de maracuyá a pesar de existir empresas ofertantes del producto. Es necesario que se mantenga un producto 100% natural de tal forma que, el consumidor no lo relacione con químicos ni preservantes.

Utilizar la asesoría técnica, comercial y de talento humano proporcionada por instituciones del sector público para potencializar al máximo los procesos de fabricación y comercialización del producto.

Estrategias de fortalezas y amenazas

Los conocimientos del Señor H.L permitirán que se llegue de forma directa los procesos productivos a pesar de la poca experiencia como comercializadores de pulpa de maracuyá.

Estrategias de debilidades y amenazas

Aumentar la línea de productos que se ofrezcan al consumidor es decir, emplear más frutas o incluso mezclarlas entre sí para obtener nuevas presentaciones de pulpa de frutas.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Poder de negociación de los clientes

El mercado ecuatoriano cuenta con diferentes marcas de pulpa de frutas entre las cuales se encuentra la maracuyá. El precio del producto se estima será de USD 1,45 y se encuentra dentro de lo que el mercado dispone. El cliente no establece una marca en específico al comprar pulpa de frutas su relación se basa más sobre el precio del producto.

Rivalidad entre empresas

Existen dos empresas (QUICORNAC S.A y Tropifrutas S.A) que lideran el mercado de pulpa de frutas en el país. Estas empresas cuentan con una amplia gama de pulpas de diferentes frutas. A pesar de que “Concentrados León” es nuevo en el mercado, aún no cuenta con la capacidad suficiente ni de mercado ni en producción para rivalizar con dichas empresas.

Amenaza de nuevos competidores

Al ingresar al mercado de las pulpas de frutas, existen competidores que ofrezcan el mismo producto por debajo del mercado y de forma informal como es el caso de vendedores ambulantes que ofrecen el mismo producto pero sin garantizar estándares de calidad a precio tres veces menores del que ofrece “Concentrados León”

Poder de Negociación de los Proveedores

“Concentrado León” no se verá afectado por este tipo de negociación debido a que, el proveedor de la materia prima figurará como socio de la empresa de tal forma que no se incurrirá en negociaciones que lo puedan perjudicar a él también

Amenaza de productos sustitutos

Las pulpas de frutas tienen un sin número de productos con el cual ser reemplazados. De acuerdo a las encuestas realizadas un proporcional de los encuestados admitieron que consumen agua antes que cualquier jugo, pulpa o gaseosa. Es necesario que se establezca que el consumo de pulpa se daría de forma eventual y en base a esa proyección estimar la demanda y posible oferta.

Metodología de la investigación

Investigación Descriptiva

Se detalla el problema principal del objeto de estudio y se determina sus causales y el impacto generado (Hernández Sampieri, 2011).

Investigación Cualitativa y Cuantitativa

Similar que el punto anterior se describirá al objeto de estudio mediante argumentos los cuales, se basaran en datos numéricos que respalden de forma cuantitativa cuan perjudicado se ha visto el sector (Hernández Sampieri, 2011).

Método deductivo

Se ha realizado una investigación alfanumérica partiendo desde un punto de vista general hacia uno particular. La producción de maracuyá en Ecuador, niveles de exportaciones, principales países de destino hasta llegar a la industria de concentrados y sus niveles de participación en el mercado local e internacional (Hernández Sampieri, 2011).

Recaudación de la información

Fuente primaria: Elaboración de encuestas y entrevistas Fuente secundaria: Bibliografía documental (Hernández Sampieri, 2011).

Población y muestra

Tipo de población

El consumo de pulpas de frutas se realiza de forma general, sin distinción de sexo, raza o rango de edad por ello, determinar la población que consuma pulpa de frutos sería extremadamente alto por ello se ha decidido direccionar como población muestral a la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil ya que es el sitio por donde se empezará la distribución del producto y tomando este punto como referencia se expandirá hacia las demás parroquias, cantones y ciudades del país. De acuerdo a cifras obtenidas en el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012) la población registrada en la parroquia Tarqui, corresponde a 1.050.826 de personas.

Tipo de muestra

La población para el presente proyecto corresponde a 1.050.826 personas, para el cálculo de la fórmula muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Figura 7 Fórmula de la muestra

Nota. (Navarro, 2013)

Tabla 13 Datos para obtener la muestra

Datos para la muestra	
Z: Nivel de Confianza	95%
P: Probabilidad que suceda	50%
Q: Probabilidad que no suceda	50%
E: Margen de Error	5%
M: Muestra	¿?

Nota: Adaptado de la interpretación de la muestra, por

Desarrollo del ejercicio

$$M = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}{(0,05)^2}$$

$$M = \frac{3,8416}{0,0025}$$

$$M = 384,16$$

$$M = 384$$

Instrumentos de investigación primaria

Análisis de las encuestas

El objetivo de realizar encuestas sobre la aceptación y consumo de pulpa maracuyá estuvo basado en la hipótesis de que, “El ecuatoriano promedio, consume jugos hechos en casa ya que les resulta más económico y no afecta su salud”. Con esta hipótesis planteada se salió a las calles de la ciudad de Guayaquil a encuestas a 384 personas de acuerdo a los datos obtenidos por los cálculos de muestreo inicial. La elaboración de las encuestas se realizó durante la semana del 25 de julio hasta el 05 de agosto. Los sitios en los que se llevó a cabo las encuestas fueron: En la parroquia Tarqui, en los exteriores de cadenas de supermercados (Megamaxi y Mi Comisariato).

Centros Comerciales, Compañeros de trabajo y habitantes de la parroquia Tarqui fueron los sitios escogidos para la elaboración de las encuestas por lo tanto, el resultado de los encuestados llevo a que, se llegaran a las siguientes conclusiones:

1. ¿Cuál es su edad?

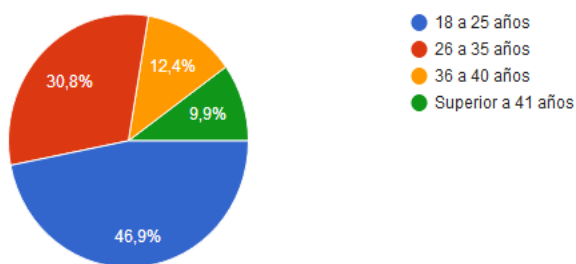


Gráfico 7 ¿Cuál es su edad?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 1, Con un 46,9% la mayoría de los encuestados estuvieron en un rango de edades que están entre los 18 a 25 años, siendo este un segmento al cual se podría llegar a través de una promoción novedosa, colorida y creativa si se considera que en este rango de edad la percepción visual sobre algún producto en tendencia podría marcar el inicio de una compra inicial

2. ¿Con que frecuencia consume frutas?

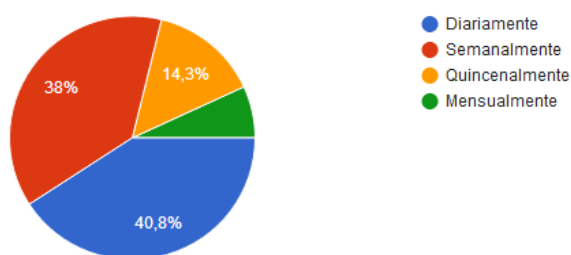


Gráfico 8 ¿Con que frecuencia consume frutas?
Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 2, Con un 40,8% la frecuencia con la que los ecuatorianos consumen frutas es de forma diaria de tal modo que, se aplica la teoría que las tendencias por consumir productos saludables cada día van en aumento y con esta pregunta se denotó que la pulpa de maracuyá de “Concentrados León” no debe perder su esencia y base inicial que es la pulpa pura de maracuyá sin el exceso de aditivos que solo reducirían su sabor y valor nutricional natural.

3. ¿Cuál es la forma en la que consume frutas?

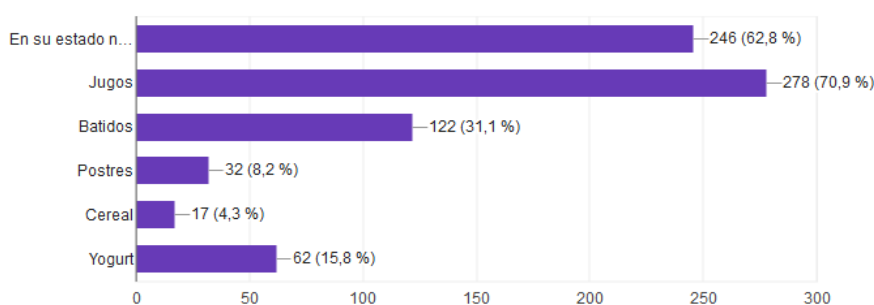


Gráfico 9 ¿Cuál es la forma en la que consume frutas?
Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 3, Con un 70,9% los hábitos de consumo de frutas en los ecuatorianos en mediante la ingesta de jugos en cualquiera de las comidas que deguste incluso en snack no puede faltar una bebida de complemento por lo tanto la pulpa de maracuyá de “Concentrados León” será un producto complementario para la comida de los ecuatorianos y su sabor no debe causar un contraste descargable para el paladar.

4. ¿Cuál es el tipo de bebida con el que acompaña sus comidas?

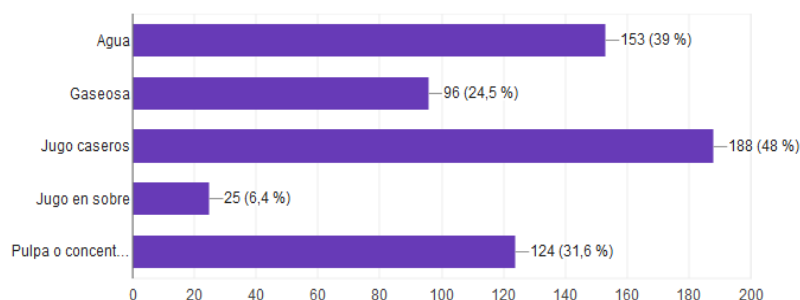


Gráfico 10 ¿Cuál es el tipo de bebida con el que acompaña sus comidas?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 4, Con un 48% los jugos caseros son las bebidas con la que los ecuatorianos acompañan sus comidas, por esta clase de respuesta se evidencia que las costumbres y rutinas de cada hogar ecuatoriano se ha transmitido de generación en generación y que consumir jugos junto a cada comida que se sirva es algo que caracteriza a las familias ecuatorianas y esto ha sido detectado por restaurantes, centro de comida rápida e incluso lugares de trabajo.

5. Cuando usted consume jugo, ¿cuál es la forma en la que lo prepara?

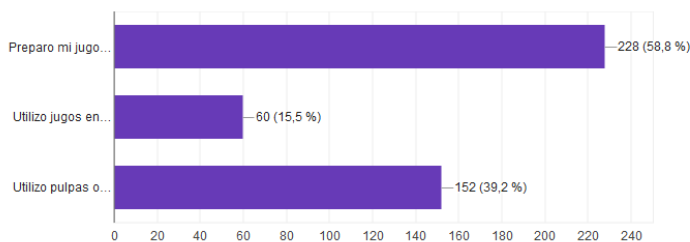


Gráfico 11 Cuando usted consume jugo, ¿cuál es la forma en la que lo prepara?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 5, Con un 58,8% la elaboración de jugos en casa fue la respuesta que más votos obtuvo por parte de los encuestados. Si la tendencia por consumir productos saludables está incrementando su modo de preparación aún resulta dudoso para los consumidores que, poseen la oferta permanente de jugos procesados, en tiendas, supermercados y restaurantes e incluso jugos en vendedores ambulantes a pesar de esto, prefieren elaborarlos ellos mismos ya que, conoce el verdadero proceso y sienten mayor tranquilidad al consumirlo

6. Cuando Usted consume jugos en sobre o pulpa de frutas, Usted agrega:

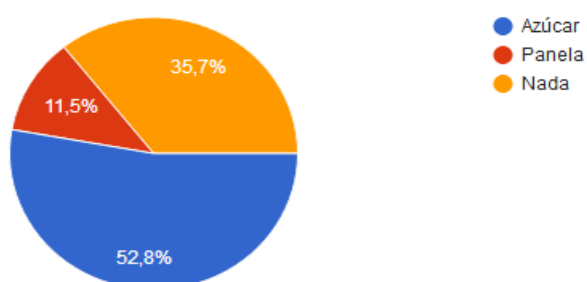


Gráfico 12 Cuando Usted consume jugos en sobre o pulpa de frutas, Usted agrega:
Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 6, Con un 52,8% en relación a las pulpas de frutas que se consumen en el país, los encuestados fueron claros al decir que sienten que esas pulpas necesitan azúcar para complementar su sabor algo que resulta contradictorio pues, las pulpas tienen como materia principal la fruta en su estado natural y esa fruta tiene su propio dulce, si a esto se le suma el azúcar o los saborizantes que utiliza la empresa productora de pulpas más el adicional de azúcar del consumidor, dará como resultado la ingesta de azúcar de 3 veces su valor original el resultado final, terminará por afectar la salud de quien lo consume.

7. De las siguientes frutas ¿Cuáles son las que usted utiliza con mayor frecuencia para elaborar sus jugos?

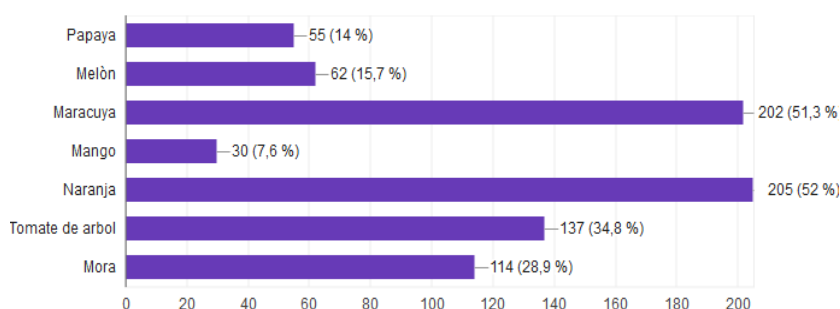


Gráfico 13 De las siguientes frutas ¿Cuáles son las que usted utiliza con mayor frecuencia para elaborar sus jugos?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 7, entre las frutas preferida por los ecuatorianos al momento de preparar sus jugos destacaron, la naranja con un 52% y la maracuyá con un 51,3%. El consumo de naranja en su estado natural o a través de jugos se realiza por el alto contenido de vitamina C y al ser esta, una ciudad de clima cambiante las afecciones respiratorias están al orden del día, por ende, consumir naranja puede brindar las vitaminas necesarias para combatirla y es la fruta con la que los ecuatorianos se sienta más familiarizados.

8. ¿Estaría dispuesto a consumir pulpa de maracuyá?

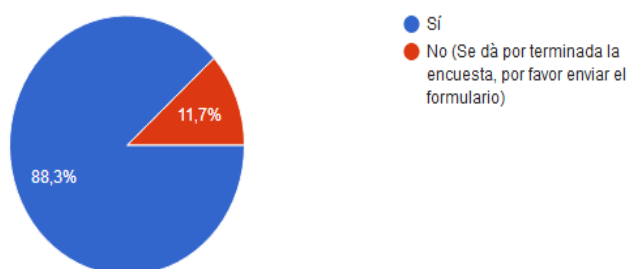


Gráfico 14 ¿Estaría dispuesto a consumir pulpa de maracuyá?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 8, Con un 88,3% que representa que, de cada diez encuestados, ocho contestaron que estarían dispuestos a consumir pulpa de maracuyá. Esto es un signo positivo para el proyecto ya que,

basándose en los gustos y preferencias de los encuestados se podrá obtener el mayor aprovechamiento de la fruta y dar la mejor versión en función a su calidad, sabor y precio accesible.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 500 gramos?

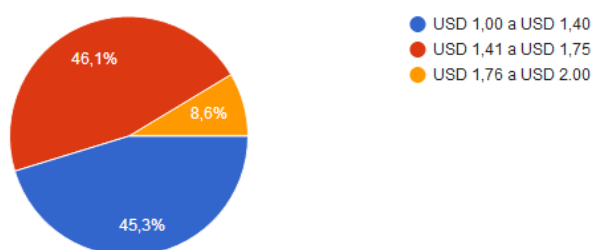


Gráfico 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 500 gramos?

Nota: Investigación de Campo

En la pregunta número 9, Con un 46,1% de encuestados determinaron que, el precio que estarían dispuesto a pagar los encuestados se encuentra entre USD 1,41 a 1,75 USD un valor que se encuentra dentro de la media del mercado local. Una vez que se recaudaron los datos referentes al precio, se obtuvo el precio de venta al público, en base a la información proporciona el PVP de la pulpa de maracuyá de “Concentrados León” será USD 1,45 a nivel nacional.

10. ¿Dónde le gustaría adquirir la pulpa de maracuyá?

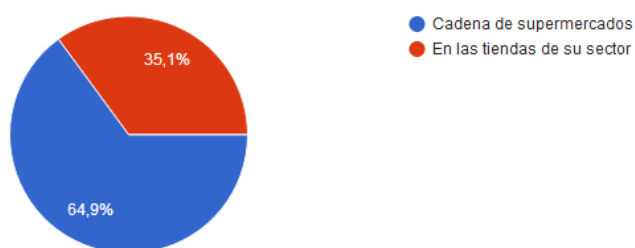


Gráfico 16 ¿Dónde le gustaría adquirir la pulpa de maracuyá?

