



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estudio de Factibilidad de Producción de Piña MD2 y su exportación a Canadá

Andrea Elena Lituma Márquez

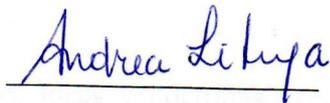
Director: Eco. Lucia Pico.

2013

Guayaquil, Ecuador

CERTIFICACION

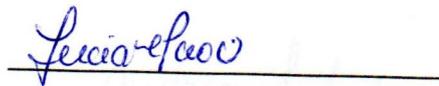
Yo Andrea Elena Lituma Márquez declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.



Andrea Elena Lituma Márquez

CI: 0930344395

Yo Lucia Magdalena Pico Versoza declaro que, en lo que yo personalmente conozco, a la señora Andrea Elena Lituma Márquez, es el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suya.



Lucia Magdalena Pico Versoza

CI: 0919528505

Director

DECLARACIÓN EXPRESA

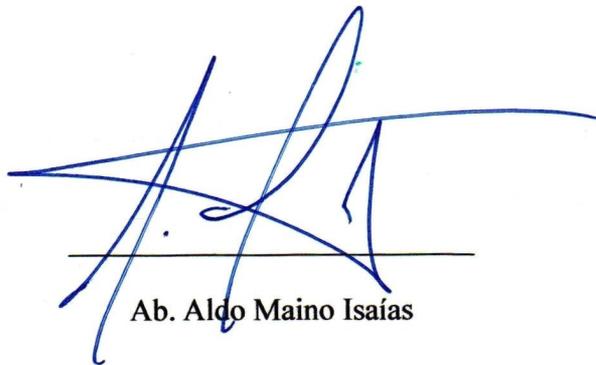
La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este trabajo de grado, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual del trabajo de Grado corresponde a la Universidad Internacional del Ecuador

Andrea Lituma

Andrea Lituma Márquez

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

En la ciudad de Guayaquil, a los 28 días del mes Agosto de 2013, se suscribe la siguiente acta de Defensa de Grado, del estudiante, Andrea Elena Lituma Márquez, de la carrera de Negocios Internacionales, siendo las principales autoridades: el Ec. Marcelo Fernández Sánchez, Rector de Universidad Internacional del Ecuador, Ing. Xavier Fernández Orrantía, Vicerrector de la Universidad Internacional del Ecuador y el Ab. Aldo Maino Isaías, Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil. Para lo cual doy fe.



Ab. Aldo Maino Isaías

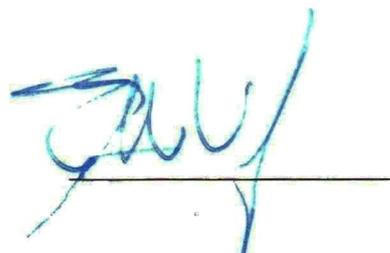
Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil



MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO



Miembro Principal

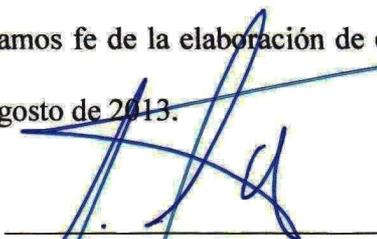


Miembro Principal



Miembro Principal

Damos fe de la elaboración de este Trabajo de Grado, que fue presentado en la fecha: 28 de Agosto de 2013.



Autoridad Académica Correspondiente

Extensión Guayaquil



Eco. Lucia Pico

Asesor del Trabajo de Grado



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios sobre todas las cosas que mi fuente de sabiduría y fortaleza, principalmente a mi padre que fue mi motor fundamental para seguir adelante en este largo camino de aprendizaje y profesionalismo.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi hija que me impulsa a seguir creciendo, a mi padre que formó parte de este gran proceso de alcanzar una meta más propuesta en mi camino, y a mi esposo que día a día me dio su apoyo.

INDICE

| | |
|---------------------|-----|
| SINTESIS..... | 1 |
| JUSTIFICACION..... | 2-3 |
| DELIMITACION..... | 4 |
| IMPACTO SOCIAL..... | 5 |

CAPITULO 1

| | |
|--|--------------|
| 1.1 CLASIFICACIÓN DE LA PIÑA..... | 6 |
| 1.1.1 TAXONOMÍA Y BOTÁNICA..... | 6 |
| 1.1.2 ORIGEN Y SU DISTRIBUCIÓN..... | 7-9 |
| 1.1.3 TAMAÑO DEL PROYECTO..... | 10 |
| <u>1.2 REQUERIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN.....</u> | 11-12 |
| 1.2.1 SISTEMA DE PROPAGACIÓN..... | 13 |
| 1.2.2 MANEJO DEL CULTIVO..... | 14 |
| 1.2.3 PREPARACIÓN DEL TERRENO Y SIEMBRA..... | 14 |
| 1.2.4 ÉPOCA DE SIEMBRA..... | 14 |
| 1.2.5 FERTILIZACIÓN..... | 15-17 |
| 1.2.6 COSECHA..... | 17 |

| | |
|--|-------|
| 1.2.7 POS COSECHA..... | 18-19 |
| 1.2.8. REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA..... | 20-21 |
| 1.2.9 PASOS PARA EXPORTAR PIÑA EN EL ECUADOR..... | 22 |

CAPITULO 2

| | |
|---|--------------|
| 2.1.ECUADOR PAÍS AGRÍCOLA | 23 |
| 2.1.1 SECTOR AGRÍCOLA ECUATORIANO..... | 23 |
| 2.2. PRODUCCIÓN DE PIÑA MD2..... | 24 |
| 2.2.1 ZONAS DE CULTIVO EN EL ECUADOR..... | 24 |
| 2.2.2 TEMPORADA DE CULTIVO EN ECUADOR..... | 25 |
| 2.2.3 PRINCIPALES PRODUCTORES..... | 26 |
| 2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA MUNDIAL..... | 26-27 |
| 2.3.1 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE PIÑA | 28 |
| 2.3.2 EXPORTACIONES DE PIÑA..... | 28 |
| 2.3.3 MERCADO CANADIENSE..... | 29-30 |
| 2.3.3.1 PRINCIPALES IMPORTACIONES DE FRUTAS FRESCAS | |
| EN CANADA... .. | 31 |
| 2.3.3.2 PRINCIPALES IMPORTACIONES DE FRUTAS FRESCAS | |

| | |
|--|----|
| DE CANADÁ POR PROVINCIA..... | 31 |
| 2.3.3.3 IMPORTACIONES DE CANADÁ POR PRODUCTO (FRUTAS FRESCAS EN MILES DE DÓLARES..... | 33 |
| 2.3.3.4 IMPORTACIONES DE CANADÁ POR PRODUCTO (FRUTAS FRESCAS EN TONELADAS..... | 34 |

CAPITULO 3

| | |
|--|-----------|
| 3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO PROPIO | 35 |
| 3.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 35 |
| 3.1.2 NOMBRE DEL NEGOCIO..... | 36 |
| 3.2. OBJETIVOS..... | 36 |
| 3.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 36 |
| 3.3 MISIÓN..... | 37 |
| 3.4 VISIÓN..... | 37 |
| 3.5 LOGOTIPO..... | 37 |
| 3.5.1 SLOGAN..... | 38 |
| 3.6 FODA..... | 38 |
| 3.7 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA..... | 39 |
| 3.7.1 SOCIEDAD ANÓNIMA..... | 39 |

| | |
|--|-----------|
| 3.7.2. PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA..... | 39 |
| 3.7.3 RESUMEN EJECUTIVO DE LA EMPRESA..... | 40 |
| 3.7.4 TAMAÑO DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA..... | 41 |
| 3.7.5 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA..... | 41 |
| 3.7.6 PERFILES DEL CARGO..... | 42-45 |
| 3.7.7. VALORACIÓN DE PUESTOS EN ESCALA DE GRADUACIÓN DE PUESTOS...46 | |
| 3.8 PLAN DE MARKETING..... | 47 |
| 3.8.1 PRODUCTO | 47-48 |
| 3.8.2 PRECIO | 49 |
| 3.8.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PIÑA MD2..... | 50 |
| 3.8.4 PROMOCIÓN..... | 51 |
| 3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL..... | 51 |
| 3.9.1. CANADÁ..... | 51 |
| 3.9.1.1 PIB..... | 52 |
| 3.9.1.2 DEMOGRAFÍA..... | 52 |
| 3.9.1.3 CLIMA..... | 52 |
| 3.9.1.4 CONSUMO..... | 52 |

| | |
|--|-----------|
| 3.9.1.5 TECNOLOGÍA..... | 53 |
| 3.9.1.6 LEGAL..... | 53 |
| 3.9.1.7 POLÍTICO..... | 53 |
| 3.10 ANÁLISIS DE PORTAFOLIO..... | 54 |
| 3.10.1. CANADÁ..... | 54 |
| 3.10.2 MODELO PROPUESTO POR HARREL Y KIEFER..... | 55-56 |
| 3.11 FORMAS DE ENTRADA..... | 57 |
| 3.11.1 EXPORTACIÓN DIRECTA | 57 |
| 3.12. PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR..... | 58 |
| 3.12.1 TRÁMITES DE EXPORTACIÓN..... | 59 |
| 3.12.1.2 FASE DE PRE-EMBARQUE | 59 |
| 3.12.1.3 FASE POST-EMBARQUE..... | 59-60 |
| 3.12.2 DOCUMENTOS A PRESENTAR PARA LA EXPORTACIÓN A CANADÁ..... | 61 |
| 3.12.2.1 CERTIFICADO DE ORIGEN | 61-62 |
| 3.12.2.2. CERTIFICADO DE SANITARIO..... | 63 |
| 3.12.3 ECUAPASS..... | 63-65 |
| 3.12.4 INGRESO DE LA INFORMACIÓN..... | 66 |
| 3.13 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN..... | 67 |
| 3.13.1 CONTENEDOR..... | 68 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 3.13.2 EMPAQUE..... | 68 |
| 3.13.4 ALMACENAMIENTO..... | 69 |
| 3.13.5 PRECIOS DE EXPORTACIÓN..... | 69 |

CAPITULO 4

ESTUDIO TECNICO

| | |
|--|--------------|
| 4.1 EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN..... | 70-73 |
| 4.2 GASTOS OPERATIVOS..... | 74 |
| 4.2.1 ARRIENDO..... | 74 |
| 4.2.2 COMPRAS..... | 75 |
| 4.2.3 PUBLICIDAD..... | 75 |
| 4.2.4 SERVICIO BÁSICOS..... | 76 |
| 4.2.5 INTERNET..... | 76 |
| 4.2.6 COSTOS DE LOGÍSTICA..... | 76 |
| 4.2.7 COSTOS DE ADUANA..... | 77 |
| 4.3 COSTOS Y GASTOS..... | 77 |
| 4.3.1 COSTOS FIJOS..... | 77 |
| 4.3.2 SUELDOS Y SALARIOS..... | 78 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3.3 COSTOS VARIABLES..... | 79 |
| 4.3.4 GASTOS PRE OPERATIVOS..... | 80 |
| 4.4 ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD..... | 81 |
| 4.4.1 PRESUPUESTO..... | 81 |
| 4.4.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN..... | 81 |
| 4.4.3 ACTIVOS FIJOS..... | 81 |
| 4.4.4 ACTIVOS INTANGIBLES..... | 82 |
| 4.4.5 CAPITAL DE TRABAJO..... | 83 |
| 4.5 PRESUPUESTO DE INGRESO | 84 |
| 4.6 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO | 85 |
| 4.6.1 ESTADO DE RESULTADOS | 85-86 |
| 4.6.2 FLUJOS NETOS DE FONDOS..... | 87-88 |
| 4.7 EVALUACIÓN FINANCIERA..... | 89 |
| 4.7.1 COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL: TMAR..... | 89 |
| 4.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO: TIR..... | 90 |

CAPITULO 5

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|----------------------------|-------|
| 5.1.1 CONCLUSIONES..... | 91-92 |
| 5.1.2 RECOMENDACIONES..... | 93 |

| | |
|--------------------------------------|-------|
| 5.1.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 94 |
| 5.1.3 BIBLIOGRAFÍA..... | 95 |
| 5.1.4 FUENTES DE INTERNET..... | 95-96 |
| 5.1.5 FUENTES HEMEROGRÁFICAS..... | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

TABLAS

- Tabla #1-** Taxonomía y botánica
- Tabla # 2-** Componentes Nutricionales de la Piña
- Tabla #3-** Superficie Sembrada Producción de la Piña en Ecuador
- Tabla # 4-** Principales Importadores de piñas frescas o Secas al Mundo
- Tabla# 5-** Proveedores de Piñas frescas o Secas al Mundo
- Tabla # 6-** Precio de Exportación en Valor FOB
- Tabla# 7 –** Principales supermercados y distribuidores de frutas frescas en Canadá
- Tabla # 8-** Costo total de preparación de suelo para 17 hectáreas de producción de piña MD2
- Tabla #9 -**Costo de plantación y siembra de semillas de piña MD2
- Tabla #10-** Total plantas sembradas
- Tabla #11 -**Costo del alquiler del lugar de producción y funcionamiento
- Tabla #12 -**Materiales de Oficina
- Tabla #13-** Incluido el valor de la página web y papelería correspondiente
- Tabla #14-** Costo de los servicios básico calculando mensual y anualmente
- Tabla#15-** Valor del uso de internet en las instalaciones
- Tabla #16-** Costos del traslado de la mercadería
- Tabla #17-** Costos generados en el proceso de exportación
- Tabla #18-** Costos fijos proyectados al 2015
- Tabla #19-** Costos Variables proyectados al 2015

GRÁFICOS

- Grafico #1** Diagrama de retoños Piña
- Grafico #2** Principales Importaciones de frutas Frescas en Canadá
- Grafico #3** Principales Importaciones de frutas frescas de Canadá por provincia
- Grafico #4** Importaciones de Canadá por producto (frutas frescas en miles de dólares)
- Grafico #5** Importaciones de Canadá por producto (frutas frescas en toneladas)
- Grafico #6** Procedimiento de Exportaciones

ANEXOS

- Anexo 1** Ficha Técnica de Canadá
- Anexo 2** Partidas arancelarias para la preparación de Hortalizas, frutos u otros frutos o demás partes de plantas.

SINTESIS

Por medio de este proyecto se estudia la factibilidad de la producción y exportación de piña MD2 a Canadá, ofrece una ventana a la entrada de un producto agrícola poco explotado en nuestro país y que tiene demanda en un mercado internacional.

No solo podemos pensar en la exportación de un producto, sino que en varios productos ya que este mercado tiene preferencia por frutas de origen tropical y como oportunidad nuestro país goza de variedad de frutos tropicales, lo que nos permite tener una oportunidad en cuanto a diversificación de productos, si existiera la posibilidad en el futuro de ingresar con otra fruta de similares características.

Representa además un beneficio importante a la sociedad porque incentiva el interés en la zona agrícola, y al generar otra fuente de producción, directamente aparecen plazas de trabajo para crecimiento de nuestra economía.

JUSTIFICACION

Esta investigación se realiza con la perspectiva de ofrecer todos nuestros recursos hacia mercados que aún no han sido muy explotados por países latinoamericanos, y con el fin de garantizar que nuestros recursos naturales y agrícolas sean aprovechados en su totalidad para alcanzar relaciones comerciales con diversos países que nos garanticen una futura expansión.

Canadá es un país que no goza de variedad en productos tropicales lo que hace muy apetecible para este mercado la piña MD2, y como se ha visto un gran incremento durante estos años en las importaciones de piña, hace posible analizar este mercado como punto de destino. Además de lograr entrar a otros mercados más cercanos en un futuro y que deseen obtener nuestra fruta durante temporadas bajas en Canadá y así poder mantener las exportaciones.

Tomando en cuenta que ya he realizado proyectos relacionados con productos agrícolas en el Ecuador que me han permitido obtener datos de importación y exportación, que a su vez van a contribuir estos para obtener un mejor resultado con cantidades más exactas y reales del tema en cuestión, inclusive por la facilidad que brindan instituciones financieras en el Ecuador, tales como Corporación Financiera Nacional, Banco de Fomento, Magap, Pro Ecuador etc. entre otras, que permiten acceder a información referente a los niveles de exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales.

Debido a la creciente dependencia de las exportaciones del Ecuador en los productos tradicionales como petróleo, camarón y banano, aprovechando la tierra ecuatoriana que es factible para la producción de piña MD2 en diversas partes del Ecuador.

Las principales zonas en las cuales se cultiva piña son: Santo Domingo de los Tsachilas, Santa Elena, Piñas, Quevedo, Naranjito, Yaguachi, Milagro, Huaquillas, Arenillas, Pasaje, Buena Fe, Valencia, Portoviejo, Chone, El Carmen, San Lorenzo, ya que por medio de estudios de fertilidad de la tierra se considera que es rentable su producción en estas zonas.

Además de que en el Ecuador la disponibilidad de la piña, se da durante todo el año lo cual permite asegurar el abastecimiento en los principales destinos de exportación.

Con este proyecto se podrá determinar la viabilidad de la exportación de la piña MD2 a Canadá donde la piña ecuatoriana goza de una ventana de mercado para la fruta y por otro lado conseguir la eficiente utilización de los recursos desarrollando un cultivo de consumo local cuya demanda es insatisfecha.

DELIMITACION

Analizaremos la piña en su variedad MD-2 la cual es un producto cuya demanda internacional se ha visto incrementada en los últimos años. Las principales zonas de cultivo de piña se desarrolla en las provincias de la Costa tales como El Oro, Guayas, Esmeraldas y Manabí por ser una fruta tropical, para la realización de este proyecto se utilizará un terreno en Santo Domingo (Puerto Limón) que es uno de los sitios que ofrece mejores condiciones de producción de la fruta. Además de ser factible debido a su temperatura y clima.

IMPACTO SOCIAL

El Ecuador un país que tiene gran variedad de recursos naturales sin ser conocidos todavía en su totalidad a nivel internacional, existe la oportunidad de tener grandes expectativas hacia una futura expansión de mercado. Debido a que el Ecuador goza de grandes recursos agrícolas poco explotados, además cuenta también con la disponibilidad ya que la piña tiene producción todo el año, lo que facilita la demanda de los mercados potenciales. Además de contar con el fuerte impulso en nuestro país hacia la producción nacional en los últimos tiempos, se puede aprovechar para obtener una gran nueva fuente de ingresos para la población sobre todo en el área agrícola, que es el futuro de la sociedad y la economía mundial, ya que generaría nuevas fuentes de trabajo y que a su vez beneficia a la economía social, incluso logra catapultar al país hacia diferentes mercados con la marca ecuatoriana.

CAPITULO 1

1.1 clasificación de la Piña

La piña es una fruta tropical que proviene de países sudamericanos, entre ellos Brasil y Paraguay. Se han señalado también como el área de origen la cuenca superior de Panamá, entre Brasil, Paraguay y Argentina, las selvas del curso superior del Amazonas, y las regiones semisecas de Brasil, Venezuela y Guyanas. La piña no se conoce en estado verdaderamente silvestre. Tampoco parece derivarse de las otras especies de frutos comestibles del género Ananas de la familia bromeliaceae, como *A.bracteatus*, *A. fritzmuelleri*, *A. erectifolia* y *A. ananasioides*, las cuales producen frutas muy pequeñas, con pocas semillas

1.1.1 Taxonomía y Botánica

Según las más recientes publicaciones la clasificación de la piña es la siguiente:

Tabla 1.- Distribución taxonómica de la piña.

| CATEGORIA | GRUPO |
|-----------|-----------------|
| REINO | VEGETAL |
| Phyllum | Pteridofita |
| Clase | Angiosperma |
| Subclase | Monocotiledónea |
| Orden | Bromeliales |
| Familia | Bromeliaceae |
| Género | <i>Ananas</i> |

Fuente: Internet

Autor: Andrea Lituma

1

¹Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

La piña pertenece a la familia de las bromiliáceas, género *Ananay* especie *comosus*. El tallo de la piña es una estructura en forma de mazo, con la parte superior más ancha y la inferior angosta y frecuentemente curva. En la parte superior el fruto está cubierto por 37 hojas; más abajo se presenta una zona de hojas secas y finalmente bajo el suelo, una parte curva de la que salen muchas raíces. El tallo central se continúa en el pedúnculo floral, luego en el eje central de la inflorescencia, con la cual forma una sola maza, para terminar en el ápice en una corona de hojas. En algunas variedades de piñas, y en otras *Ananás* silvestres, el pedúnculo floral está muy bien desarrollado. En cambio en los clones comerciales es muy corto y está cubierto por hojas.

Estos tienen hojas largas y angostas, más cortas hacia la parte inferior y constituyen el mejor material de propagación. Un segundo tipo de retoños más cortos se forma de yemas del tronco; también se usan en la reproducción vegetativa. El tercer tipo sale del pedúnculo, o debajo del fruto, y es de follaje mucho más corto y compacto y semeja una piña diminuta. Todos estos brotes tienen una base más o menos curva, pues salen de yemas horizontales y luego crecen verticalmente

1.1.2 Origen y distribución

Las regiones sembradas con piña en el mundo, están normalmente limitadas a zonas con altitudes inferiores a los 800 msnm (metros sobre el nivel del mar). La piña cuando es sembrada a esas alturas (> 1000 msnm) produce frutos pequeños, con pulpa sin buen color, ácidos y de escaso sabor.

Se ha establecido que la temperatura óptima para el cultivo de la piña debe estar entre los 20 a 30°C, siendo 23 - 24°C el óptimo; cuando la temperatura desciende a 10-16 C, detiene su crecimiento. Las plantas soportan temperaturas subcongelantes por períodos muy breves; por el contrario, cuando las temperaturas sobrepasan los 30°C, se presentan daños en plantas y/o frutos, porque la respiración y el metabolismo se aceleran.

Grupos de piña

La piña, de acuerdo a sus características se agrupa en 4 grupos que son:

Grupo Cayena.- Dentro de este grupo se destacan variedades como:

2

- **Cayena lisa (Hawaiana).**- Utilizada en la industrialización y exportación como fruta fresca.. Tiene susceptibilidad a sequía. Su fruto es amarillo al alcanzar la madurez.

- **Champaka.**- Es un clon de la variedad Cayena lisa, presenta mayor resistencia a enfermedades, además de una mayor concentración de azúcar. Es de forma cilíndrica y de pulpa amarilla

Grupo Queen.- Con variedades como:

- **MD-2.**- También llamada Golden Sweet, es de reciente introducción.

Entre sus características está la baja acidez, pudiendo alcanzar en condiciones excepcionales hasta 30°). Está catalogada como una fruta de lujo en los mercados externos

Grupo tipo peroleras.- Representado por la variedad milagreña:

- **Cambray (Milagreña).**- Es de la variedad Perolera, originaria de Brasil, se destina únicamente para el mercado local. Es poco utilizada para industrialización.

²Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

Grupo Spanish.- No presenta variedades comerciales pero se pueden citar entre las variedades de este grupo a la española, Puerto Rico y Blood.

Tabla 2 Componentes Nutricionales de la Piña

| | |
|---------------|-----------------|
| Grasa | Fibra Dietética |
| Carbohidratos | Vitamina A |
| Proteína | Sodio |
| Calcio | Azúcar |
| Colesterol | Vitamina C |

Fuente: Empresa Exportadora de Piña - AGROEDEN

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

La Piña es una fruta muy rica en hidratos de carbono de absorción lenta, posee contenido de proteínas vegetales y es abundante en potasio, yodo y vitaminas A, B y C. Contiene un 85% de agua, hidratos de carbono y fibra, y provee grandes beneficios nutricionales importantes para nuestra salud.

Así mismo es una fruta rica en vitamina C, vitaminas del complejo B, y un bajo valor calórico, apenas 52 calorías cada 100 gramos, lo que hace de la Piña una fruta muy saludable para consumir en dietas para perder peso.

La Piña es muy buena para favorecer la absorción de hierro, regularizar el tránsito intestinal, y fortalecer el sistema inmunológico, por lo tanto se puede consumir para prevenir el

estreñimiento, así como también para eliminar líquidos, ya que es un poderoso diurético natural.

En la medicina natural, la Piña se utiliza de forma preventiva debido a sus propiedades curativas, ya que contiene tres importantes enzimas (bromelia, extranasa y ananasa) las cuales si se combinan, actúan de forma muy positiva para nuestro organismo.

Se puede utilizar la Piña, para ayudar a combatir enfermedades como: Catarro, Alergias, Reumatismo, Hipertensión, Colesterol

La Piña tiene gran capacidad para limpiar nuestro organismo, esto es fundamental para prevenirnos de muchas molestias digestivas e intestinales. Así mismo, es recomendada en las dietas para perder peso. Al eliminar grasas, ayuda también a combatir la celulitis.

1.1.3.- Tamaño del proyecto

Para la determinación del tamaño del proyecto, se han tomado en cuenta diversos factores como la demanda generada en estos últimos años del producto, tomando en cuenta desde el año 2007 fue de 33580 en millones de USD, y que ha ido en constante aumento representando un TCPA (Tasa de Crecimiento Promedio Anual) del 2007-2010 del 28.28%, ubicándonos en un lugar aceptable que promueva el desarrollo de proyectos en busca de la exportación de la fruta y su posterior exportación, para esto se analiza la infraestructura necesaria para el manejo del cultivo de piña con el cual se pretende la minimización de costos y, finalmente, los costos y gastos de la operación que van a influir directamente sobre el tamaño del proyecto.

3

³ Centro de Comercio Internacional, Trademap-Proecuador Piña Ecuatoriana

Al ser la piña un cultivo extensivo, los costos y gastos de operación van a influenciar directamente en el tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se ha determinado también en base a la disponibilidad de espacio y la calidad del suelo, lo ideal y tamaño óptimo sería de 17 hectáreas que se van a dividir de la siguiente manera:

Las primeras 12 hectáreas son destinadas para la siembra del cultivo y las 5 restantes para suplir a los meses de temporadas bajas. Para este proyecto se va a practicar la siembra escalonada para asegurar la producción constante de piña durante todos los meses del año y tener una demanda estable y precios de forma independiente de la cantidad ofertada en el mercado, las mismas que generalmente bajan en temporadas de sobreproducción de piña, como son los meses de junio y julio en las costas ecuatorianas, a diferencia de los meses de octubre y noviembre.

4

1.2 Requerimiento de la Producción

Las condiciones que la piña requiere para su adecuado desarrollo y crecimiento, son:

- Bosque seco tropical
- Bosque húmedo tropical
- Bosque muy húmedo pre montano

La altitud adecuada es 0 a 600 metros sobre el nivel del mar pudiendo llegar hasta los 1.000 metros sobre el nivel del mar, con precipitaciones que oscilan entre 1.000 a 1.500 milímetros. La temperatura requerida es de 20 a 27°C; los suelos necesarios tienen pH de 5,5 a

⁴Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

6, textura arcillosa, areno-arcillosa y limosa y condiciones de buen drenaje, permeables, ricas en materia orgánica y de preferencia de topografía regular

Así también, es indispensable para la localización del proyecto la cercanía a los principales centros de acopio o de embarque y la disponibilidad de insumos y mano de obra de la zona para todos los trabajos que se requieran en la zona de producción.

La localización del proyecto se llevara a cabo en Santo Domingo de los Tsachilas ya que debido a su temperatura y clima representa una oportunidad de producción, además de sus características como:

- Altitud 550 metros sobre el nivel del mar
- - Temperatura de 18 a 26°C
- - Precipitación 1.100 – 1.700 milímetros.
- El suelo es muy fértil por lo que es rico en la producción agrícola, además de cuenta con varias hectáreas de sembrío.

Santo Domingo de los Tsachilas



Fuente: Internet

1.2.1 Sistema de propagación

La propagación de la piña es únicamente vegetativa, a través de la utilización de hijuelos, retoños o colinos. Antes de la siembra es recomendable desinfectar la parte vegetativa, haciendo una inmersión en un insecticida y fungicida, para prevenir un futuro ataque de plagas y enfermedades. El tratamiento de prevención consiste en sumergir el colino en una solución por un tiempo de aproximadamente un minuto y luego dejar secar al aire libre por 24 horas o más para posteriormente sembrarlas y evitar intoxicaciones en los jornaleros.