Nota: Investigación de Campo

En las preguntas número 10, un total del 64,9% de los encuestados respondieron que les gustaría adquirir el producto en cadenas de supermercados cuando realicen sus compras habituales conociendo esto, será necesario que la promoción sea directa y constante en estos puntos de la ciudad con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de clientes posibles y sean ellos a través de su testimonio respalden la calidad y el buen sabor de la pulpa de maracuyá de “Concentrados León”.

Análisis de las entrevistas

Entrevista al Señor H.L

En una entrevista concedida por el señor H.L en el recinto “El Rosario” del Cantón Naranjito, se trataron temas enfocados hacia: sus procesos de producción, niveles de venta, lista de comprados, costo de producción entre otros más. A lo largo de la entrevista, el Señor H&L relató acerca de sus inicios y el negocio familiar que ahora está bajo su gestión. Durante la entrevista manifestó su descontento respecto al precio de venta de su producto, afirmando que, es un precio injusto pues la inversión física y económica genera costos operativos que en algunos casos no pueden ser cubiertos por los ingresos en ventas que registra el maracuyá (León, 2017).

Él recibe USD 0,31 centavos de dólar por el kilogramo de maracuyá. Así mismo, explicó que con ese precio se le dificulta cubrir sus costos operativos y mucho menos recibir un margen de ganancia. También comentó que tuvo que reducir su personal pues lo que recibía no le permitía contratar más personas que presten servicios de mano de obra. El precio que él considera justo sería USD 0,96 pero es consciente del poder de negociación del intermediario y al ser este su único ingreso económico se ve en la necesidad de colaborar ya que, sabe que, si no vende su producto, este podría dañarse y los costos incurridos en la pérdida no van a poder cubrirlos (León, 2017).

Se le consultó lo siguientes ¿Si usted ha notado baja rentabilidad en la venta de maracuyá, porque no sembrado otro producto o en su defecto se ha dedicado a otra actividad? A lo que él respondió que, dedicarse al cultivo de otro tipo de fruta le representa una gran inversión económica de la cual el no dispone, pero si algo recalcó durante la entrevista fue, que él no se ha quedado con los brazos cruzados en relación a las ventas de maracuyá. Comentó que en muchas ocasiones los intermediarios escogen las frutas que comprarán y aquellas que son consideradas en mal estado son apartadas del resto. En vista de esto y para no perder esa fruta el en compañía de un familiar decidieron reutilizar ese rechazo a su favor (León, 2017).

La fruta que fue considerada como rechazo fue reutilizada para obtener pulpa de maracuyá artesanal, desde su casa y de forma rudimentaria procedieron a extraer la pulpa, limpiarla, cernirla y empacarla en fundas plásticas las cuales, almacenaban en un congelador para su posterior venta. Los sitios de ventas se realizaron a los habitantes del recinto y en el mercado de transferencia de víveres de Guayaquil, con un precio de venta al público de USD 1,00 la funda de 250 gramos. En un inicio esta idea resulto a favor del señor H.L quien sin esperarlo se convirtió en proveedor de pulpa de maracuyá desde su Cantón hasta la ciudad de Guayaquil (León, 2017).

Con el pasar del tiempo, la demanda sobre sus pulpas fue disminuyendo hasta el punto que no vendió más. Se preguntó muchas veces que fue lo que sucedió con su producto y por qué cayó en un declive irreversible. La respuesta de sus compradores fue que no sabían cuan saludable era la pulpa que el vendía pues, no contaba con información del fabricante entonces al desconocer su procedencia muchas dejaron de comprarlo ya que no querían verse afectados en su salud. El señor H.L admite ser un hombre de cultivos, que conoce su producto y la calidad del mismo pero también sabe que no puede ir de cliente en cliente para convencerlo que su producto es natural y elaborado con la mayor limpieza posible (León, 2017).

Al final, decidió por no seguir en el negocio de la venta de pulpas de frutas debido a que, desconoce cuál debería ser su punto de partida pues, se reconoce como un hombre conocedor de la tierra y sus bondades, pero no como uno de negocios. Al término de la entrevista, se le consultó si estaría dispuesto en incursionar nuevamente en el mercado de las pulpas de frutas, pero ya de una manera formal y bajo los estándares y reglamentos que exige el mercado nacional, su respuesta fue inmediata y afirmativa. Si él consigue una propuesta de compra de 1000 fundas de concentrado se sentirá más que satisfecho por tal motivo, los autores plantearon la propuesta de la tecnificación de su producción a través de la búsqueda de financiamiento e inserción en el mercado local (León, 2017).

Entrevista a Banco D Miro

Al término de la entrevista con el Señor H.L los autores empezaron buscar información referente al financiamiento de las empresas PYMES del país ya que, se estableció una alianza comercial con el Señor H.L y si el contribuirá con la materia prima, conocimiento sobre el producto y forma de aprovechamiento, los autores deben realizar la búsqueda del financiamiento faltante para iniciar con las actividades del negocio propuesto. Como parte de las entrevistas pactadas con la debida autorización (revisar anexos) se procedió a realizar las respectivas visitas con la finalidad de encontrar a un futuro inversionista.

La primera institución que se visitó fue las instalaciones del Banco D Miro en la ciudad de Guayaquil ya que, se conoce de su espíritu solidario y apoyo a los emprendimientos. Una asesora de créditos brindo la información necesaria la cual se estableció de la siguiente manera: Banco D Miro es una institución cristiana que busca apoyar al pequeño empresario quien en su afán de mejorar su economía decide emprender un nuevo negocio, pero es consciente que la banca privada no se lo concederá por tratarse de una persona sin recursos financieros que respalde dicho préstamo (Banco D Miro, 2017)

Banco D Miro se especializa en micro emprendimientos, con montos que no superen los USD 25000, cualquier persona puede acceder a estos créditos siempre y cuando tengan un historial crediticio limpio y la finalidad de su negocio no sea de carácter dudoso o poco seguro como es el caso de bares, night club, billares y demás negocios enfocados a actividades que no consideran aptas de acuerdo a los valores del banco. A diferencia de otras instituciones, Banco D Miro se basa en un sistema crediticio limpio y facturas comerciales que garanticen la actividad del negocio y su legalidad para determinar si concede o no el crédito. El tiempo de espera por la aceptación del crédito es de 76 horas contando desde el ingreso de la solicitud (Banco D Miro , 2017).

Entrevista a Banco del Pacífico

Al término de la entrevista se determinó que, Banco D Miro no sería quien financie el proyecto ya que no cuenta con una línea de crédito especializada para las empresas PYMES. El siguiente banco que se visitó fue, el Banco del Pacífico ya que, de acuerdo a su página de internet se ha creado un nuevo programa enfocado hacia emprendedores y empresas PYMES. La entrevista se realizó directamente con su jefa de agencia en el Centro Comercial “El Dorado”. En mención, se recibió un trato excelente y de total colaboración por parte de la funcionaria quien informó que aún no se ha iniciado con el programa en menciona ya que, se necesita estudiar el impacto y la rentabilidad generada sobre el banco, aun así, informó lo siguiente:

Para que una empresa acceda a créditos del Banco del Pacífico este debe presentar su plan de negocios, soportes de actividad de mínimo tres últimos años de funcionamiento, estados financieros y que los socios de la empresa no posean historial de crédito pendiente pues al momento de firmar todos los socios figuraran como codeudores. El tiempo de aceptación varía de acuerdo al monto del crédito pero no supera a los dos meses para su debida aprobación. El plan de negocio debe mostrar los datos reales y la rentabilidad real del negocio pues en caso de ser falso el banco está en su

derecho de tomar las acciones respectivas con los solicitantes por delito de falsificación (Banco del Pacífico, 2017).

Entrevista al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Como parte final de la entrevista, se informó que el programa de crédito para emprendedores aún no ha sido aprobado pero que se está estudiando la posibilidad de una pronta apertura ya que, han notado que una gran parte de sus clientes se dedican a las actividades de emprendimiento. Al término de la jornada de entrevista se realizó una breve visita a las instalaciones del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca. En dicha institución se facilitó el boletín anual del sector de maracuyá durante el año 2015, este tipo de información fue utilizada como parte del respaldo de la presente tesis y será encontrada en el capítulo tres. Las entrevistas realizadas fueron debidamente solicitadas y el respaldo de la solicitud se encuentra en la sección de anexos.

Entrevista al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, PROECUADOR

Otros de las instituciones que se visitó como parte del levantamiento de información fue PROECUADOR, institución del sector público orientada al servicio de todos los sectores productivos del país a la vez, de ser la conexión directa entre el empresario y los mercados internacionales. Entre los temas que trataron, se encuentran los relacionados con el sector de frutos no tradicionales y su participación en el extranjero. Enfocándose sobre la maracuyá, la servidora pública que nos atendió, brindo toda la ayuda y asesoría que se detallará a continuación

PROECUADOR, brinda capacitaciones, asesorías, participación en eventos de promoción comercial (ferias internacionales, rueda de negocios, oportunidades comerciales y la articulación institucional) esta última, PROECUADOR sirve como un instituto que intercede por el productor, es decir si alguna otra institución no presta el apoyo necesario, PROECUADOR tiene la potestad de intervenir y consultar el motivo por el cual, han limitado al productor en función del trámite que realice. La organización de ruedas de

negocio permite que el producto dé a conocer su producto en el mercado local una vez que, él ha recibido la capacitación y asesoría necesaria se encuentra apto para avanzar al siguiente proceso (PROECUADOR, 2017).

Las ruedas de negocio, por lo general se realizan a nivel local pero el siguiente mes se realizará la primera a nivel internacional, para ser más exacto en la ciudad de Miami, USA. La participación de algún productor o empresa de maracuyá y sus derivados no se encuentra registrada para este evento internacional. A nivel local, se encuentran registradas cinco empresas exportadoras de maracuyá en la base de datos de PROECUADOR. A través de esta institución, las empresas pueden conectar con sus clientes potenciales, validando su calidad y seriedad en el trabajo. Existen empresas exportadoras que solo tienen una línea de frutas y otras que poseen una gran variedad en su stock (PROECUADOR, 2017).

PROECUADOR, tiene diferentes etapas para las empresas que deseen ingresar al mercado internacional denominada como semaforización. La semaforización consiste en Rojo y amarillo que es la etapa de servicio al exportador, en esta etapa el productor recibe toda la asesoría, capacitación posible para que conozca sobre los procesos, reglamentos técnicos, certificados que se exige en un mercado internacional. Una vez que, el producto ha pasado esta etapa, se lo deriva al área de exportación de acuerdo al tipo de producto que deseen promocionar en el extranjero (PROECUADOR, 2017).

Una vez que las empresas se encuentran registradas como exportadores, PROECUADOR brinda un apoyo constante en materia de compradores internacionales es decir, los que se encuentren registrados en su base de datos, serán participes si en algún momento un comprador extranjero requiere de su producto. Se envía la cantidad, las características y demás requerimientos que deseen el comprador y solo aquellas empresas que pasen todos los filtros se quedaran con el contrato puede ser uno o varias eso dependerá del comprador (PROECUADOR, 2017).

Jujan y Bolívar son algunas de las ciudades en donde se encuentran los gremios de productores de maracuyá. La finalidad que tiene PROECUADOR con el productor local es de ayudarles en la expansión de sus funciones, son conscientes de la especulación constante en la que viven por parte del intermediario y saben que a pesar que existen leyes que regulan el mercado, la “viveza del intermediario” supera cualquier tipo de acción que se utilice para mitigar estas actitudes que encarecen cualquier industria, la asesoría que presta esta institución no tiene ningún costo por el contrario, su objetivo es contribuir a la generación de empleo a través del comercio justo, industrias que compitan en forma leal y contribuir al cambio de la matriz productiva (PROECUADOR, 2017).

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE MERCADOS INTERNACIONALES

Principales destinos de la maracuyá y sus derivados

Tabla 14 Principales destinos de la maracuyá ecuatoriana

Subpartida	Descripción	País de Destino	2014		2015		2016	
			Valores FOB	Toneladas	Valores FOB	Toneladas	Valores FOB	Toneladas
810901000	Granadilla, «Maracuyá» (Parchita) y demás Frutas de la Pasión (Passiflora Spp.)	Chile	375,00	766	424,00	942	459,00	939
		Estados Unidos	150,00	209	436,00	498	391,00	473
		Bélgica	687,00	119	855,00	182	326,00	707
		Alemania	162,00	302	178,00	292	229,00	356
		Reino Unido	176,00	289	247,00	427	181,00	301
		Hong Kong	35,00	3	757,00	73	144,00	171
		Argentina	116,00	202	142,00	207	138,00	234
		Países bajos	628,00	699	708,00	442	854,00	531
	Canadá	-	-	109,00	602	409,00	935	

Nota. Adaptado de perfil sectorial de frutas no tradicionales, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017)

Tabla 15 Principales destinos de la pulpa de maracuyá ecuatoriana

Subpartida	Descripción	País de Destino	2014		2015		2016	
			Valores FOB	Tonelada s	Valores FOB	Tonelada s	Valores FOB	Tonelada s
2009801200	Jugos, pulpas, concertados de «maracuyá» (parchita) (Passiflora Edulis)	Holanda	421,00	146	263,00	55	650,00	199
		Alemania	276,00	67	34,00	14	36,00	7
		España	460,00	141	550,00	143	669,00	174
		Italia	-	0	108,00	48	335,00	97
		Japón	-	0	156,00	26	113,00	14
		China	552,00	50	171,00	38	265,00	34
		Estados Unidos	608,00	327	641,00	317	849,00	445

Nota. Adaptado de perfil sectorial de frutas no tradicionales, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

En las tablas 14 y 15 respectivamente, se enlistaron la lista de países de destino a los cuales se dirige la maracuyá ecuatoriana y sus derivados. La finalidad de las presentes tablas consiste en establecer cuáles podrían ser los posibles países de destino en caso que, se exporte la pulpa de maracuyá. Se ha elaborado un levantamiento de información en referencia a las exportaciones de maracuyá y pulpa de maracuyá respectivamente, determinando cuales son los mercados más explorados por este tipo de fruto. Enfocándose en las exportaciones de pulpa de maracuyá tanto en las tablas como en el grafico que se detallaran a continuación.

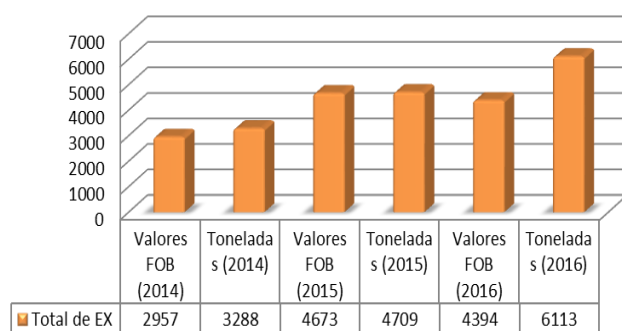


Gráfico 17 Total de exportación de maracuyá ecuatoriana

Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017)

En el grafico anterior, se detalla el total de exportaciones registrada durante los periodos del 2014 al 2016 respectivamente. Entre los países que destacan como los principales destinos de la maracuyá están: Holanda, España y Estados Unidos. En un aspecto global, durante el año 2016, se registró la mayor cantidad de toneladas enviadas al extranjero con 6113 TM del producto. En relación a los ingresos registrados USD 4.709 en valores FOB durante el 2015 es necesario destacar que dichos valores están expresados en miles de dólares.

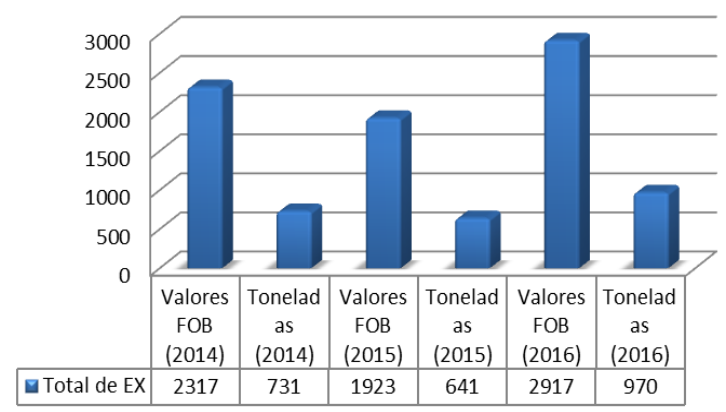


Gráfico 18 Total de Exportaciones de pulpa de maracuyá
 Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017)

En relación a la pulpa de maracuyá, durante el año 2014, Estados Unidos, China, España y Holanda fueron los países que presentaron un mayor nivel de compra de pulpa de maracuyá. Considerando un precio promedio de USD 4,75 y una participación de mercado de 26%, 24%, 20% y 18% por cada país previamente mencionado y de acuerdo al orden que se lo detalló anteriormente. En el año 2015, Estados Unidos, España y Holanda destacaron como los principales compradores al igual que en el periodo anterior, Estados Unidos se destaca como el principal comprador de este tipo de producto con una participación del 33% del total de las ventas de pulpa de maracuyá al extranjero.

Para el año 2016, se repite el mismo escenario del periodo anterior. Estados Unidos continúa liderando la compra de pulpa de maracuyá. El precio con el que este país ha comprado la pulpa de maracuyá se ha mantenido igual durante los últimos 3 periodos el cual, corresponde a USD 2,00 por la presentación de 500 gramos.

Precios internacionales de referencia de la pulpa de maracuyá

Tabla 16 *Precio referenciales de la pulpa de maracuyá en el mundo*

País de Destino	2014	2015	2016
Holanda	3,00	5,00	3,00
Alemania	4,00	2,00	5,00
España	3,00	4,00	4,00
Italia	2,00	2,00	2,00
Japón	5,00	6,00	8,00
China	11,00	5,00	8,00
Estados Unidos	2,00	2,00	2,00

Nota: Adaptado de Adaptado de perfil sectorial de frutas no tradicionales, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

La tabla anterior, detalla la lista de precios en lo cual se compra la pulpa de maracuyá en mercados internacionales. Países del continente asiático tales como: Japón y China son los que registran los precios más altos de compra y esto se debe a que, el sabor cítrico del producto va de la mano con su gastronomía. Por su parte, Holanda, Alemania y España mantiene un precio similar que va desde los USD 2,00 hasta USD 5,00 mientras que Italia y Estados Unidos han mantenido el mismo precio durante los periodos del 2014 al 2016

Análisis de los posibles países de destino y compradores


Si el presente análisis se basa por cual país de destino compra más como un criterio para escoger un mercado de destino, se estaría saturando ese mercado y formando parte de la larga lista de empresas que han llegado a él. Por tal motivo otro factor que puede servir como indicador para una futura toma de decisiones podría ser el precio que estos países estén dispuesto a pagar por la pulpa de maracuyá. Basándose en este indicador se ha establecido que, España, Japón y China podrían ser los mercados a los cuales “Concentrados León” podría llegar en caso que de una posible expansión hacia mercados internacionales.

¿Por qué no Estados Unidos? Estados Unidos parecería ser el mercado más idóneo para llegar, pero como se ha expuesto, es un mercado que se encuentra saturado por más empresas y la competencia por destacar implicaría costos de promoción muchos más altos de los que se pueda cubrir además, las restricciones respecto a productos de consumo humano son mucho más estrictos. Con esto, no quiere decir que los procesos de producción y control de calidad de “concentrados León” no respeten las normas establecidas, sino que declinan su participación en este mercado. De igual manera, China y Japón es un mercado poco explorado por las empresas de pulpa de maracuyá y la empresa tiene la posibilidad de llegar. En el caso de España, la ventaja es basada en el idioma que se maneja y los tratados firmados con la unión europea.

Como parte de la búsqueda posibles mercados de expansión, se procederá al análisis de cada país escogido considerando lo siguiente: información económica del país, establecido mediante fichas técnicas, las relaciones comerciales de cada país con Ecuador en función a los datos de balanza comercial y por último detallar cuales serían los posibles compradores dentro de los sitios de destino. El orden con el que se realizará cada análisis será; España, China y Japón.

Ficha técnica de España


Tabla 17 *Ficha técnica de España*

	Capital	Madrid
	Moneda	Euro
Demográfico	Población registrada hasta julio 2016	48.563.476
	Tasa de crecimiento poblacional	0,84%
	Índice de GINI – Distribución de ingresos	Puesto 87 Calificación 35.9
Social	Índice de desarrollo Humano	0.884 Puesto 27
	Tasa de desempleo	19.7%
	PIB (Billones de dólares americanos)	1.3
	PIB Percapita	36.500
	Crecimiento del PIB	3.10%
	Composición del PIB	
	Agricultura	2,5%
Industria	22,4%	
Servicio	75,1%	
Económico	Inflación anual	-0.30%
	Tipo de cambio (EUR * Dólar)	0.92

Nota. Adaptado de la ficha comercial de España, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Ficha técnica de China


Tabla 18 *Ficha técnica de China*

	Capital	Beijing
	Moneda	RENMINBI YUAN
Demográfico	Población registrada hasta julio 2016	1,373,541,278
	Tasa de crecimiento poblacional	0.43%
	Índice de GINI – Distribución de ingresos	46.9
Social	Índice de desarrollo Humano	0.727 (Puesto 90)
	Tasa de desempleo	4.2%
Económico	PIB (Billones de dólares americanos)	11.40
	PIB Percapita	15,400
	Crecimiento del PIB	6.6%
	Composición del PIB	
	Agricultura	8.6%
	Industria	40.7%
	Servicio	50.7%
Inflación anual	2.3%	
	Tipo de cambio (RMB * Dólar)	6.63

Nota. Adaptada de la ficha técnica de China, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017)

Ficha técnica de Japón

Tabla 19 Ficha técnica de Japón

	Capital	Tokio
	Moneda	Yen
Demográfico	Población registrada hasta febrero 2016	128,830 millones
	Densidad de población:	343 hab. por km ²
Social	Índice de GINI – Distribución de ingresos	0,321
	Índice de desarrollo Humano	0.89
	Tasa de desempleo	2.8%
	PIB (Billones de dólares americanos)	USD 4,939
	PIB Percapita	38.894,47
Económico	Crecimiento del PIB	0.9
	Composición del PIB	
	Agricultura	1,1%
	Industria	26,2%
	Servicio	72,7
	Inflación anual	-0,299 %
	Tipo de cambio (RMB * Dólar)	1USD = 109.44

Nota. Adaptado de la ficha técnica de Japón, por el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

En las tablas 17,18 y 19 se evidencia la ficha técnica de cada uno de los países escogido como posible mercado internacional de expansión debido a que, a través de sus indicadores económicos se podrá obtener información que servirá como sustento inicial en caso que se desee llegar a dichos destinos. La expansión hacia nuevos mercados implica una investigación previa sobre el segmento escogido pero realizar este tipo de estudio representa un costo adicional para la empresa entonces, al no contar con el financiamiento que respalde dicha investigación, existen otras formas de obtener información sobre las tendencias que marca la industria de jugos y concentrados. Las fchas tecnicas cumplen esta funcion pues, se conoce la incidencia de los principales indicadores macroeconomicos.

Balanza comercial entre Ecuador y España

Por tal motivo, se ha elaborado información macroeconómica sobre cada uno de los posibles mercados de destino, basado en la relaciones comerciales de Ecuador con cada uno de ellos. La balanza comercial refleja el nivel de participación en relación a la compra y venta de producto y/o servicios que cada país ofrece de tal forma que, se han obtenido los siguientes resultados:

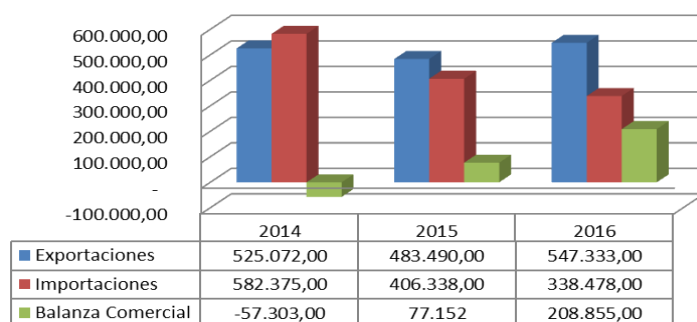


Gráfico 19 Balanza Comercial entre Ecuador y España

Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Ecuador mostró una balanza comercial positiva con España durante los periodos del 2015 y 2016, siendo el 2016 el periodo que registrò uno de los mayores superávit con USD 208.855 (expresado en miles de dolares) de los últimos tres años de su relación comercial. España acoge una gran comunidad de ecuatorianos desde el año 2000 y posee como moneda oficial el EURO. Las actividades agrícolas solo aportan con el 2.5% al producto interno bruto del país. Y una distribución de ingresos de 0,359 de acuerdo al índice de GINI.

Balanza comercial entre Ecuador y China

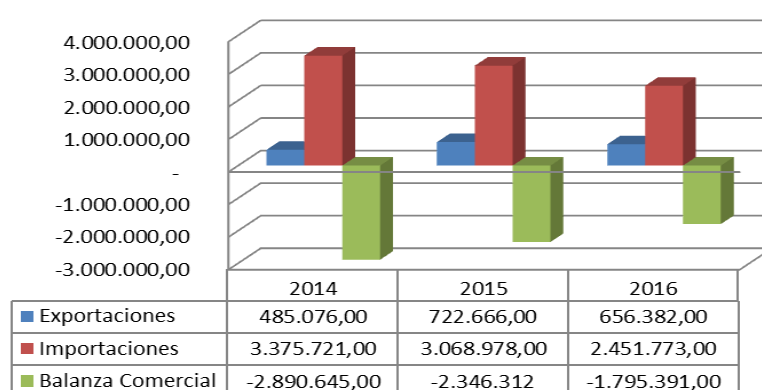


Gráfico 20 Balanza Comercial entre Ecuador y China

Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Por su parte, China ha registrado una balanza comercial deficitaria durante el 2014 al 2016. Las importaciones se han impuesto con márgenes muy amplios de diferencia tan solo en el 2014, se registraron valores de importaciones de USD 3.375.721,00 el más alto hasta la fecha. En este país, las actividades agrícolas tan solo aportan con un 8,6% a producto interno bruto siendo las actividades industrializadas las que tienen mayor acogida en este país. En relación al intercambio de moneda, USD 1,00 equivale a CNY 6,66.

Balanza comercial entre Ecuador y Japón

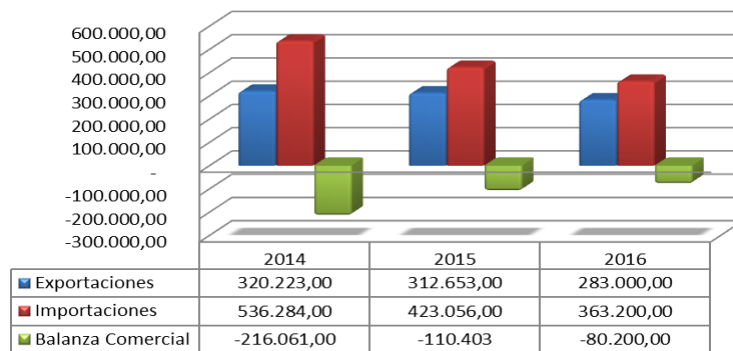


Gráfico 21 Balanza Comercial entre Ecuador y Japón

Nota. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Para el caso de Japón, la balanza comercial se presenta de forma deficitaria, pero con la diferencia que los valores registrados se han ido reduciendo gradualmente. Siendo el año 2016, el que presentó el menor déficit con USD 80.200 pero si se lo compara con el año 2014 donde el déficit llegó a alcanzar valores de USD 216.061,00 Desde el 2014 hasta el 2016 se ha presentado una reducción aproximada del 63% en términos deficitarios. Las aportaciones al Producto Interno Bruto, las actividades agrícolas aportan con el 1,1%, un país que invierte más en tecnología y procesos de optimización carece de producción agrícola por ello la incursión de pulpa de maracuyá hacia este mercado podría resultar en algo beneficioso. El intercambio de moneda corresponde a 109,15 JPY por cada USD 1,00.

Posibles compradores en el exterior (España, China y Japón)

En el momento que, Concentrados León decida expandirse hacia mercados internacionales, la búsqueda de compradores representa un paso muy importante, pero a la vez representa un gran riesgo. Ya que, podría tratarse de un comprador de reputación dudosa o un engaño. Durante la entrevista realizada a un funcionario de PROECUADOR se mencionó el apoyo constante que esta institución brinda a los nuevos exportadores. Es por ello, que menciono el programa “Ruta del exportador” creado y dirigido por esta institución.

A través de una semaforización se ubica al exportador y las diferentes etapas que tiene que pasar antes de llegar a un mercado internacional, la primera etapa se denomina “Orientación y asesoría” donde el futuro exportador recibe toda la información referente a los procesos de exportación, principales normativas, capacitaciones y asesoría sobre los diferentes documentos que se manejan en las exportaciones. En la siguiente etapa se la denomina “Asistencia y formación técnica” el futuro exportador ya es considerado como posible exportador para lo cual, debe rendir una prueba de conocimientos sobre los temas impartidos y una simulación práctica sobre el manejo de los distintos documentos (PROECUADOR, 2015).

En la etapa final “Promoción Comercial” el exportador ha recibido la certificación necesaria que lo avale a nivel de conocimientos teóricos y prácticos en función de las operaciones de exportaciones que se realizan en el país. Una vez que sucede esto, el exportador forma parte de la base de datos de exportadores de PROECUADOR. Cuando existe un comprador internacional este, envía el requerimiento a la institución con la cantidad de producto, el valor a pagar y los requisitos necesarios para iniciar el contrato de compra y venta. PROECUADOR asigna un asesor para el grupo de exportadores y este a su vez, les informa de los requerimientos solicitados por el comprador (PROECUADOR, 2015).

Concentrados León se acogería a esta alternativa en caso de realizar una expansión hacia mercados internacionales de tal forma que, se evitaría ser engañado por algún comprador falso. PROECUADOR cuenta con una base de datos actualizada de empresas reales de compradores de pulpa de maracuyá que será de gran ayuda para Concentrados León. Es necesario destacar que la lista de compradores en el exterior es de propiedad de PROECUADOR y solo se puede acceder cuando se acreditan como exportadores bajo su programa “Ruta del Exportador”

CAPÍTULO VI: ESTUDIO TÉCNICO

En el presente capítulo se realizará el estudio técnico de la presente tesis. Una vez que se ha analizado la industria de maracuyá e investigado al posible consumidor, se procede a detallar la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa “Concentrados León”. A través de una tabla, se detalla la información más importante referente a la empresa, luego se establecerá la filosofía de la empresa basada en la misión, visión y objetivos que sus inversionistas se han planteado al inicio del proyecto.

La estructura organizacional permite la visualización de los diferentes departamentos que posee la empresa así mismo, los cargos que se derivan de cada uno de ellos. En un aspecto global se describe las funciones de los empleados de acuerdo al tipo de área en el que se desempeña. Seguido de esto, se empezará con la descripción de la tecnificación sobre los procesos productivos de la empresa “Concentrados León” pero se empezará mostrando los pasos previos a la tecnificación, con información proporcionada por el señor H.L, se describirá el proceso que el realizaba cuando él elaboraba las pulpas de maracuyá.

Una vez explicado los procesos empleados por el Señor H.L se realizará la descripción de los procesos que implican la tecnificación de tal forma que, se evidenciará un antes y un después en los procesos productivos. Finalmente se analiza el producto desde la implementación del plan de marketing el cual utiliza herramientas como la Matriz ANSOFF y BCG para determinar las estrategias a seguir de acuerdo al ciclo de vida en el cual se encuentre el producto. Así mismo, se realiza un análisis de marketing operacional que utiliza el método de las 4p ubicando al producto en diferentes escenarios y evidenciando cual debería ser su direccionamiento dependiendo de la etapa en donde se encuentre.

Constitución de la empresa

Tabla 20 *Constitución de la empresa*

Característica	Descripción
Empresa PYMES	Volumen de venta proyectados: Capital Social: Cantidad de trabajadores: Nivel de producción mensual: Cantidad de activos:
Tipo de sociedad	Sociedad de responsabilidad limitada
Tipo de contribuyente	Persona jurídica RUC:
Nombre de la empresa	Concentrados León (Ver anexos)
Representante legal	Allan Mite Barahona y María Belén Rosales
Dirección de la empresa	Km 16 autopista Naranjito – Bucay intercesión G solar 44
Contactos	2 605 758 ext. 215 (Recepción General)
Tipo de cuenta Bancaria	Cuenta Corriente # 1299495256
Requisitos y permisos para empezar las actividades de funcionamiento	Escritura de constitución de la empresa Registro mercantil Reserva del domino en la Superintendencia de Compañías Obtención del RUC Registro patronal otorgado por el IESS Patentes y permisos municipales de funcionamientos como producción y comercialización de pulpa de maracuyá Certificado de seguridad del Benemerito Cuerpo de Bomberos

Nota. Adaptado de los requisitos para conformar una empresa, por el (Registro Mercantil, 2017).

Filosofía de la empresa

Misión

“Concentrados León” es una empresa PYMES, dedicada a la producción y comercialización de pulpa de maracuyá, mediante la tecnificación de su producción ofrecer un producto de calidad y de excelente sabor al público ecuatoriano.

Visión

“Concentrados León” visualiza que para el 2022 su participación en el mercado estará posicionada en el mercado de pulpa de frutas a la vez, contar con compradores fijos, con una capacidad de producción que supere al 50% de lo que se producía en el primer año y encaminados hacia la expansión de mercados internacionales a través, de la exportación de su producto

Objetivos de la empresa

Lograr posicionamiento en el mercado de pulpa de frutas.

Establecer negociaciones que permita que la empresa se convierta en proveedor de restaurantes locales.

Llevar el producto a otras ciudades del país.

Promocionar el producto en las principales cadenas de televisión y radio del país.

Ser auspiciantes de programas de televisión o radio.