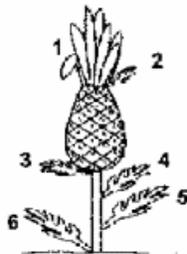
Los tipos de semilla pueden ser: Corona, localizada en la parte superior del fruto y se utilizan 1 semilla por planta. Bulbillo o hijo localizado en el pedúnculo de la fruta del que pueden obtenerse de 1 a 3 semillas y finalmente el hijo verdadero o chupón localizado en la axila de la hoja y del que pueden ser de 3 a 5 semillas por planta

Grafico #1

Diagrama de retoños Piña

Diagrama de los retoños más recomendables para la propagación de la piña

5



1. Corona (lento su crecimiento)
2. Hijo de corona (poco viable)
3. Hijo basal (no es recomendable)
4. Hijo (mejor material de propagación)
5. Chupón (recomendable)
6. Retoño (se utiliza para 2da. cosecha)

⁵Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

1.2.2 Manejo del Cultivo

El manejo del cultivo se divide en los siguientes aspectos:

- Preparación del terreno y siembra
- Fertilización
- Controles fitosanitarios
- Cosecha
- Poscosecha

1.2.3 Preparación del terreno y siembra

En tierras nuevas o en tierras sembradas el primer paso es hacer la limpieza respectiva para quitar árboles, arbustos, piedras, raíces o cualquier vegetación alta.

1.2.4 Época de Siembra

La época de siembra adecuada es la temporada lluviosa, en Santo Domingo de los Tsachilas se realizan siembras durante todo el año.

La vegetación restante debe ser incorporarse dentro del suelo con el uso de una rastra, a 20-30 centímetros de profundidad. Se comienza con la destrucción e incorporación de plantas sobrantes después de la cosecha, seguida por una rastra pesada o equipo cortador.

Se debe incorporar material orgánico para efectivizar las condiciones del suelo a una profundidad de 30 centímetros o más. Se efectúan varias pasadas en una misma área.

Posteriormente se forman drenajes internos 60-70 centímetros con el aguilón, para incorporar

la materia orgánica que se halla superficialmente; esto se realiza en dos pasadas en forma de cruz.

La preparación final del terreno es realizada con una rastra de disco liviano, la cual rompe terrones del suelo y se obtiene el terreno deseado para la construcción de las camas para la siembra. La última actividad es la de levantar las camas. Las camas son montículos de tierra en hileras, necesarias para lograr una mayor evacuación del agua superficial, debido al exceso de precipitación. Esto se lo puede realizar de forma manual o mecánicamente

Las distancias de siembra que se van a utilizar para este proyecto con la variedad piña MD-2 se va a aplicar una densidad de 60 mil plantas por hectárea que garantizan rendimiento de aproximadamente 100 toneladas.

Las distancias de siembra que se van a utilizar, son las siguientes (en doble hilera):

30 centímetros entre plantas, 40 centímetros entre hileras, la cama debe tener 25 centímetros de altura y 70 centímetros de ancho y 80 - 90 centímetros de calle.

La siembra se la realiza en una sola hilera, colocando al colino en el centro de la cama; luego con una estaca; se abre un hoyo y se coloca el colino.⁶

La cantidad de semillas por hectárea será aproximadamente de 20000 hijuelos.

1.2.5 Fertilización

Tomando cuenta las condiciones del suelo, y en condiciones climáticas de nuestro país se recomienda utilizar fertilizantes simples que contribuyan al desarrollo adecuado de las semillas. Sin embargo previo a realizar un plan de fertilización, se debe realizar un análisis completo de suelos para obtener un mejor resultado y aprovechamiento de los fertilizantes.

⁶Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

Las aplicaciones al suelo se hacen dirigidas a cada planta, para que de esta forma el abono quede tapado con tierra y no tenga contacto directo con la planta; las siguientes se colocan a lado de cada planta (a 3-5 centímetros de la base o en la axila de las hojas inferiores y base del tronco de la planta), desde las hojas inferiores podrá deslizarse al suelo conforme se disuelve, o ser absorbido por vía foliar y aprovecharse más eficientemente.

Los fertilizantes deben disueltos para la posterior aplicación de la solución.

Las deficiencias más son notables en la planta a continuación:

Nitrógeno.-

Desarrollo pobre o retardado

- Desarrollo de color verde pálido o amarillento (clorosis), dependiendo del nivel de deficiencia.
- Tallos delgados.
- Baja producción y calidad de frutas.

Fósforo.- Cuando hay deficiencia de fósforo se detiene el crecimiento de la planta **Potasio.-**

. Las orillas de las hojas se secan, les aparecen manchas necróticas, quemazones o pequeños puntos que afectan adversamente la fotosíntesis y la síntesis de almidón.

. El potasio es fundamental para la piña, es el responsable de la traslocación de azúcares

La carencia de potasio ocasiona una reducción drástica en el contenido de azúcar en el jugo, lo cual hace de esta fruta una de sabor insípido.

Calcio.-:

- Formación de la lámina media de las células,
- Regula la reacción de pH dentro/fuera de la planta.

-Produce el alargamiento de los ápices aéreos (cogollo) y de las raíces al estar asociado con la división celular.

7

Magnesio.-

-Se forman manchas, la decoloración empieza en el margen de las hojas y luego pasa a las áreas entre las venas,

Hierro.

- La pérdida paulatina del color verde de sus hojas, al cual lo sustituye un tinte amarillento.

Manganeso.- El exceso de este elemento en el suelo causa clorosis.

Aluminio.- Es perjudicial para la planta si se utiliza de forma desequilibrada durante el proceso de fertilización lo que ocasiona quemaduras en la planta u aparición de cristales de fosfato de aluminio en sus raíces.

1.2.6 Cosecha

La piña para exportación se debe cortar en las primeras etapas de maduración, pero de color verde en la cáscara (de 1/4 a media madurez, lo que se da de 2 a 3 semanas antes de la completa maduración). Luego de cortar el fruto, las yemas axilares del tallo se estimulan y producen hijuelos nuevos, uno de los hijuelos se deja para la segunda cosecha, la cual se obtiene aproximadamente en 10 meses después de la primera cosecha, para un ciclo comercial total de 24 a 28 meses. Para este proyecto se va a realizar una sola cosecha, para luego después de un mes de descanso volver a sembrar.

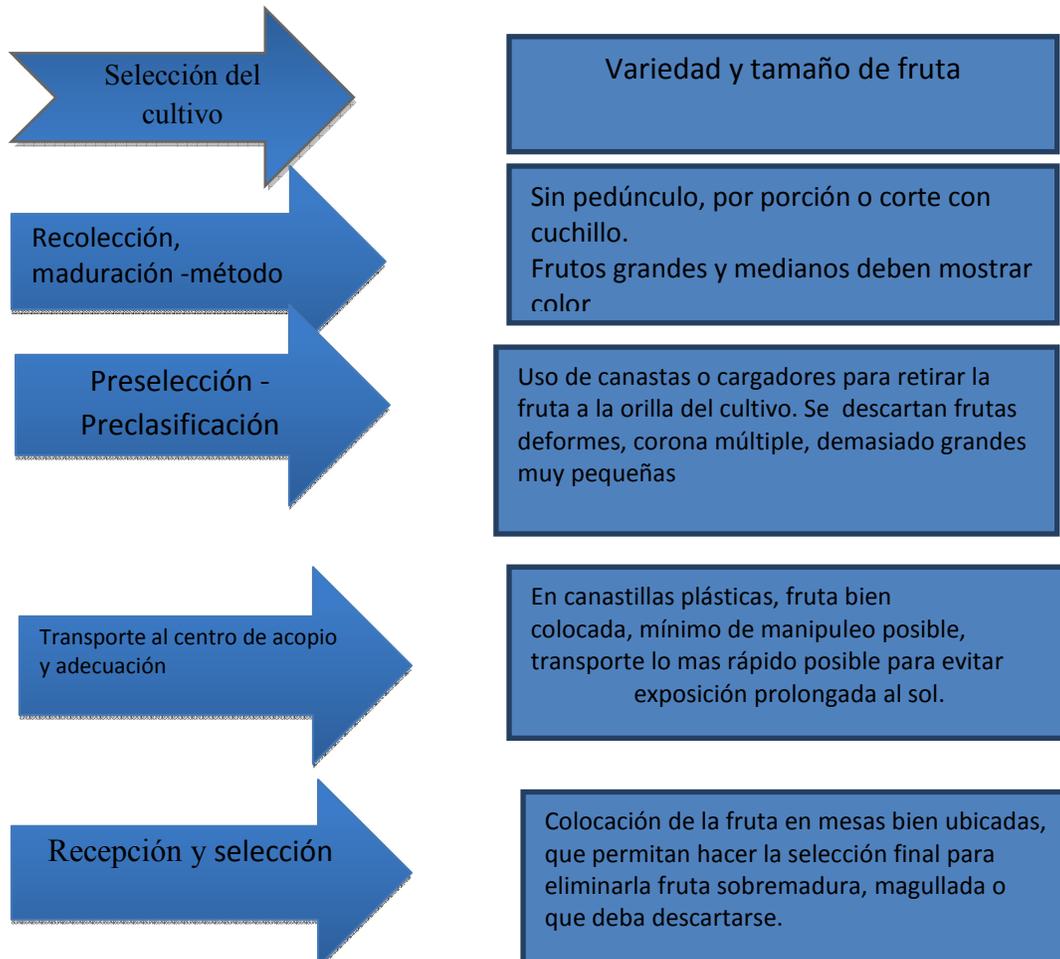
⁷Repositorio Digital USFQM Caicedo – 2008

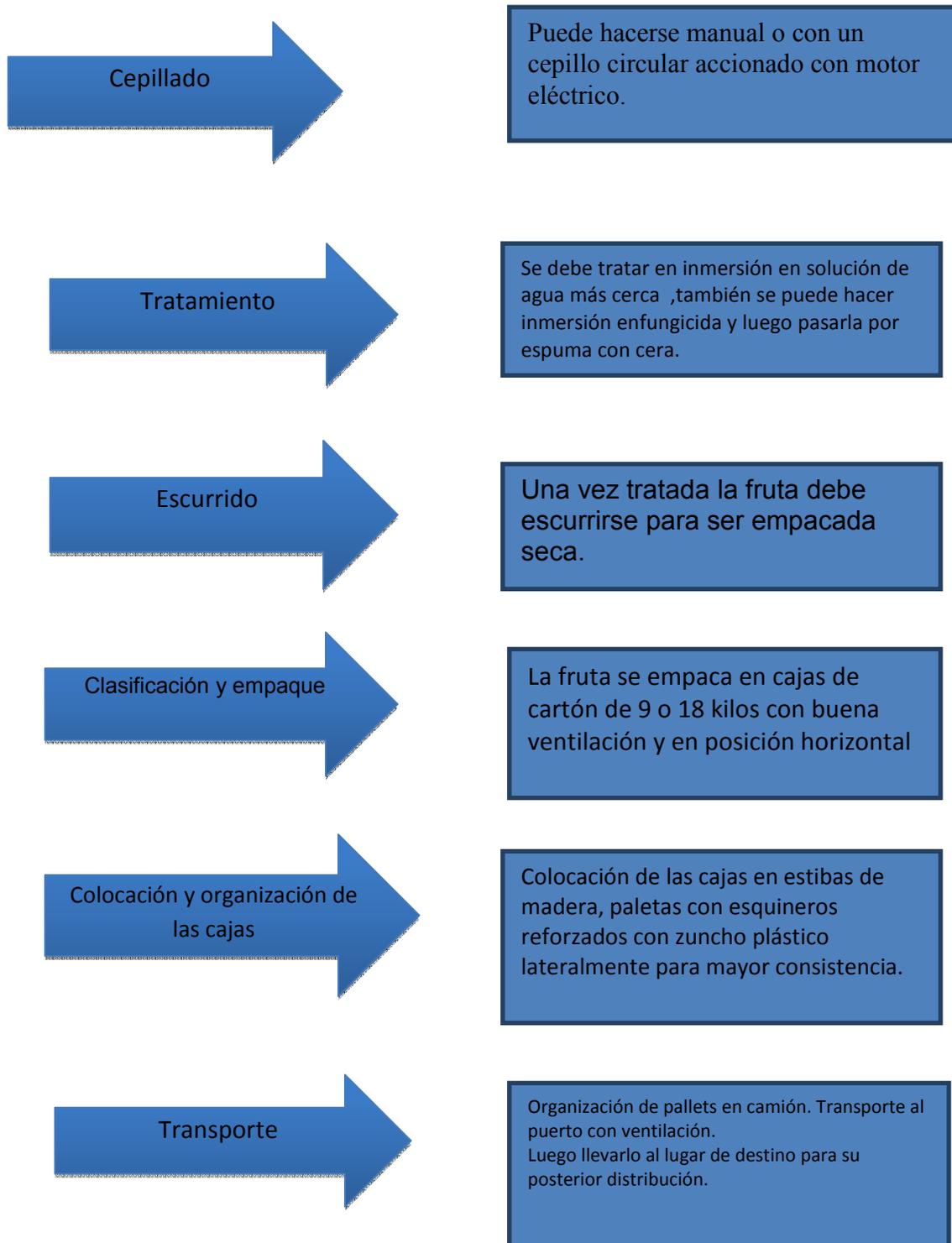
1.2.7 Pos cosecha

Después de su cosecha se tiene que aplicar una solución del 3% de *ácido benzoico* en el corte del tallo de las frutas dirigidas al mercado en fresco o aquellas que no serán procesadas inmediatamente.

Para el mercado de exportación la fruta cosechada es depositada en gavetas y transportada hacia la empacadora donde se procede a sumergirla en desinfectante hasta la mitad en bandejas y luego a secarla.

El siguiente esquema muestra un resumen de todos los procesos que se le debe realizar a la piña para exportación en poscosecha.





Elaboración: Andrea Lituma

1.2.8 Requisitos de para la exportación de piña:

A.- Madurez

Se identifica debido al color de la cáscara y el tamaño de la fruta, el cambio de color verde a amarillo en la base de la fruta es una señal del inicio del proceso de maduración, A esta fruta se le debe cosechar cuando está completamente madura; un mínimo de sólidos solubles del 12% y acidez máxima del 1 % aseguran el cumplimiento de los requerimientos mínimos de sabor en la mayoría de los mercados. En invierno la fruta se demora alrededor de 30 días más en madurar completamente, en este caso se cosechan cuando aparecen señales de amarillamiento en la base.

La piña cosechada en invierno generalmente tiene un sabor más ácido y menor contenido de azúcares

B.- Presentación

La fruta no debe presentar deterioros, quemaduras de sol, resquebrajamientos, daños por golpes o insectos, rompimiento interno, manchas Si la cáscara tiene un color amarillo pálido, es una señal de que el sabor de la fruta será ácido. Las hojas de la corona deben tener un color verde intenso, tamaño mediano y estar rectas.

C.- Empaque

Para un correcto empaque de la fruta se utilizan cajas de 18 kg (2 capas de frutas) y de 9 kg (una capa de frutas). Las piñas se empacan generalmente en cajas de cartón telescopiables, colocadas de costado para poder evitar daños por compresión en la parte superior de la fruta, cada fruta se coloca inversamente, alternando la orientación de las coronas.

D. Contenedor

Para su ingreso al contenedor los pallets, son mantenidos en cámaras de refrigeración son cargados hasta los contenedores refrigerados. Cada contenedor tiene una capacidad de 960 cajas de 18 kilogramos y / o

1.300 cajas de 9 kilogramos. El contenedor refrigerado es mantenido a 7,5 - 8 °C previo a su exportación definitiva. Finalmente se transporta al puerto marítimo, donde se procede a sellarlo.

Requerimientos físicos.- La piña cosechada para que llegue en óptima calidad a su destino final debe seguir los siguientes requerimientos:

Temperatura:

Para piña parcialmente madura: 10-12,8°C (50 - 55 °F)

Para piña completamente madura: 7,2 °C (45 °F)

Olores.- No se debe transportar piña junto a productos que producen olores.

Enfriamiento.- Bajo 7 °C se producen daños a la fruta.

Manejo fitosanitario.- En poscosecha, la piña es susceptible al ataque de *Saccharomyces*

⁸Y a *Thielaviopsis*, para evitar esto se aconseja un enfriamiento inmediato luego de la cosecha y la aplicación de fungicidas a base de *Tiabendazole*.

⁸ProEcuador (<http://www.proecuador.gob.ec>)

1.2.9 Pasos para exportar Piña en el Ecuador

A continuación se detallan los pasos a seguir para exportar piña en el territorio ecuatoriano

1. Verificación de status sanitario en www.agrocalidad.gob.ec que detalla la situación fitosanitaria de los productores de origen vegetal y flores, además de su aprobación en el país de destino.
2. Registro del operador en www.agrocalidad.gob.ec según sea productor, exportador, con documentos requeridos: RUC, copia de cedula, constitución de la empresa, nombramiento del representante legal, croquis del centro de acopio y cultivo y pago de factura de registro.
3. Inspección de un auditor de AGROCALIDAD el cual emite un informe que tiene que ser aprobado, una vez aprobado se emite un certificado al usuario los cuales avalan su registro como operador de agro calidad
4. Certificado fitosanitario que debe ser entregado máximos 2 días previo al embarque y se lo entrega mediante un pre inspección en la zona de cultivo o acopio.

9

⁹ProEcuador (<http://www.proecuador.gob.ec>)

Capítulo 2

2.1 Ecuador País Agrícola

La producción de piña en el Ecuador ha evolucionado favorablemente en la última década gracias a las excelentes condiciones para el cultivo de esta fruta, en el período de 2008 a 2010 se registró un incremento de 2080 Ha a 2147 Ha en la superficie cosechada, mientras que la producción de la fruta fresca ha tenido un crecimiento del 4.09% medida en toneladas métricas.

(Ver tabla 3)

2.1.1 Sector Agrícola Ecuatoriano

La producción de Piña MD2 en zonas ecuatorianas ha aumentado según datos oficiales de la Asociación de Productores de Piña del Ecuador (Asopiña) que agrupa a exportadores y productores de la Costa y la Sierra del país, ha indicado que actualmente se exportan 100 contenedores semanales a los diferentes mercados de destino de la fruta, con una producción cercana a las 2,500 has.

Las principales zonas de cultivo de piña en Ecuador se encuentran en las provincias de:

1. El Oro (Huaquillas, Pasaje y Arenillas)
2. Guayas (Milagro, Yaguchi y Naranjito)
3. Pichincha (Santo Domingo)
4. Esmeraldas (Quinindé y San Lorenzo)
5. Manabí (Portoviejo y Chone).

10

¹⁰ProEcuadorProec 2010 Piña Ecuatoriana

2.2 Producción de Piña MD2

Las principales zonas de cultivo de piña se desarrolla en las provincias de la Costa por ser una fruta tropical, en primer lugar resalta Guayas, seguido de los Ríos, Santo Domingo de los Tsachilas, El Oro, Esmeraldas y Manabí. Las tres primeras provincias indicadas son las que poseen mejores condiciones para la producción de piña.

La fruta de la variedad Golden Sweet se caracteriza por el color dorado de la cáscara, sabor extra dulce, alto contenido de vitamina C, sabor tropical, exótico y bajo nivel de acidez.

Además de que tiene fibra y enzimas ideales para proteger el sistema digestivo, ayuda a mantener el peso con una dieta balanceada. Por su valor nutritivo protege contra el cáncer y fortalece el corazón, su consumo es adecuado en la alimentación regular de las familias tradicionales y no tradicionales.

2.2.1 Zonas de cultivo en el Ecuador

En las costas del Ecuador se produce la piña variedad MD2, también conocida como “Honey Golden o “Golden Sweet”. Sus propiedades destacan esta variedad como la más cotizada en el mercado. A diferencia de otras variedades, la MD2 mantiene un tamaño casi uniforme, con una apariencia cilíndrica de color amarillo-anaranjado intenso. En su interior la pulpa es amarilla, compacta y fibrosa; menos propensa a la oxidación que la piña regular. La ubicación de las plantaciones en el Ecuador son factores claves en la producción de la piña MD2 ya que mantienen las condiciones perfectas para el crecimiento de la piña. En el país existen pocas hectáreas de cultivo de piña, de la variedad MD2. Las principales zonas donde se produce la fruta son Santo Domingo de Tsáchilas y Los Ríos. Actualmente, Ecuador cuenta con algunas hectáreas sembradas de piña, de la variedad MD2, también conocida como Golden o Extra

Sweet, que tiene sus principales zonas de cultivo en Los Ríos, El Oro, Guayas, Pichincha, Santo Domingo, Esmeraldas y Manabí.

2.2.2 Temporadas de Cultivo

La piña MD2 es sensible a suelos de mal drenaje, razón por la cual, la permeabilidad del suelo es uno de los factores principales que puede limitar su cultivo. La temperatura es el principal factor que limita la extensión del cultivo; la planta no puede sobrevivir a las heladas y su crecimiento se retarda en proporción a la disminución de temperatura por debajo de los valores medios.

Para poder cultivar piña MD2 y tener éxito, es necesario sembrarla al comenzar el periodo de lluvia, es decir de diciembre hasta abril, cuando el terreno tiene suficiente humedad para asegurar el brote de las raíces y mantener las hijuelas verdes hasta que se inicie las lluvias.

11

¹¹ProEcuadorProec 2010 Piña Ecuatoriana

2.2.3 Principales Productores

Tabla 3 Superficie Sembrada Producción de la Piña en Ecuador

| CIFRAS DE SUPERFICIE SEMBRADA Y DE PRODUCCIÓN DE LA PIÑA EN ECUADOR | | | | | | | |
|---|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------------------------------|
| PROVINCIAS | 2008 | | 2009 | | 2010 | | Total de Producción por Provincia |
| | superficie cosechada | Producción en fruta | superficie cosechada | Producción en fruta | superficie cosechada | Producción en fruta | |
| | (Ha) | (Tm.) | (Ha) | (Tm.) | (Ha) | (Tm.) | |
| Guayas | 4,123 | 80,963 | 4,123 | 80,963 | 4,256 | 82,284 | 244,21 |
| Santo Domingo de los Tsachilas | | | 2,080 | 21,500 | 2,147 | 21,851 | 43,351 |
| Los Rios | 641 | 9,196 | 612 | 10,199 | 632 | 10,365 | 29,76 |
| Pichincha | 1,345 | 17,81 | 85 | 910 | 88 | 925 | 19,645 |
| Manabi | 430 | 5,031 | 219 | 3,923 | 222 | 3110 | 8,239 |
| Esmeraldas | 238 | 2,069 | 215 | 3,06 | 222 | 3,11 | 8,239 |
| Loja | 253 | 3,015 | 231 | 2,56 | 238 | 2,602 | 8,177 |
| Imbabura | 38 | 702 | 33 | 636 | 34 | 646 | 1984 |
| El Oro | 32 | 412 | 45 | 440 | 46 | 447 | 1299 |
| Napo | 18 | 118 | 16 | 108 | 17 | 110 | 336 |
| Demas Provincias | 14 | 126 | 14 | 117 | 14% | 119 | 362 |
| total provincias | 7,132 | 119,442 | 7678 | 124423 | 7922 | 126454 | 370319 |
| Fuente: MAGAP – SIAGRO | | | | | | | |
| Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR | | | | | | | |

2.3 Análisis de la demanda Mundial

La piña en el mercado nacional e internacional es una fruta con amplio potencial de producción y exportación. Gracias a sus características nutricionales presenta una gran aceptación por los consumidores a nivel local e internacional. Al ser catalogado como un producto exótico el interés del consumidor es aún mayor y por ende presenta un elevado precio en mercados externos. Si bien la piña ha sido consumida desde hacía mucho tiempo en su domesticación, es reciente el estudio que se le está dando para su mejoramiento en

búsqueda de las variedades para satisfacer las preferencias del consumidor así como la demanda de un producto de mejor calidad, sabor y apariencia.

La alternativa para la piña ecuatoriana es la eficiencia en procesos y reducción de costos en la producción para poder lograr una ventaja en comparación a los demás productores. Gracias a las condiciones climáticas que posee el Ecuador, la producción de piña se la puede realizar durante todo el año presentando una ventaja con respecto a competidores productores como República Dominicana, Honduras, Costa de Marfil y Ghana cuya producción exhibe una marcada estacionalidad en los meses de noviembre y diciembre.

La tendencia marcada hacia el mejoramiento de la calidad en cuanto a sabor, forma y apariencia han permitido el mejoramiento de la piña, teniendo una amplia gama de variedades destinadas a procesos o consumos específicos. La variedad MD-2, actualmente, es la de mayor aceptación en el mercado internacional para ser consumida como fruta fresca o en jugos debido a su mayor contenido de grados brix que le otorgan un sabor dulce diferenciado, además de que puede permanecer fresca por más tiempo y tiene un peso ideal.

En el caso de Ecuador, la introducción de esta nueva variedad de piña representa un reto tanto para el productor como para el consumidor puesto que la inversión es mayor debido a los requerimientos técnicos que demanda el cultivo, y a la costumbre del consumidor de preferir piñas regularmente conocidas.

Con la tecnificación durante la producción de esta variedad de piña tenemos apertura de mercados internacionales y además existe la posibilidad de incrementar las ventas y lograr tener un nombre a nivel internacional

2.3.1 Principales países importadores de Piña

Tabla 4 Principales Importadores de piñas frescas o Secas al Mundo

| PRINCIPALES IMPORTADORES DE PIÑAS FRESCAS O SECAS AL MUNDO | | | | | | |
|--|-----------|---------|-----------|-----------|--------------------|----------------|
| VALOR EN MILES | | | | | | |
| EXPORTADORES | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | Participación 2010 | TCPA 2007-2010 |
| Estados Unidos | 501,446 | 531,854 | 527,18 | 585,167 | 26,87% | 5,28 |
| Bélgica | 283,517 | 296,773 | 239,462 | 209,454 | 9,62 | -9,6 |
| Alemania | 176,709 | 187,256 | 195,049 | 179,064 | 8,22 | 0,44 |
| Paises Bajos | 166,65 | 204,236 | 126,377 | 173,432 | 7,97 | 1,34 |
| Reino Unido | 137,475 | 136,81 | 136,756 | 138,861 | 6,38 | 0,33 |
| Italia | 141,158 | 144,959 | 122,965 | 122,086 | 5,61 | -4,72 |
| España | 109,274 | 123,061 | 105,063 | 103,731 | 4,76 | -1,72 |
| Japon | 93,381 | 99,455 | 110,998 | 101,403 | 4,66 | 2,79 |
| Canada | 93061 | 96420 | 88185 | 97402 | 4,47 | 1,53 |
| Francia | 91215 | 95700 | 33063 | 82658 | 83074 | 3,82 |
| DemasPaises | 345,192 | 407,573 | 347,730, | 383,694 | 17,62 | 3,59 |
| Mundo | 2,139,078 | 2324097 | 2,082,423 | 2,177,368 | 100% | 0,59 |

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

12

2.3.2 Exportaciones de Piña

En el siguiente cuadro se muestra como nuestro país ha ido evolucionando significativamente en las exportaciones a nivel mundial de Piña MD2 al mundo lo que demuestra el amplia ventaja para llevar a cabo este proyecto

Tabla 5 Proveedores de Piñas frescas o Secas al Mundo

| PRINCIPALES PROVEEDORES DE PIÑAS FRESCAS O SECAS AL MUNDO | | | | | | |
|---|-----------|----------|-----------|-----------|---------------|----------------|
| VALOR EN MILES | | | | | | |
| EXPORTADORES | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | Particip 2010 | TCPA 2007-2010 |
| Costa Rica | 486,860 | 574,921 | 444,831 | 677,392 | 40,68% | 11,64 |
| Belgica | 272,243 | 243,102 | 241,220 | 207,692 | 12,47 | 8,63 |
| Paises Bajos(Holanda) | 166,121 | 208,593 | 151,356 | 148,653 | 8,93 | 3,64 |
| Estados Unidos | 88,526 | 93,405 | 89,096 | 102,735 | 6,17 | 5,09 |
| Ecuador | 33,580 | 36590 | 44154 | 70892 | 4,26 | 28,28 |
| Ghana | 9,958 | 6228 | 51695 | 53991 | 3,24 | 75,68 |
| Costa de Marfil | 38,761 | 28882 | 215538 | 47360 | 2,84 | 6,91 |
| Filipinas | 58849 | 61653 | 53115 | 42359 | 2,54 | 10,38 |
| Alemania | 36202 | 37686 | 35767 | 42438 | 2,54 | 5,37 |
| Panama | 42855 | 36503 | 33063 | 32093 | 1,93 | 9,19 |
| DemasPaises | 208071 | 233693 | 217363 | 239621 | 14,39 | 4,82 |
| Mundo | 1,442,026 | 1561,256 | 1,383,198 | 1,665,136 | 100% | 4,91 |

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

2.3.3 Mercado Canadiense

El mercado canadiense es un punto de referencia para la piña MD2 ya que por muchas razones entre ellas la principal su gusto por las frutas tropicales, por el carecimiento de las mismas dentro de su territorio lo que nos ofrece una gran oportunidad para captar una mercado muy importante y que estarían dispuestos a importar la piña ecuatoriana por sus cualidades muy atractivas tanto en sabor como calidad. Entre los principales factores que se pueden citar están los siguientes:

- Las restricciones fitosanitarias en Canadá son pocas y en general se limitan a los productos de importancia comercial para el país. Todas las frutas y hortalizas frescas

importadas están sujetas a inspección a su arribo por parte del Departamento de Agricultura de Canadá que se concentra en la verificación del producto, prevención de riesgos de infestación de plagas, residualidad de agroquímicos evidente y daños mecánicos o agronómicos de importancia.