Ampliar la línea de productos de ofrecer la empresa desde la oferta de otro tipo de fruta hasta la reutilización de la maracuyá y crear cremas, aceites a base de la semilla de la maracuyá

Estructura organizacional

Organigrama de la empresa

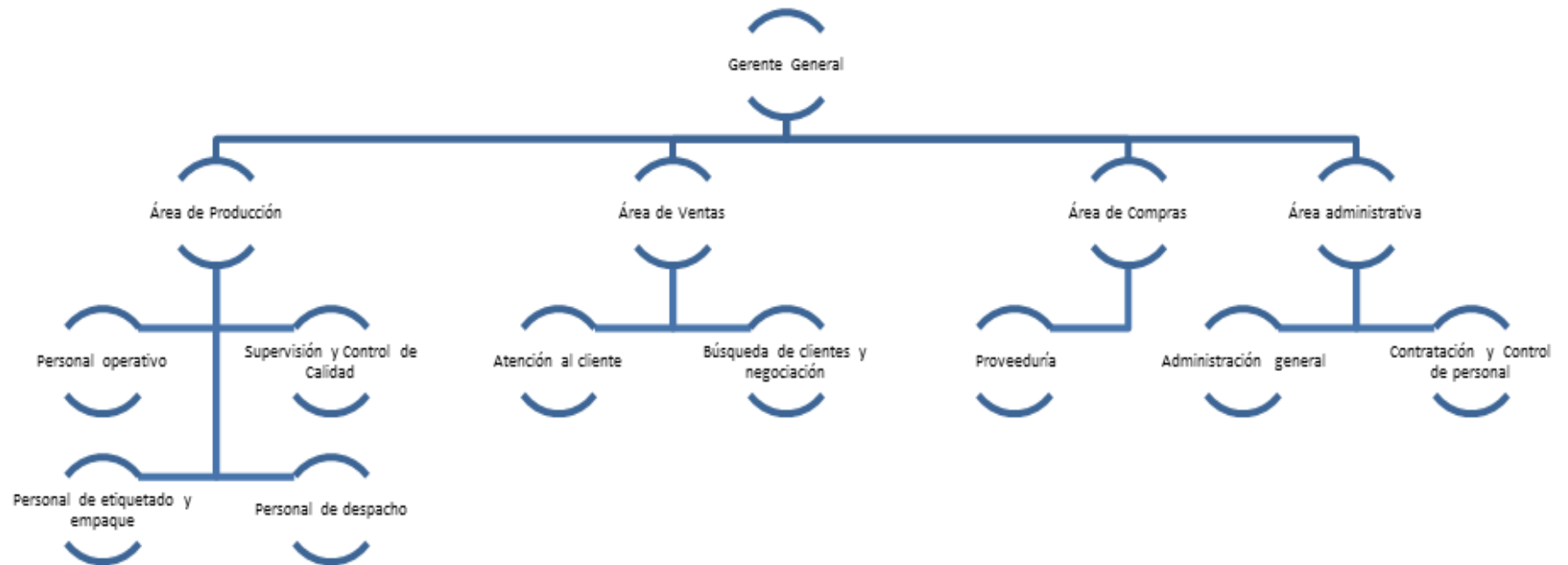


Figura 8 Organigrama de "Concentrados León"

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de funciones

Tabla 21 Descripción de funciones

Área	Descripción de las actividades	Personal que se requiere
Gerencia General	Se efectuará la toma de decisiones de acuerdo a como impacte sobre la empresa.	Personas con instrucción superior (carreras administrativas o similares) Personas conocedoras de la actividad a la que se dedica la empresa.
Producción	Encargos de elaborar el producto, controlar su calidad, empaquetarlo y despacharlo hacia los puntos de ventas.	Personas con experiencia en el manejo de maquinaria industrial. Conocimiento de procesos de producción de pulpas de fruta. Profesionales acreditados como inspectores de calidad y procesos Personas con experiencia en área de empaçado, etiquetado y despacho de productos procesados o industrializados
Ventas	Atención al cliente mediante el apoyo a sus requerimientos además, de realizar la búsqueda de nuevos puntos de venta y negociar los términos del contrato con los posibles clientes.	Estudiantes universitarios con alto espíritu de ayuda y cooperación, buena actitud y trato personal. Profesionales con instrucción superior, egresados o graduados de carreras de negocios, marketing,
Compras	Encargados de gestionar todas los insumos que necesite la empresa tanto en el área de producción como las demás	Profesionales con instrucción superior, graduados o egresado de carraras de comercio exterior, logística, comercio y finanzas.
Administración General	Atención de todos los requerimientos que necesite la empresa, encargados del área contable y asignación de recursos financieros además de encargarse de la contratación y control del personal.	Profesionales con instrucción superior, graduados o egresados de carreras de administración de empresa, ingeniería comercial, CPA, psicología organizacional o trabajador social.

Tecnificación de la producción de pulpa de maracuyá a cargo de “Concentrados León”

Proceso de producción previo a la tecnificación

El tipo de producción al cual, incurrió el señor H.L para elaborar la pulpa de maracuyá era de tipo rudimentario, mediante el uso de instrumentos de cocina tales como: licuadora, colador y recipientes plásticos. Estos utensilios eran utilizados como parte del proceso de extracción de la pulpa del fruto, los ingredientes que se utilizaban para complementar la pulpa de maracuyá eran los siguientes: 100 ml de agua, 20 gramos de azúcar y 1500 gramos de maracuyá.

Elaboración de la pulpa de maracuyá a cargo del señor H.L

1. Se utiliza de dos a tres maracuyás dependiendo de su contenido, se corta la fruta por la mitad y se extrae su contenido.



Figura 9 Paso 1. Extracción de la pulpa

Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).

2. El contenido que es extraído del fruto, es introducido en la licuadora y se procede a licuar (a velocidad baja para no triturar la semilla) y a lo que se obtiene en el proceso de licuado se lo pasa por el colador hasta separar todo el extracto de la maracuyá.



Figura 10 Paso 2. Preparación de la pulpa

Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).

3. El resultado final, es colocado en un recipiente al cual, se le agrega el agua y azúcar que se mencionó como parte de los ingredientes. El producto obtenido, es almacenado en la refrigeradora hasta que sea distribuido en sus empaques.



Figura 11 Paso 3. Resultado Final

Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).

Por lo general, el producto que se obtenía a través del procedimiento descrito se lo colocaba en fundas plásticas de 250 gramos y su forma de sellado era, mediante un nudo en la funda. La transportación del producto era una hielera para mantener su estado de pulpa congelada. Se anexa este mismo procedimiento en forma de video para quien disponga de su uso.

Tecnificación de la producción

Una vez que, se ha descrito la forma en la cual el señor H.L elaboraba su pulpa de maracuyá, se procede a la descripción del mismo proceso pero implementando la tecnificación en su producción, la finalidad de esta implementación es: mejorar la calidad del producto final, utilizar el 100% del extracto del fruto como la base principal de la pulpa de maracuyá, obtener mayor producción en menos tiempo. A diferencia del proceso anterior, “Concentrados León” utilizará la siguiente maquinaria como para de su tecnificación.

Tabla 22 *Lista de maquinaria*

Maquinaria	Característica
Lavadora con sistema de inmersión y lavado de frutas	Modelo LI-03
Separador de cascara y despulpador	Modelo SC-07 Capacidad de 50 a 80 kilos por hora
Tanque decodificador o recibidor de puré	Modelo RP-08 Capacidad de 250 litros
Refinador de pulpa	Modelo REF-10
Sellador y soldador eléctrico	Para las bolsas plásticas con temporizador

Nota. Adaptado de la entrevista realizado a (León, 2017).

La tabla anterior, detalla la lista de las maquinarias que se requerirán para tecnificar la producción, el nombre y las características de cada una. Adicionalmente se necesita: balanza para el pesaje de las frutas, muebles y baldes metálicos para el almacenamiento de los utensilios, lavador de manos, transportador de rodillos entre otros utensilios que se detallaran en el siguiente capítulo.



Figura 12 Etapa de la producción mediante la tecnificación
Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Descripción de la tecnificación

Selección del producto: se utiliza tanques de agitación que se encargan de lavar el producto para eliminar todo residuo de piedras o tierras que se encuentre adheridos al fruto. Una vez que la fruta está limpia, pasa al transportador de rodillo y mediante una supervisión visual, se determina cuales frutas pasaran a la siguiente etapa del proceso.



Figura 13 Selección del producto

Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Extracción: Una vez que, se ha seleccionada la mejor fruta, estas pasan a la etapa de extracción la cual consiste en una máquina que abre el fruto mediante la compresión del mismo de tal forma que se parte y el cascara queda limpio mientras el concentrado pasa a la siguiente etapa



Figura 14 Extracción

Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Separación del concentrado: El concentrado que se obtuvo del proceso anterior pasa a ser separado es decir que mediante el uso de maquinaria se selecciona solo el concentrado mientras que la semilla es separada. Este tipo de proceso se llama des-aeración.



Figura 15 Separación del concentrado

Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Pasteurización: En este proceso el concentrado libre de semillas pasa a ser pasteurizado con la finalidad de eliminar las bacterias en su interior



Figura 16 Pasteurización

Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Concentrado: Una vez que se eliminaron las bacterias en el concentrado pasa a un proceso de reafirmación de su sabor ya que al ser sometido a los procesos previos pudo afectar su sabor y textura y que pierda las propiedades propias del fruto.

Envasado: El producto final pasa a ser envasado en sus respectivas bolsas y sellados para su proceso final.



Figura 17 Proceso de concentrado y envasado
Nota: Adaptado de la entrevista Costos de producción por (León, 2017).

Etiquetado del producto: Se etiqueta el producto con su información nutricional y respectiva semaforización.

Plan de marketing

Ciclo de vida del producto

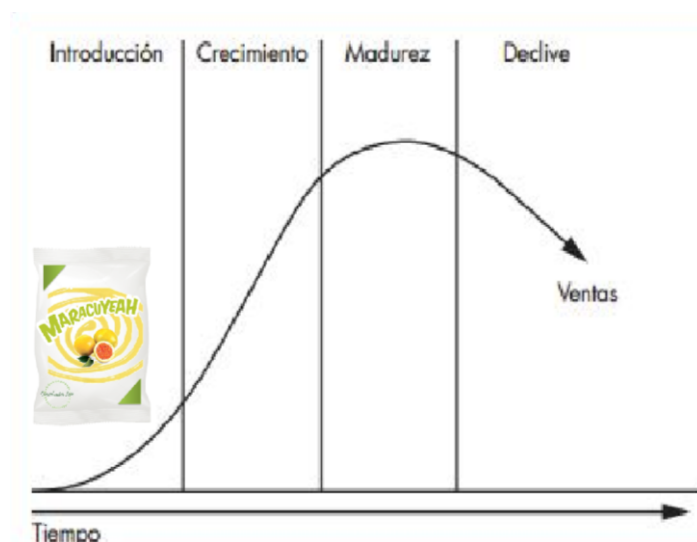


Figura 18 Ciclo de vida del producto

Nota. (Polo, 2014)

La pulpa de maracuyá de “Concentrados León”, es un producto nuevo en el mercado. El mercado de concentrados de frutas, es un mercado ya existente, con empresas participantes y predominantes en relación a la participación de mercado. Se han elaborado encuestas para conocer los hábitos de consumo y aceptación de una nueva empresa productora de pulpa de maracuyá y se ha determinado que el 88,30% aceptaría una nueva pulpa de maracuyá en el mercado, algo que resulta favorable para el presente proyecto.

¿Pero por donde se empieza?, cuando se quiere posicionar un producto. Es necesario establecer, cuál es su posición dentro de su ciclo de vida. Al ser un producto actual en un mercado actual, el desconocimiento se enfoca sobre la marca y no sobre el producto ya que, las pulpas de fruta es algo que está claro en la mente de un consumidor pero lo que no está claro es la empresa que lo fabrica y esto, se evidencio durante las encuestas. Los participantes tenían claro el concepto de lo que es una pulpa de maracuyá pero no lo relacionaban con ninguna empresa en específico.

Por tal motivo, “Concentrados León” se ubica en la etapa de introducción del ciclo de vida. Durante esta etapa el producto recién nace en un mercado que ya existe, por lo tanto, necesita el mayor apoyo o empuje para llegar a crecer, aquí la demanda de tiempo e inversión se considera alta. Ya que el producto está disponible pero no cuenta con un posicionamiento estable que lo ubique dentro de la participación del mercado.

Marketing estratégico

Matriz ANSOFF


Mercado		Pulpa de Maracuyá de "Concentrados León"	
		Actuales	Nuevo
	Actuales	Un producto actual en un mercado actual	Un producto actual en un mercado nuevo
Nuevo	Un producto nuevo en un mercado actual	Diversificación	

Figura 19 Matriz ANSOFF
Nota. (Espinosa, 2015)

De acuerdo a (Espinosa, 2015) a matriz ANSOFF, también conocida como producto – mercado, es la que ayuda a determinar las estrategias a seguir dentro del mercado en el que el producto se desarrolla. Basada en cuatro relaciones, las que permite determinar el tipo de estrategia a seguir. Esta matriz se dirige para aquellas empresas que buscan un crecimiento fijo en el mercado. A continuación, se detalla la relación existente entre cada cuadrante expuesto en la imagen anterior.

Producto actual en un mercado actual: Cuando un producto se encuentra en un mercado ya existente, la estrategia que se debe aplicar se denomina como “penetración del mercado” esto, consiste en la obtención de una mayor participación de mercado a través de la atracción de la mayor cantidad de clientes posibles e incluso clientes de la competencia con promoción y publicidad del producto. Esta estrategia es la que representa el menor margen de error ya que si se conoce el perfil del consumidor es mucho más fácil llegar a él (Espinosa, 2015).

Producto actual en un mercado nuevo: Cuando un producto cae en esta categoría de la matriz ANSOFF significa que la empresa desea explorar nuevos mercados o crear uno nuevo con la finalidad de, expandir su producto y ser pioneros dentro de ese nuevo segmento. Por lo general este tipo de estrategia se basa en la expansión regional o internacional de la empresa o crear nuevas estrategias para llegar a otro tipo de distribuidores (Espinosa, 2015).

Producto nuevo en un mercado actual: La constante búsqueda por ser los primeros en el mercado, lleva a que muchas empresas se mantengan constantes en la búsqueda de la innovación de nuevos productos o en su defecto, ampliar el funcionamiento o las características del mismo (Espinosa, 2015).

Diversificación: Este segmento, es el que mayor riesgo genera pues, se desconoce el éxito de un producto nuevo en un mercado que no ha sido explorado aun (Espinosa, 2015).

La pulpa de maracuyá de la empresa “Concentrados León” se posesiona dentro de la etapa de “Producto actual dentro en un mercado actual”. Como ya se detalló, este tipo de estrategia se debe basar en la atracción del cliente a través de ventas cruzadas, publicidad y promoción del producto. La pulpa de frutas es un mercado que ha existido por mucho tiempo y el comportamiento de los consumidores fue determinado mediante las encuestas realizadas. Los encuestados son personas que gustan de jugos naturales técnicamente elaborados en casa pues, les genera mayor confianza y al no tener endulzantes artificiales, sienten que protegen su

salud y estado físico ya que, no consumen químicos o algún producto que los afecte en un futuro.

Matriz BCG (Boston Consulting Group)

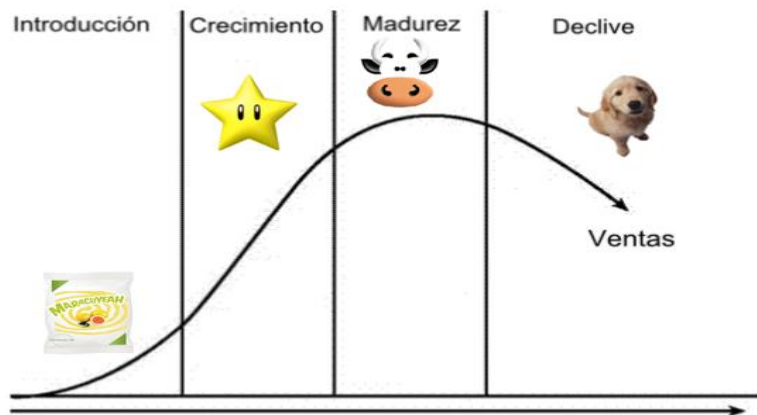


Figura 20 Matriz BCG (Boston Consulting Group)

Nota. (Polo, 2014)

La matriz BCG, determina las estrategias a seguir dependiendo de la posición en la que se encuentre el producto a la vez de, medir la rentabilidad versus la inversión que se necesita. Representada por cuatro figuras como son la interrogante, estrella, vaca y perro. Para el caso de la pulpa de maracuyá de “Concentrados León”, la interrogante será la imagen que lo caracterice dentro de su ciclo de vida. De acuerdo a la matriz BCG la interrogante representa lo desconocido lo que se relaciona con el éxito o fracaso del producto.

La etapa interrogante en la que mayor inversión demanda y menor rentabilidad genera. Se basa al hecho de que, el producto recién aparece en el mercado y necesita posicionarse en la mente del consumidor. La incertidumbre que se genera es alta pues, no se sabe si exista alguna posibilidad de éxito. Un producto que se considera interrogante puede pasar en un instante a ser estrella o perro. Para el caso de la pulpa de maracuyá de “Concentrados León”, se requerirá una alta inversión de tiempo y recursos financieros, se espera que una vez que se invierta, el retorno esperado se refleje mediante las ventas del producto.

Marketing operacional

Producto

Tabla 23 Información del Producto

Característica	Descripción
Nombre del Producto	Pulpa de maracuyá “Concentrados León”
Slogan	Maracuyeah
Contenido	500 gramos
Ingredientes	100% pulpa de maracuyá y ácido ascórbico como antioxidante
Empaque y presentación	Bolsa de Polietileno de 500 gramos especializados para el contenido de alimentos.
Vida útil	Máximo un año si se mantiene bajo refrigeración

Fuente: Elaboración propia

Empaque y presentación

Para el empaclado y presentación del producto, se contratará los servicios de la empresa “FLEXIPLAST” que ofrece servicio plásticos en diseño y empaque de todo tipo. Con la finalidad de, brindar valor agregado a su empaque y presentación, se ha escogido la opción de ZIPPER la cual, consiste en un paquete que se pueda abrir y cerrar las veces que se deseen. El costo por este servicio va a depender de la cantidad de pedido que se realice y el descuento promocional servirá con la finalidad de, entablar una relación comercial futura (Flexiplast, 2017).