- Las importaciones de frutas y hortalizas frescas, la mayoría se encuentran exentas del pago de aranceles. Los pocos aranceles que existen se aplican únicamente durante la temporada de producción interna de algunos productos y variedades que se cultivan comercialmente en Canadá. .

Existen también las fuertes y diversas corrientes migratorias hacia Canadá, además de la preocupación cada vez mayor de los consumidores por preservar la salud, el interés en probar nuevos productos y el alto poder adquisitivo de los canadienses, ofrecen un amplio espectro de posibilidades de exportación.

Como otro punto de referencia para captar este mercado se toma en consideración 2 lugares importantes dentro del mercado Canadiense el mercado de Montreal sobre todo en meses de verano ya que las frutas son apetecidas durante los meses de junio a agosto, lo que es factible ya que la producción de piña es todo el año y podremos abastecer mercado de acuerdo a sus necesidades ya sea por vía aérea o marítima.

Por otro lado el mercado de Toronto que durante los meses de invierno aumentan sus importaciones de frutas tropicales entre ellas la piña y como la cayena lisa ha mantenido un amplio volumen de importaciones dentro de ese país, es factible ofrecer esta variedad de piña MD2 que goza de mejores característica tanto de sabor y calidad.

2.3.3.1. Principales Importaciones de frutas Frescas en Canadá

A continuación en el siguiente grafico se detallan el Top de las 10 principales importaciones de frutas frescas que ha realizado Canadá en el periodo de 2007-2011

Gráfico #2

Imports

Top 10 Sources of Canada's Fresh Fruit Imports

| Country | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 11/10 |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| \$ Thousand | | | | | | |
| United States | 1,589,179 | 1,732,767 | 1,784,428 | 1,787,573 | 1,944,048 | 8.8% |
| Mexico | 233,204 | 265,607 | 316,139 | 343,160 | 370,931 | 8.1% |
| Chile | 291,018 | 324,690 | 332,419 | 353,264 | 345,554 | -2.2% |
| Costa Rica | 173,896 | 184,577 | 157,632 | 177,223 | 186,333 | 5.1% |
| Guatemala | 65,877 | 87,624 | 103,288 | 96,497 | 145,356 | 50.6% |
| Ecuador | 65,124 | 94,780 | 142,038 | 122,308 | 102,755 | -16.0% |
| Turkey | 65,226 | 65,562 | 82,191 | 84,569 | 100,544 | 18.9% |
| South Africa | 67,708 | 75,850 | 66,563 | 79,329 | 78,274 | -1.3% |
| China | 79,971 | 79,943 | 79,228 | 66,735 | 73,709 | 10.5% |
| Colombia | 74,783 | 82,385 | 100,477 | 82,577 | 70,541 | -14.6% |
| Others | 455,479 | 460,287 | 430,575 | 468,783 | 512,384 | 9.3% |
| Total | 3,161,465 | 3,454,072 | 3,594,978 | 3,662,020 | 3,930,428 | 7.3% |

Source: Statistics Canada (CATS Net, April 2, 2012)

2.3.3.2 Principales Importaciones de frutas frescas de Canadá por provincia

En el siguiente gráfico se detalla las principales importaciones de frutas frescas en Canadá por provincia, Ecuador distribuye sus productos en las provincias de Alberta y British Columbia, pero con miras a extenderse a diversas provincias con similares preferencias.

Gráfico #3

Top Sources of Fresh Fruit Imports by Province

| | | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------------------|---------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | \$ Thousand | | | | |
| Alberta | United States | 146,746.5 | 184,389.5 | 193,378.7 | 189,759.0 | 196,231.0 |
| | Mexico | 34,334.6 | 39,356.3 | 43,683.4 | 42,354.9 | 39,586.8 |
| | Ecuador | 16,312.1 | 27,071.5 | 38,513.4 | 42,118.1 | 27,162.9 |
| | Chile | 22,336.5 | 27,910.9 | 26,710.3 | 27,565.8 | 20,585.7 |
| | Guatemala | 16,128.3 | 16,024.1 | 8,688.0 | 3,488.2 | 19,428.6 |
| | Others | 12,932.1 | 19,319.4 | 16,696.7 | 19,447.2 | 26,263.9 |
| | Total | 248,790.0 | 314,071.7 | 327,670.6 | 324,733.2 | 329,258.9 |
| British Columbia | United States | 361,517.8 | 370,105.5 | 379,150.5 | 374,495.4 | 420,184.9 |
| | Mexico | 42,229.6 | 48,819.9 | 55,150.8 | 52,175.1 | 68,505.2 |
| | Ecuador | 29,656.3 | 41,351.4 | 51,733.0 | 59,067.5 | 51,984.4 |
| | China | 50,655.8 | 47,302.5 | 46,127.5 | 43,436.6 | 46,756.8 |
| | Chile | 33,147.8 | 37,244.2 | 44,439.0 | 43,919.2 | 43,225.6 |
| | Others | 97,676.9 | 105,398.5 | 110,714.3 | 112,380.3 | 129,533.8 |
| | Total | 614,884.2 | 650,222.1 | 687,315.1 | 685,474.2 | 760,190.7 |
| Manitoba | United States | 25,525.4 | 23,384.0 | 24,013.4 | 23,608.2 | 26,762.2 |
| | Guatemala | 9,779.2 | 12,586.6 | 11,898.1 | 14,606.4 | 13,435.7 |
| | Chile | 4,920.6 | 5,007.4 | 3,642.3 | 6,288.2 | 7,544.2 |
| | Mexico | 4,284.8 | 4,118.6 | 4,101.8 | 5,231.6 | 7,012.4 |
| | Costa Rica | 3,733.4 | 2,790.1 | 2,776.5 | 3,211.7 | 4,599.2 |
| | Others | 4,371.8 | 5,167.8 | 5,866.5 | 3,930.8 | 3,424.5 |
| | Total | 52,615.2 | 53,054.4 | 52,298.7 | 56,876.8 | 62,778.1 |
| New Brunswick | United States | 25,497.6 | 44,368.6 | 42,533.3 | 36,770.0 | 46,800.7 |
| | Guatemala | 925.6 | 2,156.3 | 7,528.7 | 8,044.7 | 9,460.9 |
| | Costa Rica | 13,754.7 | 14,661.5 | 5,547.4 | 8,523.2 | 7,646.1 |
| | Chile | 8,025.2 | 8,092.9 | 8,398.9 | 9,299.8 | 6,824.4 |
| | Honduras | 1,341.5 | 1,479.4 | 1,237.3 | 3,550.7 | 4,812.5 |
| | Others | 10,906.3 | 12,515.3 | 19,214.2 | 10,813.8 | 10,681.1 |
| | Total | 60,451.0 | 83,274.0 | 84,459.8 | 77,002.1 | 86,225.7 |
| Newfoundland and Labrador | United States | 224.6 | 161.5 | 183.5 | 169.6 | 119.6 |
| | Gabon | - | 7.1 | - | - | - |
| | Others | - | - | - | - | - |
| | Total | 224.6 | 168.6 | 183.5 | 169.6 | 119.6 |

Source: Statistics Canada (CATS Net, August 7, 2012)

2.3.3.3 Importaciones de Canadá por producto (frutas frescas en miles de dólares)

En el siguiente grafico se puede observar el detalle de las principales importaciones por producto en Canadá

Grafico #4

Fresh Fruit Import Value – Top 15 Commodities

| Commodity | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | \$ Thousand | | | | |
| Grapes | 366,587 | 379,134 | 417,968 | 403,248 | 406,467 |
| Bananas and plantains | 254,164 | 333,270 | 381,636 | 365,100 | 384,571 |
| Strawberries | 234,840 | 254,978 | 302,470 | 302,774 | 315,931 |
| Raspberries | 104,077 | 144,757 | 155,753 | 180,493 | 206,796 |
| Apples | 191,238 | 198,613 | 182,590 | 189,648 | 198,364 |
| Cranberries and bilberries | 90,938 | 139,316 | 130,969 | 152,097 | 184,596 |
| Oranges | 163,896 | 154,877 | 178,843 | 179,432 | 173,789 |
| Mandarins | 152,538 | 166,068 | 178,964 | 171,176 | 170,137 |
| Cherries | 116,228 | 131,249 | 123,621 | 135,082 | 158,807 |
| Almonds | 112,431 | 96,751 | 95,720 | 101,668 | 122,819 |
| Avocados | 52,915 | 67,476 | 74,409 | 82,557 | 108,230 |
| Pineapples | 99,571 | 102,364 | 100,294 | 100,303 | 100,830 |
| Watermelons | 89,091 | 89,316 | 98,262 | 96,665 | 100,676 |
| Melons | 105,569 | 100,909 | 100,933 | 101,424 | 100,238 |
| Pears and quinces | 88,930 | 85,652 | 85,134 | 82,554 | 83,851 |
| Others | 938,454 | 1,009,344 | 987,412 | 1,017,800 | 1,113,467 |
| Total | 3,161,465 | 3,454,072 | 3,594,978 | 3,662,020 | 3,929,567 |

Source: Statistics Canada (CATS Net, April 2, 2012)

2.3.3.4 Importaciones de Canadá por producto (frutas frescas en toneladas)

En el siguiente gráfico se puede observar el detalle de las principales importaciones por producto en Canadá en miles de toneladas, como se puede observar la piña se encuentra de los 15 principales.

Grafico #5

Fresh Fruit Import Volume – Top 15 Commodities

| Commodity | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Tonnes | | | | |
| Bananas and plantains | 471,787 | 477,629 | 482,020 | 496,208 | 506,646 |
| Watermelons | 199,454 | 192,341 | 192,450 | 196,326 | 209,729 |
| Oranges | 171,738 | 204,422 | 185,932 | 200,862 | 208,099 |
| Apples | 180,528 | 166,251 | 182,135 | 191,717 | 198,634 |
| Grapes | 186,067 | 192,761 | 185,317 | 188,822 | 177,704 |
| Melons | 170,655 | 157,654 | 156,315 | 153,027 | 158,744 |
| Mandarins | 121,103 | 122,089 | 124,078 | 124,111 | 123,939 |
| Strawberries | 87,312 | 91,482 | 103,080 | 111,170 | 123,604 |
| Pineapples | 104,862 | 105,783 | 96,521 | 103,301 | 108,673 |
| Lemons | 58,543 | 58,947 | 58,083 | 66,277 | 79,366 |
| Pears and quinces | 79,193 | 69,320 | 70,490 | 69,031 | 68,774 |
| Guavas | 46,736 | 42,459 | 41,544 | 46,649 | 56,377 |
| Cranberries and bilberries | 28,368 | 41,650 | 38,708 | 45,470 | 50,810 |
| Peaches and nectarines | 59,776 | 61,845 | 49,142 | 53,102 | 50,539 |
| Grapefruit | 54,674 | 51,258 | 47,129 | 45,450 | 45,291 |
| Others | 358,746 | 352,406 | 360,674 | 387,615 | 405,254 |
| Total | 2,379,542 | 2,388,297 | 2,373,618 | 2,479,137 | 2,572,182 |

Source: Statistics Canada (CATS Net, April 2, 2012)

Capítulo 3

3.1 ANALISIS DEL ENTORNO PROPIO

3.1.1 Planteamiento del Problema

La idea de este proyecto se origina con el objetivo de incrementar los productos de exportación no tradicionales, además de ampliar nuestra gama de productos agrícolas hacia el mercado internacional, analizando el volumen de exportaciones que ha ido evolucionando a lo largo de estos años y que genera una nueva fuente de ingresos sobre todo para el sector agrícola ecuatoriano, generando directa e indirectamente fuentes de trabajo y a su vez promoviendo la participación de nuevos inversionistas, que ven en la piña una nueva fuente de producción.

Lo que se debe tomar en cuenta es el costo que genera la producción de piña las pocas hectáreas de producción en el país y que influye en el volumen de exportaciones, para esto es necesario que los exportadores lleven consigo un plan que busque ajustarse dentro de los estándares internacionales para el ingreso de nuestra piña a diversos mercados internacionales lo que haga de la misma un producto competitivo y de calidad certificada.