Figura 21 Empaque y Presentación
Nota: (Flexiplast, 2017)

Semaforización de alimentos

De acuerdo a lo dispuesto en el acuerdo ministerial No. 513 “Reglamento para de etiquetado de alimentos procesados para consumo humano”, La semaforización del producto tiene como finalidad, que el consumidor conozca el contenido de azúcar, sal y grasas que poseen los alimentos procesados en el país. En base a lo dispuesto, dicha semaforización, no puede exceder del 15% al 20% de espacio dentro de la etiqueta del producto (Ministerio de Salud Pública , 2017).

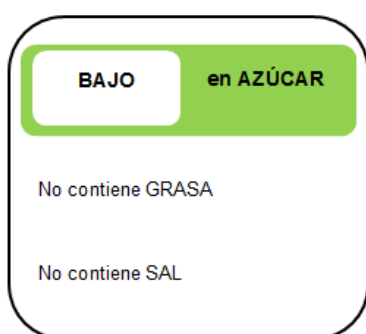


Figura 22 Semaforización del producto
Nota: (Ministerio de Salud Pública , 2017).

Plaza

La plaza como partes de las estrategias de marketing mix establece los medios que la empresa o negocio utilizará para que su producto o servicio llegue a su cliente meta, y de esta manera el producto sea reconocido y gane un posicionamiento en la mente de los consumidores.

A continuación se detalla los canales de distribución y logística que se utilizarán para la comercialización de pulpa de maracuyá.

El canal directo es el primer tipo de distribución que utilizaremos desde el primer y hasta el tercer año de comercialización. Este tipo de canal consiste en la venta directa del producto sin necesidad de intermediarios. Es decir, la venta puerta a puerta con el consumidor final. Para nuestro caso de estudio la venta directa estará dirigida a los distintos establecimientos de la ciudad de Guayaquil tales como despensas de barrios, restaurantes, bares, etc. Para acceder ante ellos, se necesitan indicar términos de negociación los cuales serán de mutuo acuerdo a través de un contrato de compra-venta

para llevar acabo la excelente distribución del producto. Entre ellos estarán el precio, las condiciones de pago, días de despachos, cantidad de unidades de venta, entre otros. Adicional se les otorgará el instructivo de mantenimiento del producto para la correcta conservación del mismo previo a la venta, el cual incluirá información como temperatura máxima y mínima de conservación, fecha de expiración y las condiciones de manipulación.

Luego de alcanzar el tiempo de experiencia necesario en el mercado y aumentar el nivel de posicionamiento en los consumidores, la empresa, posterior a los 3 años desde su funcionamiento, realizará la venta indirecta el cual radicará en la comercialización del producto a mercados mayoristas tales como los supermercados de la ciudad de Guayaquil. Las vías de distribución mediante este esquema son diferentes y mucho más estrictas por lo que se necesitará de requisitos y evaluaciones previas para ser considerado proveedor, estos requisitos son establecidos por los mismos supermercados y la empresa debe encontrarse apta para poder cumplirlos con éxito.

Entre los requisitos para ser proveedores de cadenas de supermercados tenemos:

- 1.- Los productos a ofertar deberán contar con un plan de mercado.
- 2.- Muestra de catálogo del producto
- 3.- Evaluación del posicionamiento del producto como: competidores, fecha de lanzamiento al mercado, volumen de ventas, copia de registros sanitarios, y explicación de campaña de publicidad actual.

Expuesto lo anterior, en cuanto a venta indirecta se refiere, la empresa en los próximos 3 años se encontrará en la capacidad de cumplir con los requisitos previos para la obtención del título de proveedor de cadenas mayorista a nivel nacional, dado que la empresa contará con la experiencia necesaria en el mercado y contará con los implementos necesarios para hacerlo.

Actualmente, la ciudad de Guayaquil cuenta con aproximadamente 50 supermercados al norte de la ciudad entre ellos los pertenecientes a Corporación Favorita, Corporación El Rosado, Almacenes Tía y otros.

Precio

Para el cálculo del precio, se tomará como referencia la información obtenida de las encuestas que se realizaron en el capítulo cuatro. Mediante el uso de la fórmula del precio $PV = (Prom.1) (\%1) + (Prom.2) (\%2) + (Prom.3) (\%3)$ se determinará el precio al público. Dentro de las preguntas que se realizaron a los encuestados se encontraba la opción del precio que estaría dispuesto a pagar por comprar una bolsa de 500 gramos de pulpa de maracuyá. En la tabla 24, se establece la información obtenida de dicha pregunta.

Tabla 24 *El precio que el público está dispuesto a pagar*

1 USD a 1,40 USD	45,30%	174
1,41 USD a 1,75 USD	46,10%	177
1,76 USD a 2,00 USD	8,60%	33
Totales	100,00%	384

Nota. Investigación de campo

Una vez que, se ha determinado las respuestas de cada uno de los valores propuestos para los encuestados, se procede a establecer los datos que serán utilizados dentro de siguiente fórmula. En primer lugar se establece el promedio cada uno de los rangos de precio propuestos, después los porcentajes obtenidos en las respuestas se convierten en números ordinarios y se los reemplaza en la fórmula de precio tal como se observa en la siguiente página.

Tabla 25 *Datos para obtener el precio de venta*

N	Precio		Promedio	Porcentaje de elección
o	1,00	1,40	1,20	0,45
t	1,41	1,75	1,58	0,47
a	1,76	2,00	1,88	0,09

Investigación de campo

Formula

$$PV = (\text{Prom.1}) (\%1) + (\text{Prom.2}) (\%2) + (\text{Prom.3}) (\%3)$$

$$PV = (1.20) (0.45) + (1.58) (0.47) + (1.88) (0, 09)$$

PV= USD 1, 45

Promoción

Tabla 26 *Promoción del producto*

Tipo de promoción	Descripción
Asistencia a ferias	Con la finalidad de promocionar la marca y el nombre de la empresa, la asistencia a ferias gastronómicas, culturales, artesanales, educativas como participantes activos.
Descuento por compras constantes	Aquellos intermediarios que realicen compras frecuentes del producto, recibirán un descuento extra en su siguiente compra (10% al 20%)
Promoción del producto mediante terceros	Cuando se llegue a alguna de las plazas estimadas, se negociará la promoción de la empresa dentro de estos establecimientos. Al vez de proporcionar regalos por la compra del producto.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VII: ESTUDIO FINANCIERO

Una vez que, se ha realizado la respectiva investigación de mercado basado en fuentes primarias y secundarias, se procede a la presentación del estudio financiero realizado a cargo de los autores de la presente tesis. Los datos utilizados para la elaboración de los presentes cálculos fueron estimados en base a los capítulos anteriores y otros proporcionados por el señor H.L quien, contribuyó con información sobre su producción y datos numéricos. Así mismo se recurrió al uso de páginas institucionales a nivel nacional e internacionales como la bolsa de nueva york (Beta by Sector US) para realizar la evaluación del proyecto.

El presente capítulo, estará compuesto de la siguiente manera:

- Detalle de costos de producción
- Detalle de costos administrativos
- Detalle del cálculo de sueldo presente y proyectado
- Descripción de la inversión inicial
- Balance Inicial del Proyecto
- Ventas y demandas proyectadas
- Estado de pérdidas y ganancias actual y proyectado
- Evaluación del proyecto
- Tasa interna de retorno, Valor Neto actual y Tiempo de Recuperación de la inversión.

Detalle de costos de producción

Capacidad de la producción diaria

Tabla 27 Quintales destinados para la producción diaria

Materia prima empleada	10	Quintales	
Un quintal de maracuyá	45,3	Kilos	
Total	453	Kilos	
Equivale	453000	1000	Gramos

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por el (León,2017).

Tabla 28 Capacidad de Producción diaria

Proceso de Producción diaria				
Etapas de producción	Tiempo (Horas)	Gramos	% de perdida	Destina para la producción
Entrega del producto	-	453000	-	-
Selección del producto (incluye el lavado del fruto)	1	45300	10%	407700,00
Extracción	1	163080	40%	244620,00
Separación del concentrado	1	61155	25%	183465,00
Pasteurización	2	9173	5%	174291,75
Concentrado	2	-	0%	174291,75
Etapas de envasado y etiquetado del producto				
Envasado	Dispone de esta cantidad para envasar			174291,75
Etiquetado del producto (Presentación de 500 gramos)	1	500		349
Total, de horas trabajadas	8			Producción Diaria

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por el (León,2017).

Tabla 29 Producción anual de pulpa de maracuyá

Frecuencia de la Producción	Cantidades	Total
Diaria	1	349
Cinco días	5	1.743
Cuatro Semanas	4	6.972
Doce meses	12	83.660

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por el (León,2017).

Las tablas 27, 28 y 29 detallan la cantidad de maracuyá que se requiere para empezar la producción diaria de pulpa. Como se observa en la tabla 27 se necesitan 10 quintales de maracuyá que equivalen a 45,3 kg, con la implementación de esta cantidad de materia prima se puede producir hasta 349 bolsas de concentrados de maracuyá de 500 gramos por día. La tabla número 28, detalla el proceso de producción en cada una de sus etapas además, señala una clara reducción en la materia prima inicial hasta su etapa inicial y esto se debe a que, los diferentes procesos a los que se somete la maracuyá terminan sirviendo como un filtro para aprovechar al máximo los beneficios del fruto

En la tabla 29, se establece la cantidad de unidades que se producirán de forma diaria, semanal, mensual y anual en las instalaciones de la empresa así mismo, al determinarse la producción anual de la empresa se procederá a estimar los costos de producción basados en los costos directos e indirectos de tal forma que se pueda obtener el capital de trabajo basado en el déficit máximo acumulado.

Costos de producción

Los costos de producción detallan, la lista de materia prima que se necesita para producir la pulpa de maracuyá. Al ser un producto 100% natural, se incurrirá al uso de la fruta como su principal ingrediente y de Ácido Ascórbico como su conservante. Adicional, se detalla el costo de adquirir fundas ZIPPER debido a que estas, serán el empaque de presentación de la fruta. Se ha tomado la decisión que sea este diseño ya que, facilitará a que el consumidor pueda abrir y cerrar el producto las veces que sea sin la necesidad de que se le derrame o utilizar algún utensilio casero que sirva como sellador provisional.

Tabla 30 *Requerimiento de la Materia Prima*

Cantidad de Maracuyá que se requiere para la producción			
Frecuencia de Compra	Contenido de la frecuencia	Quintales	Contenido del quintal en Kilos
Diaria	5	50	2.265
Semanal	4	200	9.060
Mensual	12	2400	108.720
Anual	1	2400	108.720

Cantidad de Ácido Ascórbico que se requiere para la producción			
Materia Prima	Gramos		Kilo
Cantidad de Ácido Ascórbico para la producción diaria	1000		1
Frecuencia de Compra	Contenido de la frecuencia		Kilos
Diaria	5		5
Semanal	4		20
Mensual	12		240
Anual	1		240

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Costo Unitario de la materia prima

Lista de Insumos	Precio (USD)	Cinco días	Cuatro Semanas	Doce Meses
Maracuyá	0,25	566,25	2.265,00	27.180,00
Ácido Ascórbico	5	25	100,00	1.200,00
Total	5,25	591,25	2.365,00	28.380,00

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por el (León,2017).

En la tabla 30 se establece la cantidad de materia prima que se requiere para la producción de pulpa de maracuyá así mismo, se establece la cantidad de Ácido Ascórbico que se utilizará como parte de la producción. El uso de Ácido Ascórbico se debe a que, sirve como perseverante natural lo cual permitirá que el producto se conserve por mayor tiempo sin perder su valor nutricional. Por otro lado, en la tabla 31 se establece el costo unitario de la materia prima por kilo y el valor al que se incurrirá durante el primer año de producción en relación a los gastos de materia prima.

Tabla 32 Costo Unitario por el diseño de bolsas ZIPPER

Empresa distribuidora	Valor unitario			
"FLEXIPLAST"	0,05			
Frecuencia de Compras	Contenido de la Frecuencia	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Diarios	5	1.742,92	0,05	87,15
Semanal	4	6.971,67	0,05	348,58
Mensual	12	83.660,04	0,05	4.183,00
Anual	1	83.660,04	0,05	4.183,00

Nota. Adaptado del costo unitario por diseño de bolsas ZIPPER, por (Flexiplast, 2017).

Otro de los gastos en los que incurrirá la empresa, está relacionado con el diseño de bolsas ZIPPER para el empaqueo del producto final. Como se detallan los costos unitarios por cada bolsa de 500 gramos el valor a cancelar corresponderá a USD 0,05 centavos de dólar y esto se debe a que, se estableció un contrato entre ambas empresas en el cual, se estipula que la empresa FLEXIPLAST se convertirá en el proveedor permanente para Concentrados León en relación a bolsas ZIPPER. FLEXIPLAST estableció un aumento del 1% anual siempre y cuando se renueve el contrato de compra entre ambas empresas.

Costo de la maquinaria

Para tecnificar la producción de pulpa de maracuyá, Concentrados León incurrirá en la adquisición de maquinaria nueva, destinada para agilizar y mejor de forma eficiente los procesos productivos. Al final se obtendrá mayor cantidad de producción, manteniendo la calidad en el producto y garantizando el uso total de la pulpa. La información para estimar los costos fue proporcionada por el señor H.L.

Tabla 33 *Costos de la maquinaria*

Etapas de producción	Tipo de Maquinaria	Costo Unitario	Cantidad Requerida	Costo Total	Empresa
Entrega del producto	N/A	-	-	-	-
Selección del producto (incluye el lavado del fruto)	Lavadora con sistema de inmersión y lavado de frutas	3.000,00	1	3.000,00	Ecoserv
Extracción	Separador de cascara y despulpador	1.200,00	1	1.200,00	Tepomec Maquinaria Industrial
Separación del concentrado	Tanque decodificador o recibidor de puré	2.500,00	1	2.500,00	Tepomec Maquinaria Industrial
Pasteurización					
Concentrado	Refinador de pulpa	25.000,00	1	25.000,00	Surtek
Envasado					
Etiquetado del producto (Presentación de 500 gramos)	Sellador y soldador eléctrico	300,00	2	600,00	Surtek
Total, de la Maquinaria	32.000,00		6		32.300,00

Nota. Adaptado de la entrevista costos de producción, por (León, 2017).

Tabla 34 Costo Unitario de Producción

Tipo de Costo	Costos Mensuales
Materia Prima	2.365,00
Mano de Obra Directa	1.044,60
Costo Directo	2.103,58
Total, de Costos	5.513,18
Total, de la producción	6.971,67
Costo Unitario	0,79

Fuente: Elaboración Propia

Para realizar el costo unitario de producción, se consideró los valores de materia prima, mano de obra directa, costos directos para el respectivo cálculo, una vez que se determinó el total de los costos, se procedió a dividirlo con el total de la producción dando como resultado final un costo unitario de USD 0,79 centavos de dólar que servirá para cálculos los futuros costos en los que incidirá la empresa desde el momento en que inicie sus actividades de producción hasta la proyección que se determinará más adelante.

Gastos administrativos

Tabla 35 *Gastos Pre - Operacionales*

Gastos Pre-Operativos	
Gastos de Constitución	
Tipo de Gasto	Valor
Honorarios del Abogado	300,00
Apertura de Cuenta Corriente	200,00
Total de Gastos de Constitución	500,00
Gastos Legales	
Tipo de Gasto	Valor
Permisos Y Patentes Municipales	200,00
Funcionamiento de Bomberos	100,00
Registro de la marca	150,00
Permiso de suelo	15,00
Total de Gastos Legales	465,00

Nota. Adaptado de la información publicada en el (Registro Mercantil, 2017)

Tabla 36 *Lista de activos fijos*

Activos Fijos	
Tipo de Activo	Valor
Muebles de Oficina	5.000,00
Equipo de Computación	1.740,00
Suministros de Oficina	2.880,00
Maquinaria	32.300,00
Total de activos Fijos	41.920,00

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por (León,2017).

Tabla 37 Gastos de promoción

Gasto de Promoción		
Tipo de Gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Impresión de Flyer (Paquete de 2000)	150,00	1.800,00
Impresión de 3 Banner (USD 45)	-	135,00
Total	150,00	1.935,00

Nota. Adaptada de los cálculos de producción, por el (León,2017).

La tabla 36, detalla los gastos pre operacionales a los que la empresa ha recurrido para su constitución además de los permisos que necesita obtener previo a su apertura. Por otro lado, se establece el costo de adquisición de los activos fijos de la empresa que corresponden a un valor de USD 41.920,00. En la tabla 38 se establecen los gastos de promoción del primer año de funcionamiento además se ha establecido una reducción del 12% en promoción para los siguientes periodos debido a que, durante el primer año se llevará el producto lo más cerca posible al consumidor.