Otro punto clave que lleva al estudio de este proyecto es la preferencia del mercado canadiense por productos agrícolas, y aunque no tiene muchas restricciones en el acceso de productos agrícolas exige ciertas normas de calidad que debería tomar en cuenta para futuras exportaciones a mercados cercanos al mismo.

3.1.2 Nombre del Negocio

Ecuadorian Pineapple S.A nace con la idea de cubrir las necesidades insatisfechas del mercado internacional de consumir productos tropicales, por esto es fundamental aprovechar dicha oportunidad para dar a conocer la piña ecuatoriana en su variedad MD2 destacada por su producto y beneficios naturales.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. Objetivo General

Analizar la producción de piña en su variedad MD2 y su posible exportación a Canadá, demostrando la factibilidad hacia el país de destino, y que a su vez la piña ecuatoriana sea fuente de su consumo tradicional.

3.2.1 Objetivos Específicos

- Planear un centro de acopio eficaz dentro del galpón de producción para el correcto manejo del producto hasta su destino final.
- Incrementar el volumen de exportaciones en un 3% hacia el mercado internacional en un periodo de 3 años.
- Ofrecer capacitación al personal sobre normas y procedimientos para la exportación de piña, en todo momento, manteniendo empleados eficientes y eficaces en sus labores.

3.3 MISIÓN

Somos una empresa que busca fomentar el crecimiento de la industria agrícola de los frutos tropicales, mediante la producción de la piña en su variedad MD2, para su posterior exportación a Canadá, buscando las mejores técnicas vanguardistas para lograr eficacia y eficiencia de calidad internacional.

3.4 VISIÓN

Ubicarnos en un 30% en el mercado potencial de las frutas tropicales, para el año 2015 basándonos en la calidad de nuestro producto, convirtiendo a *Ecuadorian Pineapple S.A* como una marca ecuatoriana de prestigio.

5 Logotipo

El logotipo que se va a utilizar para identificar a la piña MD2 ecuatoriana, que destaca los colores de la bandera nacional.



3.5.1 Slogan

El Slogan de la empresa permite que familiarice al consumidor con el producto y el país que se está promocionando, a la vez transmite que es de característica exportable.

Calidad de Piña para exportación

3.6 Matriz FODA

Plan de Exportación de Piña MD2 y su exportación a Canadá

| FORTALEZAS | |
|----------------------|---|
| F | F1 Personal especializado en el campo agrícola |
| | F2 Buen sabor y calidad del producto |
| | F3 Diferenciación dentro del mercado internacional frutícola |
| | F4 Buenas relaciones comerciales con proveedores de materia prima |
| | F5 Precio accesible y competitivo en el campo agrícola |
| OPORTUNIDADES | |
| O | O1 Creciente población de consumidores potenciales (Aumenta la demanda internacional) |
| | O2 Tendencia del mercado por consumir productos tropicales |
| | O3 Apoyo hacia la producción nacional por parte del gobierno |
| | O4 Acceso de créditos financieros a través del Estado |
| | O5 Disponibilidad de la materia prima (Gran producción existente en el país) |
| DEBILIDADES | |
| D | D1 Débil nivel financiero (Poca Liquidez) |
| | D2 Falta de transporte propio dentro de la empresa (alquilado) |
| | D3 Falta de experiencia en la comercialización interna del producto |
| | D4 Pocas experiencia en el ámbito empresarial internacional |
| AMENAZAS | |
| A | A1 Fuertes competidores en la rama frutícola nacional e internacional |
| | A2 Nuevas Regulaciones Arancelarias para el ingreso de productos agrícolas |
| | A3 Desastres Naturales |
| | A4 Factores climáticos (etapa invernal) |

3.7. Constitución de la Empresa Ecuadorian PineApple S.A.

3.7.1 Sociedad Anónima.- Pueden establecerse con dos o más accionistas, los cuales son responsables hasta por el valor de sus aportes al capital de la compañía.

SECCION VI

DE LA COMPAÑIA ANONIMA

1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar

Fuente: www.supercias.gob.ec .

Al momento de constitución de la sociedad anónima, el capital debe estar íntegramente suscrito y pagado en por lo menos el 25%. El saldo debe pagarse en un plazo máximo de dos años. El capital mínimo requerido actualmente es de US\$800. Se permite la suscripción pública de acciones a través del mercado de valores. También se pueden emitir obligaciones convertibles en acciones.

3.7.2 Pasos para la constitución de una empresa

1. Acudir a la notaria para realizar la escritura de la constitución de la compañía.
2. Registro de la constitución de la compañía en la superintendencia de compañías.
3. Publicación en un diario de alta circulación el extracto entregado por la superintendencia de compañías

4. Obtención del RUC en el Sri
5. Solicitud en el SRI de autorización para la emisión de comprobantes de venta y factura.
6. Obtención de Matrícula de Comercio.
7. Acudir a las oficinas del municipio para solicitar permisos de: uso de suelo, certificado de seguridad del b. Cuerpo de bomberos, patentes municipales
8. Registro en historia laboral del instituto ecuatoriano de Seguridad social - IESS

Obtención de Certificados en Registro Mercantil y Registro de la Propiedad

3.7.3 Resumen ejecutivo de la empresa

Cantidad de personas ocupadas

La cantidad de personas a ser utilizadas en la empresa son: 7 (siete).

Gerencia General

- Gerente General
- 1 Secretaria / Recepcionista

Comercialización y Distribución

- Gerente Administrativo

Producción

- 4 Operarios de Producción.
- 1 Tecnólogo – Agrónomo
- 1 Mensajero/Conserje

3.7.4 Tamaño de la Infraestructura Física

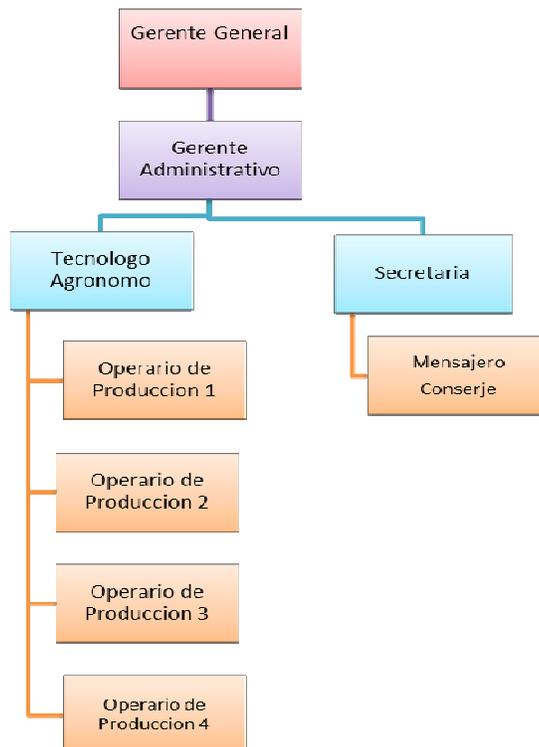
La empresa posee 17 has, en Santo Domingo de los Tsachilas, dentro de la misma están ubicadas nuestras oficinas.

- Un Departamento Administración y Finanzas
- Un Departamento de Comercialización-Ventas.
- Un Departamento de Producción

3.7.5 Organigrama de la empresa

A continuación el detalle del organigrama de Ecuadorian PineApple S.A. y sus 9 colaboradores.

ORGANIGRAMA ECUADORIAN PINEAPPLE S.A.



3.7.6 Perfiles del Cargo

Para establecer los perfiles de los empleados de Ecuadorian Pineapple S.A. se han establecido los siguientes requisitos para el puesto.

Puesto: Gerente General

Perfil del Puesto

Requisitos:

Edad entre 25 y 45 años.

Graduado en Administración y/o Contabilidad.

Con conocimientos de contabilidad, gestión, manejo y organización de recursos humanos, finanzas y organización de empresas.

Que posea amplio conocimientos de informática.

Liderazgo en manejo del personal.

Amplitud de criterio.

Decisión y carácter ante posibles problemas y el encuentro de soluciones.

Capacidad de trabajar en equipo

Con experiencia mínima de 2 años en cargo similar.

Con conocimientos de idiomas inglés.

Disponibilidad para viajar.

Características personales:

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Responsable.

Honesto, Prudente, amable, dinámico, creativo e innovador.

Puesto: Gerente Administrativo – Dpto. administración y Finanzas

Requisitos

Edad entre 22 y 42 años.

Graduado en Administración, o carreras similares.

Con conocimientos contables, manejo del personal, gestión de compras.

Amplios conocimientos en informática.

Liderazgo en manejo del personal, capacidad de trabajar en equipo.

Con experiencia en cargo similares, mínimo 2 años.

Con conocimiento del idioma ingles

Características personales:

Sexo: Sin distinción

Estado Civil: Indistinto

Responsable, Honesto, Puntual y Dinámico.

Tiempo disponible.

Puesto: Operarios – Departamentos de Producción.

Perfil del Puesto

Requisitos

Edad: Entre 18 / 45 años.

Sexo: Masculino.

Estado Civil: Casado preferentemente.

Con vasta experiencia y conocimientos en preparación de suelo, siembra, cosecha y cuidados culturales

Estudios primarios culminados como mínimo.

Con impecable referencia personal y laboral.

Capacidad de trabajar en equipo y bajo supervisión.

Honesto, responsable y trabajador.

Disponibilidad de tiempo completo.

Puesto: Secretaria Recepcionista

Perfil del puesto.

Requisitos

Edad: Entre 20 y 35 años.

Sexo: Femenino.

Estado Civil: Sin distinción.

Experiencia comprobada en servicio al cliente.

Capacidad para armar y manejar planes de ventas.

Manejo de herramientas informáticas.

Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

Excelente presencia y dicción

Manejo del idioma ingles

Deseos de superación.

Conocimiento amplio en llenado de facturas, nota de pedido y remisión, manejo de cheques y cualquier documento comercial que maneje la empresa.

Trato agradable, responsable, dinámico y puntual.

Puesto: Mensajero/Conserje

Perfil del puesto.

Requisitos

Edad: Entre 20 y 35 años.

Sexo: Masculino

Estado Civil: Sin distinción.

Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

De Preferencia con movilización propia

3.7.7 Valoración de Puestos en escala de Graduación de puestos.

| | |
|----------------|--|
| Grado 1 | Realiza labores que no necesitan manejo de máquinas de oficina ni conocimientos específicos. Se trabaja bajo supervisión. (Mensajero/Conserje) |
| Grado 2 | Conocimientos en el manejo de máquinas específicas de agricultura y procesos de sembrío y posteriormente de cosecha (Operarios de Producción) |
| Grado 3 | Desarrolla funciones administrativas que necesitan conocimientos contables y de idiomas, ya que manejan cierta confidencialidad, Además de tener cierta iniciativa ya que puede supervisar personas del grado 2 o 3 (Secretaria) |
| Grado 4 | Requiere conocimientos profesionales en el campo agrícola, ya que debe supervisar a varios colaboradores que dependen de él. Brinda soluciones a los problemas dentro de su competencia. (Tecnólogo Agrónomo) |
| Grado 5 | Se precisa titulación superior, ya que monitorea constantemente el trabajo de los demás y realiza reportes de medición de las tareas asignadas dentro del departamento(Gerente Administrativo) |
| Grado 6 | Conocimiento amplio de varias materias, busca que se apliquen las políticas departamentales. Realiza aprobaciones de sueldos, cambios de puesto, solicitud de vacaciones. (Gerente General) |

3.8 Plan de Marketing

3.8.1 Producto

Las características de la piña MD2 ecuatoriana son diversas entre ellas diversos beneficios nutricionales que se aportan a la sociedad, como parte de sus atributos intrínsecos están:

- Sabor Extra dulce
- Alto contenido de vitaminas y minerales, entre ellas A,B, y C.
- Prevalece el color dorado en la cáscara
- Bajo nivel de Acidez
- Sabor tropical y exótico
- Capacidad laxante, diurética y desinfectante.
- Ayuda en problemas de obesidad
- Contribuye en el crecimiento óseo, tejidos y sistema nervioso en los niños



La piña irá empaquetada en cartones de papel corrugado cada uno con 6 a 7 piñas dependiendo del calibre, para el caso de Canadá según regulaciones del país, la piña deberá ir en un contenedor con 75 pallets.

Cada piña tendrá el logo de la marca ecuatoriana *Ecuadorian PineApple S.A.*, lo que podrá resaltar el origen de la piña en el mercado internacional.

Cada cartón será tendrá pequeños orificios que permitirán la conservación de la fruta.



Fuente : Internet

El idioma del etiquetado será en inglés, ya que al país que se pretende ingresar la fruta, predomina el inglés en parte de la población, por lo que facilita la comprensión del contenido y características en un idioma internacional y comercial.

3.8.2 Precio

De acuerdo a precios referenciales por el sector exportador de piña procedente de Ecuador hacia otros países se puede establecer un margen de precios como se indica en el siguiente cuadro a continuación:

PRECIOS PROMEDIO

Tabla #6 Precio de Exportación en Valor FOB

| PRECIO DE EXPORTACION EN VALOR FOB DE LA PIÑA ECUATORIANA AL MUNDO | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|----------------|
| Subpartida 0804.30.00.00 | | | | | |
| Valor FOB Miles USD por Tonelada Métrica TM | | | | | |
| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | TCPA 2007-2010 |
| 331,85 | 406,84 | 444,38 | 431,15 | 467,42 | 9,12% |

Fuente; Centro de Comercio Internacional

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

El precio en la actualidad del precio por caja de piña aproximadamente en 12.5 kilos, incluyendo la caja de cartón es de:

- Europa : USD 6.20
- Estados Unidos USD 6.70
- Rusia USD 6.40
- Canadá USD \$18-\$26 (dependiendo de su peso)

3.8.3. Distribución

La forma de distribución que se va a utilizar es la distribución larga, ya que como no tenemos mucha experiencia y se pretende disminuir costos, tanto de flete como de almacenamiento, vamos a dirigirnos hacia los detallistas que van a lograr distribuir nuestro producto por los mercados de destino.