Por otro lado, para determinar los salarios que recibirán cada uno de los empleados contratado por Concentrados León se usara la TABLA DE SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES 2017 elaborada y aprobada por el ministerio de trabajo. En relación al aumento de los siguientes años se considerará la última variación registrada entre el sueldo básico unificado del año 2016 frente al del presente año. En base a lo expuesto, se establece un aumento del 2,40% como proyección para los siguientes años. La tendencia referente al aumento de salarios en el país se ha ido reduciendo cada año lo cual, se evidenciará en la siguiente tabla.

Tabla 38 *Variación del sueldo básico unificado en Ecuador*

Periodo	Salario Básico Unificado	Aumento USD	Variación
2017	375	9	2,40%
2016	366	12	3,28%
2015	354	14	3,95%
2014	340	22	6,47%
2013	318	26	8,18%
2012	292	28	9,59%
2011	264	24	9,09%
2009	240	0	

Nota. Adaptado de la publicación tabla de salarios mínimos sectoriales 2016 por el (Ministerio de Trabajo , 2017).

La variación registrada en función de los aumentos de sueldos ha ido registrando una baja como se observa en el cuadro anterior. Por tal motivo, se ha considerado que la última variación entre el 2016 y 2017 será considerado dentro de la proyección de salarios de Concentrados Leon. A continuación se detalla los salarios actual y proyectados que se ha dispuesto la empresa para el inicio de sus actividades.

Tabla 39 Salario de empleados actual

Area de Produccion					
Produccion	Sueldo mensual USD	Sueldo menos aportaciones	# de Empleados	Total de sueldos mensual	
Recepcion	382,24	344,97	1	344,97	155,10
Area de limpieza del fruto	387,38	349,61	1	349,61	156,76
Area de CP					
Area de despulpado	-	-	-	-	
Area de lleno y sellado	-	-	-	-	-
Bodega del producto terminado	387,83	350,02	1	350,02	119,09
Total I por concepto de sueldos area de produccion				1044,60	430,95
				Total anual USD	6.216,00
Area de Administracion en General					
Area administrativa	Sueldo mensual USD	Sueldo menos aportaciones	# de Empleados	Total de sueldos mensual USD	Total anual USD
Recepcion	382,24	344,97	1	344,97	155,10
Ventas	384,23	346,77	1	346,77	155,74
Administracion General	388,20	350,35	1	350,35	157,03
Total de sueldos por concepto de area administrativa				1.042,09	467,86
				Total anual USD	6.656,45

Nota. Adaptado de la publicacion tabla de salarios mínimos sectoriales 2016 por el (Ministerio de Trabajo , 2017).

Tabla 40 Salario de empleados proyectado

Periodos	1	2	3	4	5
Salarios Proyectados	12.872,45	13.181,39	13.497,74	13.821,69	14.153,41

Fuente: Elaboracion Propia

Detalle de la Inversión inicial

Tabla 41 *Detalle de la inversión inicial*

INVERSION INICIAL	
Activos Fijos	Valores
Muebles de Oficina	5.000,00
Equipo de Computación	1.740,00
Equipo de Oficina	2.880,00
Maquinaria	32.300,00
<u>Subtotal</u>	<u>41.920,00</u>
Capital de Trabajo	Valores
Déficit Máximo Acumulado	15.111,65
<u>Subtotal</u>	<u>15.111,65</u>
Total de la inversión inicial	57.031,65

Fuente: Elaboración Propia

Amortización

Tabla 42 Amortización de la deuda

#	Capital	Interés	Amortización	Pago	Saldo Final
					11.406,33
1	11.406,33	444,85	2.281,27	2.726,11	9.125,06
2	9.125,06	355,88	2.281,27	2.637,14	6.843,80
3	6.843,80	266,91	2.281,27	2.548,17	4.562,53
4	4.562,53	177,94	2.281,27	2.459,20	2.281,27
5	2.281,27	88,97	2.281,27	2.370,24	-

Fuente: Elaboración Propia

Como se detalló en la inversión inicial, el monto total de la inversión será asumido un 80% por los propietarios de la empresa (incluido los autores) y un 20% financiado a través de préstamo. Durante las entrevistas realizadas, se determinó que Banco del Pacífico sería la mejor alternativa para financiar el proyecto. El monto del crédito corresponde a USD11.406,33, a un plazo de cinco años y con una tasa de interés anual del 19,50%. En la tabla de amortización se detalló los pagos que se efectuaran dentro de los periodos establecidos.

En relación a la depreciación de los activos que posee la empresa, los autores se han basado en lo dispuesto por el (Servicios de Rentas Internas , 2017). Artículo 28.- gastos deducibles, donde se detalla el porcentaje a depreciar de acuerdo al tipo de activo fijo que posea la empresa. Para “Concentrados León” se aplicará una depreciación del 10% (maquinarias) y del 33% (Equipo de Computación) a continuación se detalla la depreciación sobre los activos de la empresa.

Depreciación

Tabla 43 *Depreciación de los activos fijos*

Activos	Valor Compra	de Vida Útil	% de Depreciación	de Depreciación Anual
Muebles de Oficina	5.000,00	10	10%	500,00
Equipo de Computación	.740,00	3	33%	574,20
Equipo de Oficina	2.880,00	10	10%	288,00
Maquinaria	32.300,00	10	10%	3.230,00
<i>Depreciación Acumulada</i>				<i>4.592,20</i>

Nota. Adaptado de Gastos generales deducibles por el (Servicios de Rentas Internas , 2017).

Balance Inicial del Proyecto

Tabla 44 Balance Inicial del proyecto

Activos		Pasivo	
Capital de trabajo		Pasivo Corriente	
Déficit Máximo Acumulado	15.111,65	Cuentas por Pagar	2.281,27
		Total de Pasivo Corriente	2.281,27
Total, de Capital de Trabajo	15.111,65	Pasivos a Largo Plazo	9.125,06
Elementos de propiedad, planta y equipo		Total de pasivo	11.406,33
Muebles de Oficina	5.000,00	Capital	
Equipo de Computación	1.740,00	Capital Propio	45.625,32
Equipo de Oficina	2.880,00	Total de Capital	45.625,32
Maquinaria	32.300,00		
Total, de Elementos de propiedad, planta y equipo	41.920,00		
Total de Activos	57.031,65	Total de Pasivo + Capital	57.031,65

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior, detalla el balance inicial con el que empieza sus actividades la empresa Concentrados León como se puede observar se incluye la lista de activos que posee la empresa que corresponde a un valor de USD 41,920 y el total de capital de Trabajo que corresponde USD 15.111,05. En el área de los pasivos, se incluye el pago por el préstamo adquirido con Banco Pacifico.

Gastos y Costos

Presupuesto de Gastos

Para la elaboración del salario actual se ha considerado la tabla de salarios sectorial del año 2017 elaborado por el ministerio de trabajo además, para calcular el aumento proyectado de este rubro, se consideró el promedio de la variación en el aumento del SBU del 2009 al 2017 dando como resultado un porcentaje de 6,14% Este valor será utilizado para la elaboración de la proyección de salarios.

Referente a los gastos por concepto de contratación de servicios, la empresa contratada para brindarlos acordó en base a sus políticas que el aumento por la contratación de servicios corresponde al 3,01% anual. Basándose en el promedio de la variación de la inflación del 2012 al 2016

Los gastos por concepto de arriendo solo aumentaran un 1% anualmente debido a que, el arrendatario mantiene una deuda pendiente con el Señor H.L y al no tener como cubrirla se estipuló que una forma de pago sería mediante el arriendo de las instalaciones donde estará ubicada la empresa y el aumento sobre la variación del arriendo sería el mínimo.

Presupuesto de Costos

Para el incremento de los servicios básicos se ha tomado como referencia el promedio de la inflación registrada entre los periodos del 2012 al 2016 en la página del instituto nacional de estadísticas y censos INEC por la tanto, la proyección se realizará con un incremento del 3,01% (Para mayor información sobre la inflación revisar la sección anexos)

Para el aumento en los costos de materia prima e insumos se ha considerado el Índice de precio al consumidor la cual se calculará en función del promedio obtenido entre los años del 2012 al 2016. Los cual dà como resultado un porcentaje de 3,03% (para mayor información sobre el IPC revisar la sección anexos)

Tabla 45 Índice del precio al consumidor

Periodos	IPC
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,22%
PROMEDIO	3,03%

Nota. Adaptado de la variación del IPC por el (INEC, 2017).

Demanda proyectada

Para determinar la proyección de la demanda se ha considerado los datos proporcionados en el plan de mejora continua del año 2016 del MAGAP y CORPEI en asociación con los productores de papaya y maracuyá del país. El cual indica que para las producción de pulpas y concentrados el aumento de la corresponderá al porcentaje de participación que tiene la empresa dentro del mercado y en caso de ser una nueva empresa esta, asumirá el porcentaje destinado para este tipo de empresas que corresponde al 5% ya que el sector de concentrado de frutas está dominado por dos empresas TROPIFRUTAS y QUICORNAC con un 80% mientras que otras empresas solo tiene el 15% por lo tanto al ser una empresa nueva le corresponderá la diferencia de participación entre las que dominan el mercado y las demás empresas participantes (MAGAP, 2015).

Tabla 46 *Participación de Mercado de empresas fabricantes de pulpa de frutas*

Tipo de empresa	Porcentaje de participación
QUICORNAC S.A y TROPIFRUTAS	80%
Otras empresas	15%
Nuevas empresas	5%

Nota. Adaptado del plan de mejora continua, por el (MAGAP, 2015).

Por lo anteriormente expuesto y basándose en los criterios de participación que se ha expuesto en el plan de mejora continua, Concentrados León considerará que el aumento de su demanda proyectada corresponderá al 5% anual al ser un mercado que cuenta con otras empresas ofreciendo el mismo producto se mantendrá con el porcentaje de las nuevas empresas durante la proyección del presente análisis financiero

Tabla 47 *Ingresos por ventas proyectadas*

Periodo	Producción Anual	Costo Unitario	Precio	Costos Totales	Ventas Totales
1	83.660,04	0,79	1,45	66.158,19	121.457,65
2	87.843,04	0,81	1,50	71.568,14	131.389,60
3	92.235,19	0,84	1,54	77.420,48	142.133,72
4	96.846,95	0,86	1,59	83.751,39	153.756,43
5	101.689,30	0,89	1,64	90.599,99	166.329,55

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48 Ventas y costos proyectados

		Ventas y Costos Proyectados				
		Periodos				
		1	2	3	4	5
Ventas		121.457,65	131.389,60	142.133,72	153.756,43	166.329,55
(-)Costos Totales		66.158,19	71.568,14	77.420,48	83.751,39	90.599,99
(-) Gastos						
Gastos de Promoción	de	1.935,00	1.993,55	1.993,55	1.993,55	1.993,55
Alquiler		3.000,00	3.030,00	3.060,30	3.090,90	3.121,81
Otros servicios		8.100,00	8.343,49	8.594,29	8.852,64	9.118,75
Servicios Básicos		8.520,00	8.776,11	9.039,92	9.311,66	9.591,57
Sueldos		12.872,45	13.662,45	14.500,94	15.390,89	16.335,45
Diseño del empaque	del	4.183,00	4.224,83	4.267,08	4.309,75	4.352,85
Depreciación		4.592,20	4.592,20	4.592,20	4.018,00	4.018,00
Intereses Pagado		444,85	355,88	266,91	177,94	88,97
Total Gastos	de	109.805,68	116.546,65	123.735,67	130.896,71	139.220,93
		11.651,96	14.842,95	18.398,05	22.859,71	27.108,61

Fuente: Elaboración Propia

Estado Financiero

Tabla 49 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados

	1	2	3	4	5
Ingresos	121.457,65	131.389,60	142.133,72	153.756,43	166.329,55
(-) Costos de Ventas	66.158,19	71.568,14	77.420,48	83.751,39	90.599,99
Utilidad Bruta	55.299,46	59.821,46	64.713,24	70.005,04	75.729,56
(-) Gastos					
Gastos de Promoción	1.935,00	1.993,55	1.993,55	1.993,55	1.993,55
Sueldos	12.872,45	13.662,45	14.500,94	15.390,89	16.335,45
Alquiler Anual	3.000,00	3.030,00	3.060,30	3.090,90	3.121,81
Otros Servicios	8.100,00	8.343,49	8.594,29	8.852,64	9.118,75
Diseño del empaque	4.183,00	4.224,83	4.267,08	4.309,75	4.352,85
Servicios Básicos	8.520,00	8.776,11	9.039,92	9.311,66	9.591,57
Depreciación	4.592,20	4.592,20	4.592,20	4.018,00	4.018,00
Total de Gastos	43.202,65	44.622,64	46.048,29	46.967,39	48.531,98
Utilidad Operacional	12.096,81	15.198,83	18.664,96	23.037,65	27.197,58
(-) Gastos Financieros					
Intereses Pagados	444,85	355,88	266,91	177,94	88,97
Utilidad antes de Impuesto	12.541,66	14.842,95	18.398,05	22.859,71	27.108,61
15% Participación a trabajadores	1.881,25	2.226,44	2.759,71	3.428,96	4.066,29
Utilidad Neta	10.660,41	12.616,51	15.638,34	19.430,75	23.042,32
Amortizaciones (-)	2.281,27	2.281,27	2.281,27	2.281,27	2.281,27
	8.379,14	10.335,24	13.357,08	17.149,49	20.761,06
Depreciación (+)	4.592,20	4.592,20	4.592,20	4.018,00	4.018,00
(-) Inversión Inicial	57.031,65				
(+)Préstamo	11.406,33				
Valor de desecho					16.459,00
Flujo Efectivo acumulado	45.625,32	12.971,34	14.927,44	17.949,28	33.202,06

Fuente: Elaboración Propia

El estado de pérdidas y ganancias se ha realizado en valores actuales y proyectados, muestran los ingresos y egresos a los que incurrirá “Concentrados León” durante sus cinco primeros periodos. En relación al pago del impuesto a la renta, de acuerdo (PROECUADOR , 2017) una

forma de incentivar a las empresas nuevas es la excepción del pago de este tributo por ende, no se ha considerado dentro del presente cálculo.

Evaluación del proyecto

Costo capital patrimonial

Tabla 50 *Costo capital patrimonial*

Costo Capital Patrimonial	
RM	Rentabilidad del mercado
RF	Tasa Libre de Riesgo
RP	Riesgo de la industria
Re	¿?
Rm	8,91%
Rf	2,29%
Beta	0,75
Rp	6,62%
Ke = Rf + (Rp X B)	
Rp = Rm - Rf	
Re=	7,26%

Nota. Adaptado del beta de la industria por el (Bolsa de Valores de Nueva York, 2017).

Costo de la deuda

Tabla 51 *Costo de la deuda*

Costo de la Deuda	
Kd	Interés cobrado
T	Tasa Impositiva del país
CD = Kd (1 – t)	
kd=	19,50%
t=	33,70%
CD=	0,13

Fuente: Elaboración Propia

Costo del capital ponderado

Tabla 52 Costo del capital ponderado

Costo del Capital Ponderado			
CD	Costo de la deuda		
Cap P	Costo del Capital Ponderado		
CD=	12,93%	Préstamo=	20%
Rp=	7,26%	Capital Propio=	80%
ko=	8,39%		

Fuente: Elaboración Propia

Calculo del WACC

Tabla 53 Calculo del WACC

WACC	
$WACC = ((1-L)*RE)+(L*DIRD)$	
$DIRF = (1-T)*RD$	
DIRF=	12,93%
L=	20%
Re=	7,26%
WACC=	8,39%

Fuente: Elaboración Propia

Tasa interna de retorno, Valor Neto actual y Tiempo de Recuperación de la inversión

Tabla 54 TIR, VNA, PAY BACK

Tasa Interna de Retorno y Valor Neto Actual						
Periodos		1	2	3	4	5
Flujo Efectivo acumulado	-	12.971,34	14.927,44	17.949,28	21.167,49	33.202,06
	45.625,32					
	-	\$	\$	\$	\$	\$
	45.625,32	11.967,32	13.772,01	16.559,95	19.529,06	30.632,11

Valor Neto Actual		\$	22.850,40	
Tasa Interna de Retorno			27,74%	
Pay Back	57.031,65	\$	42.299,28	3 años
	Inversión Inicial	\$	14.646,79	9 meses
		\$	108,49	2 días
		\$	57.054,57	

Fuente: Elaboración Propia

Al término del presente análisis financiero se concluye lo siguiente:

El valor neto actual del ejercicio dio como resultado USD 22.850,40 lo que permite saber que el proyecto es factible pues aun después de cubrir la inversión inicial se generó un valor favorable para la empresa.

La tasa interna de retorno (27,74%) es mayor al WACC (8,39%) indicando la factibilidad del proyecto. Pues triplica el porcentaje del WACC inicial.

La recuperación de la inversión se logra dentro de la proyección estimada la cual menciona que, la inversión inicial se recuperará en un periodo de 3 años, 9 meses y 2 días

Para mayor información sobre los demás cálculos realizados para los análisis financieros, revisar la sección de Excel de la presente tesis.

CONCLUSIONES

Mediante el presente estudio se pudo identificar que el Ecuador es considerado como uno de los principales países productores de maracuyá de la región, esto se evidencia a través de la demanda internacional que ubica a Ecuador como uno de los principales proveedores de esta fruta en el mundo. A nivel local, la demanda y el precio de este fruto es muy volátil debido a que varía según la estación climática y cadena distributiva. Esta volatilidad de precios y demanda afecta al agricultor en el precio de venta de su producto. Actualmente, el precio local por kilo de maracuyá fruta es de 0,36 centavos de dólar estadounidense para el agricultor, mientras que el precio del intermediario puede llegar a superar un dólar estadounidense.

Se determinó que entre los años 2014 al 2016 la capacidad de producción de maracuyá a nivel local fue de aproximadamente 13000 hectáreas, con una tasa de crecimiento del 2% anual. Mientras que las hectáreas cosechadas refleja una pérdida promedio de 3000 hectáreas por año por efecto de abandono como consecuencia de lo anteriormente anotado. El estado para incentivar la industria de maracuyá ha diseñado un programa financiero administrativo cuyas estrategias son créditos, con montos mayores a USD 2.568.667 desde el 2014 al 2016, donde el 91% del monto total es distribuida por la banca privada y el 9% por instituciones del sector público, y; promoción en los mercados internacionales.

En el caso de las exportaciones de concentrados, pulpas y jugos de maracuyá durante el año 2016 se registró un ingreso por ventas de 24.560 millones de dólares FOB, mientras que, en el año 2015 el monto exportado fue de 26.181 millones de dólares FOB, determinándose que el 2015 como un año importante en la exportación de la maracuyá y sus derivados. Entre los mercados internacionales con demanda potencial para estos productos se ha determinado que los países asiáticos como Japón y China son los que ofrecen un mejor precio, y; esto se debe al particular sabor que tiene la maracuyá ecuatoriana que está muy familiarizado a la gastronomía asiática.

En los mercados asiáticos el precio puede incrementarse entre USD 8,00 hasta USD 10,00 por una bolsa de concentrado.

Mediante el estudio de mercado local, herramienta metodológica encuesta local, se ha determinado un segmento donde el 39,2% de la muestra consume jugos de pulpa de frutas, además se ha determinado que el grupo etario de mayor consumo, 46,9%, es entre 18 a 25 años. Se logró identificar que la maracuyá es la segunda mayor fruta consumida para la elaboración de jugos, seguida de la naranja, fruta escogida como favorita por los encuestados. Además el 88,3% de la muestra indicó que sí estaría dispuesta a consumir pulpa de maracuyá, lo que da como resultado una buena aceptación de este producto para el consumo local.

Finalmente, la tecnificación implementada para la producción de pulpa de maracuyá en la empresa “Concentradas León” a través de la creación de una Pymes ha presentado una clara factibilidad al término de su análisis financiero. El cual, mediante un flujo de caja proyectado a 5 años dio un VAN de \$ 22.850,40, una TIR de 27,74% y una recuperación de la inversión de 3 años, 9 meses y 2 días.

RECOMENDACIONES

El gobierno debe implementar regulación en los precios de la actividad productiva de maracuyá siendo un producto cíclico, este hecho proporcionaría precios estandarizados que permitan alcanzar una mayor rentabilidad a quienes se dediquen a esta actividad y promovería al incremento de nuevos productores, los cuales harían uso de las perfectas condiciones climáticas que posee el País como ventaja competitiva ante los mercados internacionales.

La situación actual de la producción de maracuyá es muy ventajosa para el país. El aprovechamiento de las excelentes propiedades que poseen el suelo y clima brinda condiciones apropiadas para su cosecha, destinando más de 2000 hectáreas para la producción nacional. La creación de una asociación de productores de maracuyá plantearía un mejor escenario para los que se dedican a esta actividad. La cual, consista en otorgar facilidades financieras para destinar más recursos a los productores y obtener de ellos un mayor crecimiento y rentabilidad en sus negocios, de manera que Ecuador pueda llegar a convertirse en un País netamente competitivo en los mercados internacionales.

La tasa de crecimiento en relación a la producción de maracuyá se ha mantenido en un margen relativamente bajo del 2% y esto se da debido a las limitaciones que existen a nivel logístico y financiero en los agricultores, siendo estas las fuertes causas que detienen la actividad productiva; la creación de un proyecto para incentivar a los agricultores a aumentar su nivel de producción el cual este regido por el sector público como lo es Pro Ecuador brindaría grandes ventajas y consolidaría la actividad productiva y comercializadora de maracuyá en el país.

La búsqueda de nichos específicos netamente relacionados a las industrias de bebidas daría la oportunidad a que los agricultores tengan mayor captación dentro de los mercados de consumo y llegar a posesionarse en los principales supermercados.

REFERENCIAS

U.S. Department of Agriculture. (25 de Abril de 2016). *How to Grow Passion Fruit*. Obtenido de Growing Fruit: <http://www.wikihow.com/Grow-Passion-Fruit>

Asociacion Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador . (28 de Julio de 2017). *Libre mercado regula el precio del Cacao*. Obtenido de Portal web del ANECACAO: Noticias : <http://www.anecacao.com/es/noticias/libre-mercado-regula-el-precio-del-cacao.html>

Banco Central del Ecuador . (Abril de 2015). *GLOSARIO DEL SIGNIFICADO DE INDICADORES Y FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS*. Obtenido de Portal web del Banco Central del Ecuador : http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/GLOSARIO%20DEL%20SIGNIFICADO%20DE%20INDICADORES%20Y%20FUENTES_____.pdf

Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2017). *Comercio Exterior consulta totales por nandina*. Obtenido de Portal web del BCE: <https://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaTotXNandinaConGrafico.jsp>

Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2017). *Consulta total por Nandina*. Obtenido de Portal web del BCE: <https://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaTotXNandinaConGrafico.jsp>

Banco Central del Ecuador. (Enero de 2017). *Evolución de la Balanza Comercial de Enero a Diciembre del 2016*. Obtenido de Portal web del BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201612.pdf>

Banco Central del Ecuador. (05 de Agosto de 2017). *LA INFLACIÓN EN EL ECUADOR*. Obtenido de Portal web del BCE: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Banco D Miro . (04 de Agosto de 2017). Instrucciones para la solicitud de crédito. (M. Rosales, & A. Mite, Entrevistadores)

Banco del Pacifico. (04 de Agosto de 2017). Instrucciones para la solicitud de crédito. (M. Rosales , & A. Mite, Entrevistadores)

Banco Mundial. (11 de Abril de 2017). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de El Banco Mundial en Ecuador: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Bolsa de Valores de Nueva York. (09 de Agosto de 2017). *Betas by Sector (US)*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Cañizares, A., & Jaramillo, E. (2015). *El cultivo de maracuya en el Ecuador*. Obtenido de Universidad Tecnica de Machala: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi_i8Gz48fVAhXI2SYKHcbyCkAQFggrMAE&url=http%3A%2F%2F repositorio.utmachala.edu.ec%2Fbitstream%2F48000%2F6894%2F1%2F116%2520EL%2520CULTIVO%2520DE%2520MARACUYA%2520EN

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. (29 de Diciembre de 2012). *Art. 4.- Fines*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 351 : <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiy3ePE78XVAhUFRiYKHVmpBnAQFggrMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FBibliotecaPortlet%2Fdescargar%2F4cdf82a-6702-4147-917e-344eb79d8eae%2FCODIGO%2BORGANICO%2BDE%>

- Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). *Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento*. Obtenido de Roberto Espinosa: Welcome to the new marketing : <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Flexiplast. (08 de Agosto de 2017). *Empaques con valor agregado* . Obtenido de Portal web de FLEXIPLAST: <http://www.flexiplast.com/web/productos-2/empaques-plasticos-flexibles/empaques-con-valor-agregado/>
- Garcia, J. (06 de Enero de 2013). *Principales teorías del comercio internacional*. Obtenido de Economía y finanzas: <https://es.slideshare.net/huguito818181/3-principales-teoras-del-comercio-internacional>
- Gomez, A. (30 de Abril de 2016). *Teoría de la demanda representativa* . Obtenido de Portal web de Comercio sin fronteras: <http://tciusb.blogspot.com/2016/06/teoria-de-la-demanda-representativa.html>
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Libro Metodología de la Investigación 6ta edición SAMPIERI (PDF): https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2016/01/metodologia-de-la-investigacion-6ta-hernandez-sampieri-2014-259501-mlv20352587300_072015-f.jpg
- INEC. (23 de Agosto de 2017). *Índice de Precios al Consumidor*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (11 de Enero de 2013). *Informe de Primer Nivel*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/X-1204->

CONCENTRADO_DE_MARACUY%C3%81-JAP%C3%93N-
R00151.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (01 de Agosto de 2017). *Directorio de Exportadores de Ecuador*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR:
<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/directorio-de-exportadores-de-ecuador/>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (Julio de 2017). *España Ficha Técnica país*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR:
https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/PROEC_FT2017_ESPA%C3%91A_JULIO.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (01 de Agosto de 2017). *Evolución de las Exportaciones No Petroleras de Países por Subpartida*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/monitoreo-de-exportaciones/>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (01 de Agosto de 2017). *Evolución de las Exportaciones No Petroleras de Sectores por Subpartida*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/monitoreo-de-exportaciones/>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (17 de Julio de 2017). *Ficha Técnica de China, 2017*. Obtenido de Portal web de ProEcuador:
https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/PROEC_FT2017_CHINA_JULIO.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (08 de Agosto de 2017). *Ficha Técnica de Japón, 2017* . Obtenido de Portal web de PROECUADOR:

http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ft2017_japon/

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (Enero de 2017). *Perfil Sectorial de Frutas no tradicionales 2016*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/PERFIL-FRUTAS-NO-TRADICIONALES.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (18 de Abril de 2012). *Censo de Poblacion y Vivienda en el 2010*. Obtenido de Portal web del INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (18 de Abril de 2017). *Desempleo y Subempleo*. Obtenido de Portal web del INEC: Desempleo: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=desempleo>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Estadísticas Agropecuarias*. Obtenido de Portal web del INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

León, H. (09 de Agosto de 2017). Información para realizar los cálculos de la producción. (M. Rosales , & A. Mite, Entrevistadores)

León, H. (11 de Julio de 2017). Información sobre el proceso de producción de la pulpa de maracuya. (A. Mite , & M. Rosales , Entrevistadores)

León, H. (11 de Junio de 2017). Información sobre los procesos productivos del Recinto "El Rosario". (A. Mite, & M. Rosales , Entrevistadores)

Macias, J. (11 de Junio de 2017). Recinto "El Rosario"; creación, producción y actualidad . (A. Mite , & M. Rosales , Entrevistadores)

MAGAP. (21 de Septiembre de 2015). *Plan de mejora continua para los productores de maracuya en el Ecuador* . Obtenido de Portal web del

MAGAP: <http://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Estatuto-MAGAP.pdf>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (02 de Agosto de 2017). *Ecuador conoce tecnología agrícola brasileña*. Obtenido de Portal web del MAGAP: <http://www.agricultura.gob.ec/ecuador-conoce-tecnologia-agricola-brasilena/>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca. (06 de Mayo de 2015). *Boletín situacional de Tomate de Arbol y Maracuya*. Obtenido de Portal web del MAGAP: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/situacionales-de-cultivo-2016/file/2911-tomate-de-%C3%A1rbol-y-maracuya>

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA. (09 de Mayo de 2017). *Boletines Agroeconómicos*. Obtenido de UNIDAD ZONAL DE INFORMACION - SINAGAP: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/situacionales-de-cultivo-2016/file/2911-tomate-de-%C3%A1rbol-y-maracuya>

Ministerio de Comercio Exterior . (Septiembre de 2016). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de Portal web del COMEX: <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/glosario.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (02 de Agosto de 2017). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de Portal web del COMEX: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

Ministerio de Salud Pública . (08 de Agosto de 2017). *Etiquetado de alimentos*. Obtenido de Portal web del MSP: <http://www.salud.gob.ec/campana-etiquetado/>

Ministerio de Trabajo . (11 de Enero de 2017). *TABLA DE SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES 2016*. Obtenido de Portal web del Ministerio de Trabajo:

http://www.ecuadorinmediato.com/modules/umFileManager/pndata/2016-01/tablas_salarios_minimos_sectoriales_2016__46895.pdf

Navarro, J. (21 de Noviembre de 2013). Obtenido de Feedback Networks: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculiar.html>

Plan Nacional del Buen Vivir . (2013). *Objetivo 10: Impulsar la transdormacion de la matriz productiva* . Obtenido de Portal web del Plan Nacional del Buen Vivir : <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

Polo, D. (2014). *Ciclo de vida de un producto y sus etapas* . Obtenido de Portal web: Emprender facil : <http://www.emprender-facil.com/es/ciclo-de-vida-de-un-producto-y-sus-etapas/>

PROECUADOR . (08 de Agosto de 2017). *Reglas e incentivos para la inversión*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e-incentivos-para-la-inversion/>

PROECUADOR. (09 de Enero de 2015). *Ruta PRO ECUADOR*. Obtenido de Portal web de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ruta-pro-ecuador/>

PROECUADOR. (15 de Agosto de 2017). El Rol que cumple PROECUADOR dentro del comercio exterior. (M. Rosales , & A. Mite, Entrevistadores)

Registro Mercantil. (08 de Agosto de 2017). *Constituciones* . Obtenido de Portal web del Registro Mercantil : <http://registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/385-constituciones.html>

Rivera, P. (28 de Noviembre de 2012). *Estudio de mercado Maracuya*. Obtenido de Portal web: Estudio de mercado Maracuya: <https://prezi.com/3crkuzpmxif6/estudio-de-mercado-maracuya/>

Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN. (2008). *NTE INEN 2337:2008*.
Obtenido de Portal web del INEN:
<http://ia801903.us.archive.org/15/items/ec.nte.2337.2008/ec.nte.2337.2008.pdf>

Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN. (2010). *SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL PARA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. REQUISITOS*. Obtenido de NTE INEN 2 537:2010:
<http://normaspdf.inen.gob.ec/pdf/nte/2537.pdf>

Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN. (22 de Junio de 2017). *BOLETÍN DE PRENSA NO.DCS-BP-2017 -032*. Obtenido de Portal web del INEN: <http://www.normalizacion.gob.ec/mas-mipymes-le-apuestan-a-la-calidad-con-mi-primer-certificado-inen/>

Servicios de Rentas Internas . (09 de Agosto de 2017). *Art. 28.- Gastos generales deducibles*. Obtenido de Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>

ANEXOS

Anexos 1 *Modelo de la Encuesta*

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Tutora: ECON. Alcívar Avilés, María Teresa PhD.

Autores: Mite Barahona, Allan Xavier & Rosales Valarezo, María Belén

Nº de encuesta: 384

Encuesta sobre la aceptación y consumo de la pulpa de maracuyá en Guayaquil

1. Cuál es su edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 40 años
- Superior a 41 años

2. Con que frecuencia consume frutas

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente

3. Cuál es la forma en la que consume frutas

- En su estado natural
- Jugos
- Batidos
- Postres
- Con yogurt
- Con cereales

4. Cuál es el tipo de bebida con el que acompaña sus comidas

- Agua
- Gaseosas
- Jugos caseros
- Jugos en sobre
- Pulpas o concentrados

5. Cuando usted consume jugo, ¿cuál es la forma en la que lo prepara?

- Preparo mi jugo personalmente
- Utilizo jugos en sobre
- Utilizo pulpas o concentras de frutas

6. Cuando usted consume jugos en sobre o pulpa de frutas, usted agrega:

- Azúcar
- Panela
- Nada

7. De las siguientes frutas, cual son las que usted utiliza con mayor frecuencia para elaborar sus jugos

- Papaya
- Melón
- Maracuyá
- Mango
- Naranja
- Tomate de árbol
- Mora

8. ¿Estaría dispuesto a consumir pulpa de maracuyá?

Si

No (se da por terminada la encuesta, gracias por su tiempo, por favor envíe formulario)

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 500 gramos?

1 a 1,40

1,41 a 1,75

1,76 a 2.00

10. ¿Cuál es su sector de residencia?

Sur

Centro

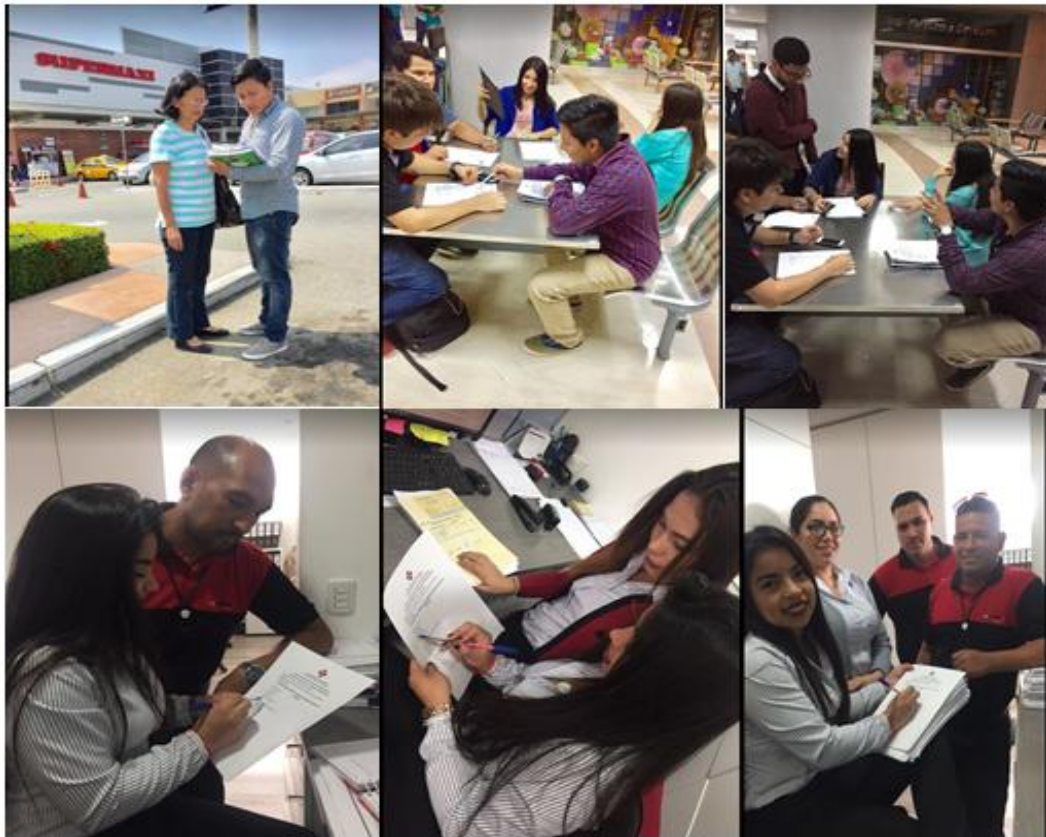
Norte

11. ¿Dónde le gustaría adquirir la pulpa de maracuyá?