Para la entrada al mercado de destino se ha tomado en consideración los supermercados más conocidos en Canadá, A continuación:

Tabla 7 – Principales supermercados y distribuidores de frutas frescas en Canadá

| Empresa | | Contacto | Dirección | Comentario |
|-----------------------------------|---|--|---|--|
| Coosemans Canadá y Estados Unidos |  | Connie Gallucci connie.coosemans@bellnet.ca | 8555A Rue Jeanne Mance Montreal, PQ, Canada H2P 2S7 Tel: 514-388-7676/1622 Fax: 514-388-2133 | Uno de los más grandes distribuidores de frutas frescas y hortalizas |
| Loblaws Store |  | Jalila Medina | 2375 Highway #2 Bowmanville, ON L1C 5A3 905-623-2600 | Distribuidor de frutas |
| Sobeys Inc. |  | Joanne Pipito | 1015 Broadview Av Toronto, ON M4K 2S2 Tel: (416) 421-5906 Fax: (416) 421-4219 | Supermercado de productos |
| Metro C.A. |  | Mayra Puente | 243 King Street Bowmanville, Ontario L1C 3X1 (905) 623-3888 | Supermercado de productos, variados |

Elaboración: Andrea Lituma

Fuente: Internet

3.8.4 Promoción

Para poder posicionarnos en el mercado de destino se debe realizar una promoción constante, ya que como factor primordial tenemos disponibilidad de producción todo el año.

Para esto se realizaran

- Ferias y eventos y reuniones internacionales que promocionen y que se pueda dar a conocer la piña ecuatoriana MD2 con su alto valor nutricional.
- Además de ofrecer un catálogo de introducción de nuestro producto a nuestros clientes por medio de una página web
- Incluso utilizando las diferentes redes sociales para que puedan conocer de la historia de la piña MD-2 ecuatoriana y de su características y beneficios nutricionales.

13

3.9 Análisis del Entorno Internacional

3.9.1 Canadá

El mercado canadiense considerado como uno de los países más desarrollados que goza de una política económica que ofrece una mejor calidad de vida. Tomando en cuenta factores considerables.



¹³ Bank Of Canadá(www.bankofcanada.com)

3.9.1.1 PIB:

PIB per Capita (\$) \$39,100

Crecimiento del PIB (%) 0.4%

Tasa de Desempleo (% de Población Total) 7.1%

Crecimiento del empleo (tasa anualizada,%) 0.2

3.9.1.2 Demografía

Densidad 3 hab/km²

Idioma Inglés (oficial), francés (oficial)

Población 34, 300,083

3.9.1.3 Clima: El clima en este país varía de acuerdo a cada región, en los meses de junio a agosto, considerado verano es de 12 a 30 grados centígrados, en los meses de Diciembre a Febrero la temperatura alcanza los 25 grados centígrados.

3.9.1.4. Consumo:

Como parte del consumo del mercado canadiense hay inclinación por frutas tropicales y también un amplio en auge en desarrollo de productos orgánicos provenientes de América del Sur

Factores en las tendencias de consumo;

- Frutas y Vegetales frescos/congelados
- Pescado fresco y congelado(mas variedades)
- Snack/Versiones .Saludables: nueces, frutas secas, granos
- Confitería: >50% de cocoa
- Porción más pequeña/individual
- Platos Preparados

- Alimentos/Bebidas Naturales/Orgánicos/Funcionales
- Empaques Eco/Tendencia de Reducción de Tamaño
- Creciente Variedad y Volumen de productos étnicos, orgánicos y gourmet en distribución masiva

3.9.1.5. Tecnología: Canadá ofrece la oportunidad de obtener tecnología para desarrollar nuevos proyectos dentro del mismo territorio, además de diversos planes de apoyo y facilita el desarrollo de nuevas relaciones comerciales, incluso con sus avances tecnológicos se puede desarrollar agilidad en la producción de diversos productos ecuatorianos.

3.9.1.6. Legal: En el entorno legal en lo que respecta a productos de origen vegetal deben cumplir con normas legales de etiquetado y empaque para su conservación. Además de tener el certificado de calidad de la **CFIA (Canadian Food Inspection Agency)**, Otro punto importante son los estándares que se manejan para el comercio de productos, como el código de barras (Universal Product Code or Bar Code), Electronic Data Interchange (EDI), catálogo de productos en internet (ECCnet), PLU(Price Look up) para productos frescos al granel, y el pago de derecho de ingreso a los supermercados (SlottingFees).

3.9.1.7. Político

En el ámbito comercial existen factores importantes como por ejemplo el FIPA (Acuerdo de Protección y Promoción de Inversiones) que promueve el ingreso de mariscos y productos agrícolas y que entro en vigencia desde el 2001, Además de otro plan que favorece a la economía de nuestro país el ELAP (El Programa de Líderes Emergentes en las Américas) que proporciona oportunidades a los estudiantes, con becas para desarrollar proyectos que

beneficien a una economía en conjunto. También cuentan con diferentes programas que buscan el dar el apoyo constante en nuestra economía agrícola creciente.

14

3.10 Análisis de Portafolio

3.10.1 Canadá

A lo largo de los años nuestros productos se han ido incorporando dentro de los mercados internacionales como apetecidos y competitivos en relación a la calidad y el precio.

En estos últimos años Ecuador ha tomado lugar entre las preferencias del mercado Canadiense sobre todo por el gusto de sus consumidores por frutas tropicales y vegetales frescos, para lo cual son muy selectivos con respecto al ingreso de productos alimenticios , ya que deben estar previamente con su certificado fitosanitario para su ingreso al país.

La población canadiense en su mayoría es madura por lo que el producto estaría enfocado para el consumo familiar lo que despertaría en las familias el interés en la Piña ecuatoriana.

Los consumidores canadienses buscan obtener productos que les proporcionen salud y un número de beneficios que les aporte dicho producto en cuanto a vitaminas y minerales se refiere, Cabe destacar que la Piña en su variedad MD-2 es una fruta rica en Minerales y que ofrece vitaminas indispensables para una vida saludable y nutritiva.

El consumo de frutas tropicales se ha ido aumentando debido a la influencia de los inmigrantes, y además de que se pueden adquirir fuera de su estación.

¹⁴Bank Of Canadá(www.bankofcanada.com)

La tendencia por obtener alimentos saludables de la forma más rápida posible dentro de la dieta diaria familiar, es decir no tardar mucho tiempo en preparación de alimentos.

A continuación se realiza el análisis del mercado y las variables más importantes de acuerdo a su grado de importancia,

3.10.2 Modelo Propuesto por Harrel y Kiefer

Mediante este método se realiza un análisis de portafolio, en el cual se analiza las ventajas del mercado de destino y el atractivo que representa ingresar al mercado, cuantificando las variables que nos permitan determinar la factibilidad

| CANADA | Atractivo del País |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Consumo Total - Crecimiento del mercado Infraestructura y Tecnología - Alianzas Comerciales. - Competencia: concentración, intensidad y barreras de entrada. - Restricciones cualitativas y cuantitativas (aranceles, cupos, normativa legal). - Estabilidad política y económica. | <ul style="list-style-type: none"> - Consumidores en su mayoría de productos de calidad (Preferencias de frutas tropicales y nutritivas) - Capacidad y Tecnología (infraestructura del país ofrece diversas formas de entrada del producto) <p>Alianzas para desarrollo entre países</p> <p>(Cooperación continua de Canadá y Ecuador, Apoyo a estudiantes, desarrollo de nuevos proyectos.</p> <p>Certificados fitosanitarios , registro del exportador, normas de etiquetado</p> <ul style="list-style-type: none"> - Economía estable y de continuo crecimiento |

3.11. Formas de entrada

3.11.1 Exportación Directa

Es la venta de un exportador directamente desde el mercado de origen o desde una sucursal o filial de ventas propia a un importador, agente, distribuidor o comprador final localizado en un mercado exterior. Las transacciones se llevan a cabo directamente por un departamento específico de la empresa exportadora o una organización de marketing y ventas localizada en el mercado exterior. En la exportación directa todas las tareas relacionadas con la investigación de mercados, distribución física, documentación de la exportación, fijación de precios, etc., se llevan a cabo por el departamento de exportación de la empresa

La forma de entrada que se va a utilizar para la introducción de la piña en su variedad MD-2 al mercado internacional, va a ser de forma directa ya que de esta manera se puede llevar un control más exhaustivo de la reacción y comportamiento del mercado de destino con el que a un futuro se podría pensar en realizar extensiones del mismo.

Se va contactar con un distribuidor de cada país de destino con el cual se establecer precios y manejo de la marca en dicho mercado.

15

¹⁵ www.proecuador.com (Proec Piña ecuatoriana)

3.12. Procedimientos para exportar.

1. Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI). Al inicio del trámite de una importación o exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Obtener el TOKEN en el Banco Central del Ecuador o en Security Data.
3. Regístrese como exportador ante el ECUAPASS, ingresando en la página <https://portal.aduana.gob.ec/>. Una vez registrada la compañía adicionalmente se deberá registrar al Representante Legal y de Empleado o Auxiliar.
4. Registrar al agente afianzado de aduana (en el caso de requerir sus servicios)
5. Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una Exportación a Consumo, sin embargo es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley.

Para los trámites antes expuestos se debe adjuntar solicitud del servicio, copia de nombramiento del representante legal, RUC, constitución de la compañía, licencia de impacto ambiental, contrato de proveedores de materia prima debidamente certificado por un notario.

3.12.1 Trámites de exportación

3.12.1.2 Fase de Pre-embarque.

Se inicia transmitiendo información para la autorización de la declaración aduanera de exportación (DAE) que es el documento que consigna los datos de la intención de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana la intención de exportación, utilizando para el sistema del ECUAPASS en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso, factura, destino, consignatario, puerto origen de salida. Una vez que es aceptada la declaración aduanera de exportación, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto portuario donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

3.12.1.3 Fase Post-Embarque.

Luego de haber zarpado el buque el exportador tiene 30 días desde la fecha del zarpe del buque para poder generar la sustitutiva de la DAE (si el caso lo amerita) de la información declarada para el pre-embarque para evitar generar multa y/o infracción.

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

Una vez generada la sustitutiva, el exportador o el agente de aduana deberá tener un juego con todos los documentos que sustenten la exportación para ser presentados ante el Departamento

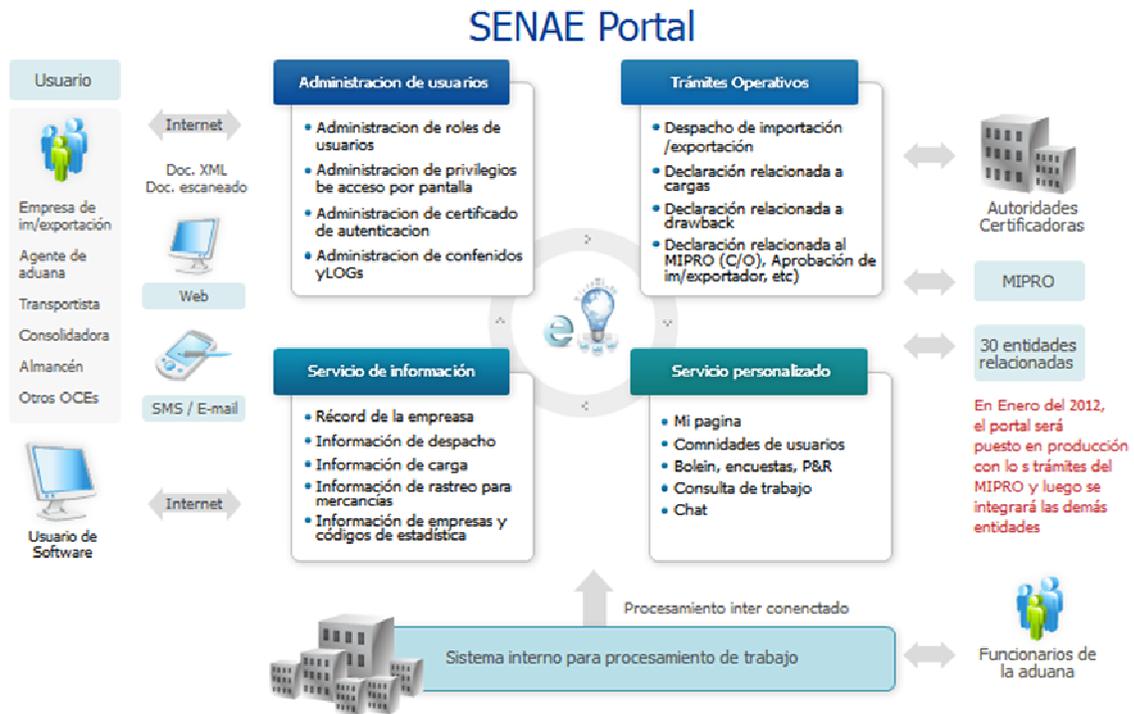
de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos: (si el caso lo amerita)

- DAE
- Factura comercial, autorizada por el SRI
- Documento de Transporte
- Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

16

¹⁶ www.aduana.gob.ec Pasos para exportar 2012

Grafico #6
Procedimiento de Exportaciones



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>
Elaborado: Por el Autor

3.12.2 Documentos a Presentar para la exportación al Canadá.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

3.12.2.1 Certificado de Origen

Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, CAN, SGP y ATPDEA, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Para el trámite de Certificación de Origen se lo realiza a través del Ministerio de Industrias y Productividad, FEDEXPOR, y Cámaras Empresariales calificadas como (EH)⁽¹¹⁾ para emitir CO⁽¹²⁾ estos entes habilitados tienen plazo para incorporarse a la VUE⁽¹³⁾ hasta diciembre del 2012.

Para el registro en la ventanilla única de exportación (VUE) es indispensable que el Exportador obtenga su certificado de firma electrónica (token), tanto en el Banco Central del Ecuador o en la empresa Security Data, luego de lo cual deben realizar el registro en el (SENAE)⁽¹⁴⁾

Una vez que el exportador ha realizado su Registro en la ventanilla única de exportación, le corresponde a SENAE notificar este registro al Ministerio de Industrias y Productividad, quedando así habilitado para tramitar los respectivos CO a partir de las 09h00 del siguiente día hábil.