Cadenas de supermercados

En las tiendas de su sector

Anexos 2 Fotos realizando las encuestas



**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Tutora: ECON. Alcívar Avilés, María Teresa PhD.

Autores: Mite Barahona, Allan Xavier & Rosales Valarezo, María Belén

Nº de entrevista:

1. ¿Cuál es el tipo de ayuda que brinda Pro Ecuador apoya a los productores de maracuyá del país?
2. En las ruedas de negociaciones ¿Existen productores de maracuyá participando?
3. ¿Cuándo tienen programada la próxima rueda de negocios?
4. ¿Cuántos productores de maracuyá están registrado dentro de la base de datos de Pro Ecuador?
5. ¿Existe algún gremio o asociación en la que esté incluido los productores de maracuyá?
6. ¿Cuál es el área o departamento que se encarga de la tecnificación de la producción nacional?
7. ¿Los productores de maracuyá están incluidos?



COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Naranjito, 26 de mayo del 2017

Señor
Harold León.
De nuestras consideraciones. -

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de quienes conformamos la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, estamos al tanto de su gran espíritu solidario, motivo por el cual, solicitamos su amable cooperación para que se nos conceda una entrevista en el día y la hora que usted disponga.

El objetivo de nuestra visita es obtener información necesaria que será utilizada **únicamente con fines académicos** y representará un aporte significativo para fortalecer nuestra investigación a la vez de, mostrar la situación actual del sector mediante su testimonio.

Nos encontramos realizando un trabajo de investigación previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel el cual, lleva por título; Estudio de factibilidad para comercializar pulpa de maracuyá procedente del recinto el rosario, cantón naranjito.

Seguros de contar con su amable atención, nos suscribimos, no sin antes expresarle nuestros sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente

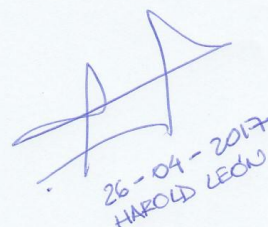


Allan Xavier Miñe Barahona
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 093154031-4



María Belén Rosales Valarezo
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 092963430-1

Apartado 09-01-4671
Edif. Principal 1er. piso
Telf. 2206950 Ext.2760/2762
Guayaquil - Ecuador



26-04-2017
HAROLD LEÓN

Guayaquil, 04 de agosto del 2017

Señores
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión,
PROECUADOR
De nuestras consideraciones. -

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de quienes conformamos la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, estamos al tanto de su gran espíritu solidario, motivo por el cual, solicitamos su amable cooperación para que se nos conceda una entrevista en el día y la hora que usted disponga.

El objetivo de nuestra visita es obtener información necesaria que será utilizada únicamente con fines académicos y representará un aporte significativo para fortalecer nuestra investigación a la vez de, mostrar la situación actual del sector mediante su testimonio.

Nos encontramos realizando un trabajo de investigación previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel el cual, lleva por título: Comercialización de pulpa de maracuyá a través de la tecnificación de su producción, con posible expansión hacia mercados internacionales.

Seguros de contar con su amable atención, nos suscribimos no sin antes expresarle nuestros sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente



Allan Xavier Mite Barahona
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 093154031-4



María Belén Rosales Valarezo
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 092963430-1

Avenida 09-01-6071
Edif. Principal 1er. piso
Telf: 2260000 Ext.27662762
Guayaquil - Ecuador



PRO ECUADOR
INSTITUTO VINCULADO

Ing. Irene Mirga Espinosa
Comisionada Sección de Promoción Tradicional
Plan Tradicional Frutas Sector Coordinador

Av. Francisco de Orellana, EIR World Trade Center
Torre A Piso 13, Guayaquil - Ecuador
Telf: + 593 4 2507900 ext. 228
Móvil: + 593 9 9404020
irmirga@proecuador.gov.ec
www.proecuador.gov.ec

Miembro de
Comercio Exterior

Guayaquil, 04 de agosto del 2017

**Señores,
Banco Pacífico
De nuestras consideraciones. -**

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de quienes conformamos la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, estamos al tanto de su gran espíritu solidario, motivo por el cual, solicitamos su amable cooperación para que se nos conceda una entrevista en el día y la hora que usted disponga.

El objetivo de nuestra visita es obtener información necesaria que será utilizada únicamente con fines académicos y representará un aporte significativo para fortalecer nuestra investigación a la vez de, mostrar la situación actual del sector mediante su testimonio.

Nos encontramos realizando un trabajo de investigación previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel el cual, lleva por título: Comercialización de pulpa de maracuyá a través de la tecnificación de su producción, con posible expansión hacia mercados internacionales.

Seguros de contar con su amable atención, nos suscribimos, no sin antes expresarle nuestros sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente



Allan Xavier Mite Barahona
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 093154031-4



Maria Belén Rosales Valarezo
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 092963430-1

04 de agosto 2017
Banco del Pacífico
AGENCIA EL DORADO

Guayaquil, 04 de agosto del 2017

Señores
Banco De Miro
De nuestras consideraciones. -

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de quienes conformamos la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, estamos al tanto de su gran espíritu solidario, motivo por el cual, solicitamos su amable cooperación para que se nos conceda una entrevista en el día y la hora que usted disponga.

El objetivo de nuestra visita es obtener información necesaria que será utilizada únicamente con fines académicos y representará un aporte significativo para fortalecer nuestra investigación a la vez de, mostrar la situación actual del sector mediante su testimonio.

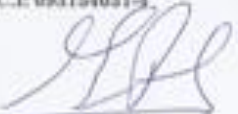
Nos encontramos realizando un trabajo de investigación previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel el cual, lleva por título; Comercialización de pulpa de maracuyá a través de la tecnificación de su producción, con posible expansión hacia mercados internacionales.

Seguros de contar con su amable atención, nos suscribimos no sin antes expresarle nuestros sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente



Allan Xavier Mite Barahona
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 093154031-4



María Belén Rosales Valarezo
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 092963430-1



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Guayaquil, 04 de agosto del 2017

Señores,
Banco Pichincha
De nuestras consideraciones. -

Por medio de la presente reciba un cordial saludo de quienes conformamos la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, estamos al tanto de su gran espíritu solidario, motivo por el cual, solicitamos su amable cooperación para que se nos conceda una entrevista en el día y la hora que usted disponga.

El objetivo de nuestra visita es obtener información necesaria que será utilizada únicamente con fines académicos y representará un aporte significativo para fortalecer nuestra investigación a la vez de, mostrar la situación actual del sector mediante su testimonio.

Nos encontramos realizando un trabajo de investigación previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel el cual, lleva por título: Comercialización de pulpa de maracuyá a través de la tecnificación de su producción, con posible expansión hacia mercados internacionales.

Seguro de contar con su amable atención, nos suscribimos, no sin antes expresar nuestros sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente

Allan Xavier Mite Barabona
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 993154931-4

María Belén Rosales Valarezo
Estudiante de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
C.I: 092963439-1

Avenida 2905-4071
Edif. Principal 1er. piso
Tel: 2206090 Fax: 27602702
Guayaquil - Ecuador

*Recebido
Leonor Barabona
04-08-2017
16:00
MAG*

Anexos 5 Información sobre créditos

PYME 10
Solicita hoy tu crédito PYME 10.
El mejor crédito comercial para pequeños y medianos negocios.
10% de menor tasa
Banco D-Miro

- Tasa del 10%
- Hasta 24 meses plazo
- Hasta el 50% de financiamiento
- Hasta \$25.000 en garantía real

MICROCRÉDITOS
MEJORANDO EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO

MICROCRÉDITO INDIVIDUAL
Créditos otorgados para incrementar el capital de trabajo o activos fijos, y mejorar el negocio "Cuandoque Responde"

MICROCRÉDITO "CONFIANZA"
Para empresas con buenas Microcréditos hasta \$15.000 otorgado a clientes con excelente historial crediticio. No es necesario contar con el apoyo de coafianzador

REQUISITOS:

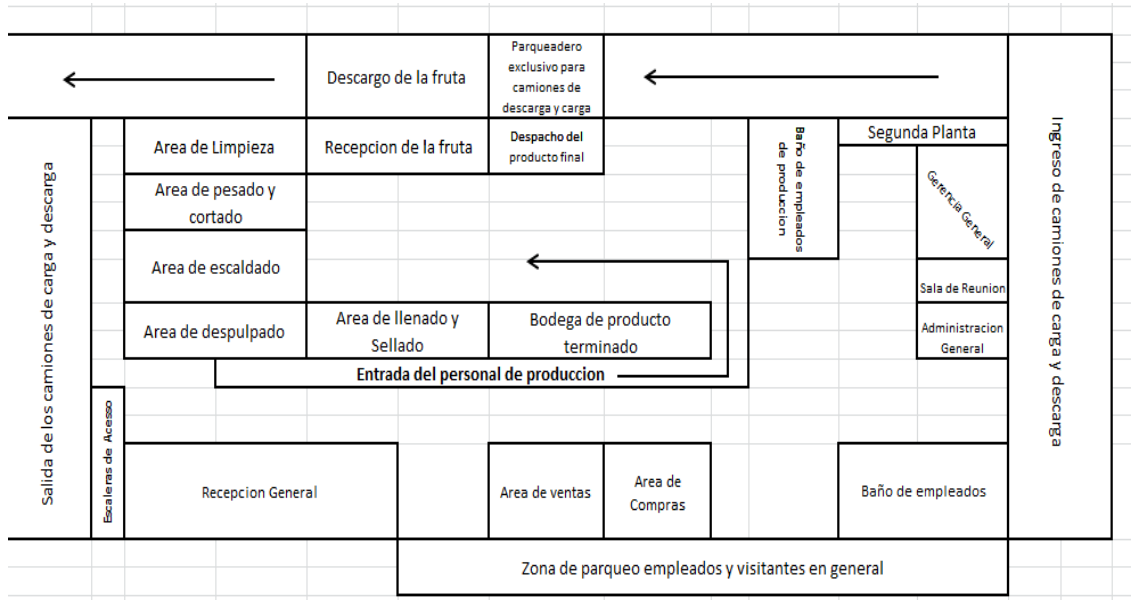
- Tener negocio propio en funcionamiento por un tiempo mínimo de 6 meses
- Tener entre 18 y 64 años de edad
- Un coafianzador

DOCUMENTOS NECESARIOS:

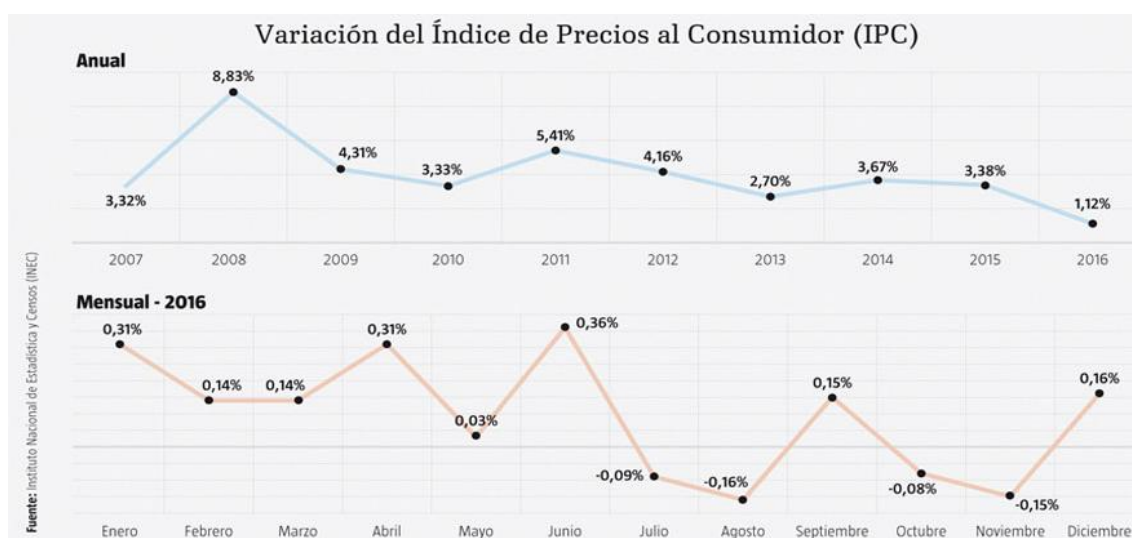
- Identificación de crédito
- Copia de cédula
- Copia de certificado de libertad
- Copia de escritura de patrimonio familiar

BANCO D-MIRO
Credibilidad. Confianza.

Anexos 6 Diseño de las instalaciones de "Concentrados León"



Anexos 7 Índice del precio al Consumidor



Anexos 8 Requisitos para ser proveedor de Supermaxi

REQUISITOS MÍNIMOS PARA SER CODIFICADO COMO PROVEEDOR

Para ser considerado proveedor de CORPORACIÓN EL ROSADO, se tomará en cuenta lo siguiente:

- Ser persona natural legalmente capaz o persona jurídica legalmente constituida o domiciliada en el país, de conformidad con la legislación vigente;
- Tener Registro Único Contribuyentes;
- Cuando el proveedor sea extranjero se cumplirá los requisitos legales pertinentes, que permitan establecer las responsabilidades administrativas, civiles o penales adecuadas de ser el caso;
- Cuando el proveedor presente un producto que ingrese por primera vez al mercado deberá adjuntar documentos de producción que contengan información que le permita al supermercado verificar capacidad comercial, financiera, operativa, de producción y suministro, a fin de evitar delitos como el lavado de activos, etc.;
- Estar vinculado a los sistemas tecnológicos de información que se emplean por el supermercado cuando su registro o inscripción sean requerido;

Anexos 9 Inflación del Ecuador

Periodo	Inflación
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
Promedio	3,01%



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Mite Barahona, Allan Xavier** con C.C: # 093154031-4 autor del trabajo de titulación: **Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales** previo a la obtención del título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 28 de agosto del 2017

f. _____

Mite Barahona, Allan Xavier

C.C: 093154031-4



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología
e Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rosales Valarezo, María Belén** con C.C: # 092963430-1 autora del trabajo de titulación: **Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales** previo a la obtención del título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de agosto del 2017

f. _____

Rosales Valarezo, María Belén

C.C: 092963430-1

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales.		
AUTORES:	Mite Barahona, Allan Xavier; Rosales Valarezo, María Belén		
TUTORA:	ECON. Alcívar Avilés, María Teresa Phd.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de Agosto de 2017	No. DE PÁGINAS:	176
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio exterior, finanzas, administración		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comercialización, oferta exportable, mercados internacionales, tecnificación, producción agrícola, empresas PYMES.		
<p>RESUMEN: La producción agrícola es una de las actividades que genera mayor ingreso al país. Ecuador es un país caracterizado por la agricultura debido al clima, suelo y mano de obra que posee. La relación entre los productores y el consumidor final se ve dirigida por el intermediario que se beneficia de ambas partes. En la mayoría de los casos, los productores reciben un valor inferior por su producto el cual, no compensa la inversión física ni monetaria que se realiza. Un ejemplo evidente es del señor H.L, productor de maracuyá del Cantón Naranjito, Recinto "El Rosario". Él considera que, el valor que recibe por su producto no compensa su inversión inicial en base esto, tomó la decisión de ampliar sus funciones y dedicarse a la comercialización de pulpa de maracuyá. En un principio, el éxito sobre su producto fue evidente pero la falta de garantías de calidad incidió sobre el declive de las ventas. En vista de lo expuesto se generó la idea de tecnificar su producción de tal forma que, la calidad del producto final sea comprobada y respete las normativas vigentes del país. Adicionalmente se realizará la búsqueda de posibles mercados internacionales para una futura expansión en caso de que el presente proyecto, genere algún tipo de rentabilidad.</p> <p>Palabras Claves: Comercialización, oferta exportable, mercados internacionales, tecnificación, producción agrícola, empresas PYMES</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593990769035 / +593939562240	E-mail: allanmite@hotmail.com / beney94@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Coello Cazar, David		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext.: 5129 - 5032		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			