Para tramitar el CO a través de la VUE el Exportador debe contar con una (DJO)⁽¹⁵⁾ en formato simplificado, que haya sido aprobada previamente en el SIGCO⁽¹⁶⁾ o puede proceder a ingresar en la VUE una DJO en formato completo, especificando tanto los productos de exportación como el esquema o acuerdo comercial que le concede la preferencia arancelaria.

La opción de solicitar CO al MIPRO⁽¹⁷⁾ a través de la VUE se realiza utilizando el número de la DJO previamente creada por el Exportador, de donde el sistema tomará automáticamente la descripción comercial del producto, el esquema o acuerdo comercial y el criterio de origen, debiéndose ingresar únicamente los datos variables (cantidad, valor, unidades, país de destino, fecha, etc.) de acuerdo a cada exportación que se realice.

El pago de la tasa para la emisión de los Certificados de Origen (CO) se continuará haciendo en los bancos privados, debiéndose presentar el correspondiente comprobante de pago en las

Tesorerías del MIPRO, en todo el territorio nacional, según el domicilio de la empresa exportadora

⁽¹⁴⁾ Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

⁽¹⁵⁾ Declaración Juramentada de Origen

⁽¹⁶⁾ Sistema de Gestión de Certificados de Origen

⁽¹⁷⁾ Ministerio de Industrias y Productividad

Fuente: <http://www.industrias.gob.ec/>

3.12.2.2. Certificado de Sanitario

Este certificado se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a nivel mundial.

Para las exportaciones con destino a los países que forman parte de la CEE ⁽¹⁸⁾ se trabajan los certificados sanitarios a través del sistema TRACES ⁽¹⁹⁾

Funcionamiento: Los agentes económicos pueden ser integrados en TRACES a reserva de su registro por la autoridad competente a la que estén vinculados. Cuando deseen proceder al transporte de animales, rellenarán un formulario electrónico de formato único que contiene toda la información necesaria acerca del animal o del producto de origen animal, el destino y las posibles etapas.

Para las exportaciones con destino a Estados Unidos, solo se emiten certificados sanitarios cuando el cliente en destino lo requiere.

Para las exportaciones con destino a los países Europeos que no forman parte de la Comunidad Económica Europea, se trabajan los certificados sanitarios con un formato específico para cada país como ejemplo países como: Ucrania, Rusia.

Para las exportaciones con destino a los países de América Latina, se trabajan los certificados sanitarios con un formato específico, de acuerdo a los requerimientos de la Autoridad sanitaria de cada país por ejemplo países como: Costa Rica, Brasil, Chile, Colombia.

⁽¹⁸⁾ Comunidad Económica Europea

⁽¹⁹⁾ Sistema informático veterinario integrado, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Fuente: <http://www.inp.gob.ec/>

Nota: Los exportadores de productos pesqueros para mantener y asegurar la calidad de sus productos deben ser inspeccionados dos veces al año por el Instituto Nacional de Pesca, todo exportador que obtenga calificación C que significa conformidad que garantiza la inocuidad de sus productos podrá exportar sus productos libremente al exterior. El exportador que obtenga calificación B antes de exportar deberá solicitar muestreo al Instituto Nacional de Pesca y examinar sus productos con análisis microbiológicos, químicos, metales pesados y organolépticos para poder exportar. El exportador que obtenga la calificación A no podrá exportar y deberá ligarse a las inspecciones secuenciales que agenda el Instituto Nacional de Pesca con la finalidad de que el exportador cumpla y logre como mínimo la calificación B para poder exportar.

3.12.3 ECUAPASS

Es un sistema que permite a los Operadores de comercio exterior tanto de importación como exportación realizar sus operaciones aduaneras y que permita agilizar los procesos.

¿Cómo está Conformado? Está conformado por diez (10) módulos articulados que permiten realizar todo trámite aduanero. A continuación descripción de los mismos:

- **· Portal de Comercio Exterior y Ventanilla Única Ecuatoriana.-** En este módulo se realizarán la generación de la Declaración Juramentada de Origen DJO, Certificado de Origen CO y todo tipo de licencia de importación, registro sanitario, permiso y otros documentos de acompañamiento. *(revisar art. 72 del reglamento al libro V del COPCI)*
- **· Procesos de Importaciones y Exportaciones (Despacho y Carga).-** En estos módulos se generarán todo tipo de declaración de importación y exportación de productos. *(Entiéndase todos los regímenes aduaneros)*
- **· Control Posterior.-** Este módulo es manejado exclusivamente por el área de “Control Posterior” de la Aduana, que consiste en el control post nacionalización de mercancías, basados en variables pre establecidas.
- **· Gestión de Litigios Aduaneros.-** En este módulo se gestionarán todos los actos administrativos que los operadores de comercio exterior interpongan ante Aduana.
- **· Data Warehouse.-** Este módulo almacenará la base de datos y será administrada por parte de Aduana.

- **· Devolución Condicionada de Tributos.-** En este módulo se gestionará la solicitud de los operadores de comercio exterior de devolución de tributos al comercio exterior.
- **· Sistema de Alerta Temprana.-** Este módulo, que será administrado por Aduana, monitoreará el funcionamiento del sistema ECUAPASS, permitiendo enviar alertas cuando se generen fallas en los procesos pre establecidos en el sistema o un aplicativo no se cumpla.
- **· Gestión de Riesgos (Incluye la Gestión Avanzada).-** Este módulo, que será administrado por la Aduana, manejará los perfiladores de riesgo del ECUAPASS.
- **· Gestión del Conocimiento.-** En este módulo encontrarán todos los manuales de procedimientos y demás documentación relacionada a los procedimientos implementados en el ECUAPASS (biblioteca aduanera).¹⁷
- **· Sistema de Manejo de Pistas de Auditoria.-** Este módulo permitirá realizar el seguimiento de los procesos aduaneros (trazabilidad).

3.12.4 Ingreso de la información

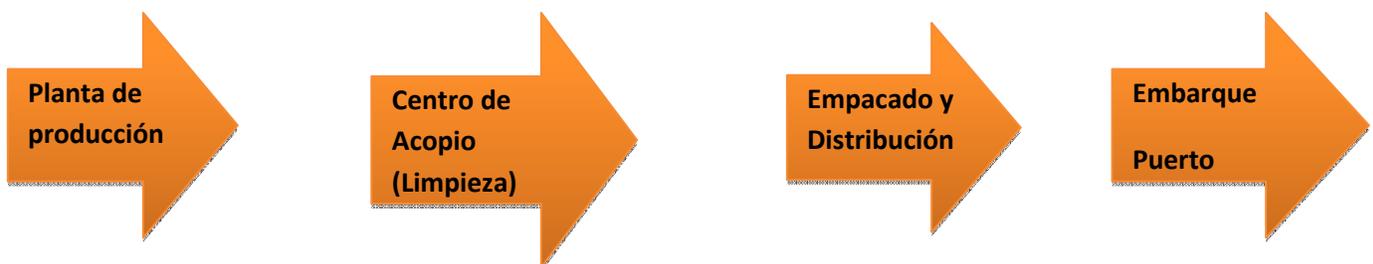
1. El exportador debe ingresar la información al portal web del Ecuapass
2. Luego se procede a descargar un software en el que ingresara la información que desea transmitir a la Aduana.

¹⁷ www.proEcuador.gob.ec

- Además utilizara el TOKEN (certificado de firma digital), que ahora disponen las empresas para sus respectivas declaraciones, con este dispositivo se guarda la firma digital como identificación del operador.

3.13. Logística de Exportación

Cuando la fruta esta finalmente cosechada se deposita en gavetas y luego es transportada hacia la empacadora, donde se procede a sumergirla en desinfectante hasta la mitad, para que luego se sequen. Otro dato importante es que para exportar a Europa y Estados Unidos se lleva a cabo un proceso alternativo consiste en sumergir completamente la fruta en similar solución (con Triadimefon)



Las cajas que se utilizan para el embalaje, son revisadas previamente por un análisis de riesgo otorgado por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), para detectar cualquier anomalía y posteriormente emitir el certificado. Se colocan las frutas en cajas de 12 a 20 kilos, de 5 a 10 piñas y se procede a armar los pallets.

Para la exportación se debe tomar en consideración 2 formas de empaque la primera, durante la recolección, deben estar en cajas plásticas para que a su vez puedan ser estibadas, las cuales deben contar con orificios para preservar a la fruta y darle ventilación, segunda forma de empaque es previo al transporte para lo cual se debe cumplir con el etiquetado de acuerdo a las normas internacionales para productos agrícolas.

18

3.13.1 Contenedor

Los pallets debidamente colocados en refrigeración se cargan en contenedores refrigerados, manteniéndose en una temperatura de 8° C previo a la exportación.

El contenedor registra la temperatura adecuada a la cual debe estar la fruta durante el viaje. Cada contenedor tiene una capacidad aproximadamente de 960 cajas de veinte kilos y/o 1300 caja de diez kilos

3.13.2 Empaque

El empaque es muy importante ya que es la presentación de la fruta, además de que debe asegurarla hasta su llegada, el empaque vamos a utilizar debe tener su contenido y su origen además del nombre de la marca, en este caso “Ecuadorian Pineapple”

Para la recolección vamos a poner la fruta en gavetas plásticas para su posterior estibación y además que cuenten con ventilación para asegurar la conservación de la fruta.

¹⁸ www.proecuador.com (Proec Piña ecuatoriana)

3.13.3 Almacenamiento

Luego de haberlas empacado se procede a guardarlas en un lugar fresco con aire frío, aunque lo ideal es que no permanezca mucho tiempo almacenada la fruta y evitar desperdicios.

Para garantizar la protección de la fruta durante el transporte las piñas deben ser colocadas fijas dentro de las cajas, para evitar magulladuras hasta su destino.

3.13.4 Precios de exportación

Los costos de logística para enviar la piña MD2 según las medidas del contenedor de un REEFER de 20', 20'x 8'x 8,6 para proceder al envío de la mercadería .

A continuación se detallan las tarifas de fletes internacionales en el puerto de destino tomados en consideración para el envío de piña MD2 si la negociación fuese en términos CIF:

Guayaquil – Toronto vía Port Elizabeth

Flete 6.500 + Thco 160 + DocFee 30 + Gastos Locales de Exportación
t/t 22 días aprox.
Salidas semanales

Gastos Locales:

55 + IVA – Emisión de BL (por BL)

90 + IVA – Handling (por Contenedor)

45 + IVA – AdminFee

Costo de manejo pago local: **Flete Prepaid:** 5% del valor FOB mínimo 105 + IVA /// **Flete**

Collect: 25 + IVA (por contenedor)

Fuente: Transoceánica

4. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico está relacionado con todos lo que incurrimos para llevar a cabo el funcionamiento de este proyecto.

4.1 Equipos para la producción

En vista de ser un proyecto nuevo se va a optar por el alquiler de equipos para la producción y siembra.

Para realizar la producción de piña se necesitan 40 semanas lo que conlleva la siembra y las aplicaciones de fertilizantes. Se detalla a continuación las fases de la producción de piña MD2

Tabla 8# Costo total de preparación de suelo para 17 hectáreas de producción de piña MD2

Preparación de Suelo

| Descripción | HECTAREAS | Precio HA | Precio Total |
|--------------|-----------|--------------|--------------------|
| Subsolado | 17 | \$ 80,00 | \$ 1.360,00 |
| Arado pesado | 17 | \$ 45,00 | \$ 765,00 |
| Arado Fino | 17 | \$ 45,00 | \$ 765,00 |
| Encamado | 17 | \$ 45,00 | \$ 765,00 |
| | | TOTAL | \$ 3.655,00 |

Como se observa en la tabla anterior, el costo de preparación del suelo total por las 17 ha es de \$3655, tomando en cuenta precios actuales por alquiler de maquinaria. A continuación se detallan las funciones de cada maquinaria utilizada en la preparación de suelo y su costo.

Subsolador

El subsolador permitirá rasgar el suelo para que permita el crecimiento radicular, este se adhiere al tractor para que de profundidad al plantar la semilla.



Costo por alquiler por Ha \$80

Arado pesado

El arado pesado de disco desterrona el suelo y permite una mayor profundidad.



Costo por alquiler por Ha \$45

Arado Fino

En este proceso se pulveriza el terreno que se rompe, conocido como mullido.



Costo por alquiler por Ha \$45

Encamado

Define la posición que debe tener la finca, se fijan los espacios para que pase el aguilón para las aplicaciones fitosanitarias.



Costo por alquiler por Ha \$15

Tabla 9- Costo de plantación y siembra de semillas de piña MD2

| COSTO DE PLANTACION Y SIEMBRA | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------------|---------------------|
| CONCEPTO | HECTAREAS | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| SEMILLAS | 6700 | \$ 0,30 | \$ 2.010,00 |
| JORNALES | 200 | \$ 8,00 | \$ 1.600,00 |
| APLICACIONES FITOSANITARIAS | 17 | \$ 15,00 | \$ 255,00 |
| TOTAL | | \$ 23,30 | \$ 3.865,00 |

Como se puede observar en la tabla 9, \$3865 es el valor total por aplicaciones fitosanitarias incluyendo jornales y el costo de las semillas (0.30).

Tabla 10- Total plantas sembradas.

| Siembra /Producción | | | |
|----------------------------|----------------------|--------------------------|--|
| Descripción | Costo/Semilla | Plantación por HA | PRODUCCION TOTAL 17HA (Plantas) |
| Semillas | 6700 | 113900 | 113900 |
| | | | |

4.2 Gastos Operativos

Son los recursos que se van a utilizar para el funcionamiento de la empresa

Entre ellos:

4.2.1 Arriendo

El valor del terreno es un precio referencial, en relación a los precios que se establecen por la zona de Santo Domingo de los Tsachilas.

Tabla 11- Costo del alquiler del lugar de producción y funcionamiento

| ARRIENDO | | |
|------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD POR HECTAREA | VALOR ANUAL |
| ARRIENDO 17 HA DE SEMBRIO | 2500 | \$ 42.500,00 |
| TOTAL | | \$ 42.500,00 |

4.2.2 Compras

Tabla 12- Materiales de Oficina

| COMPRAS | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|------------------|--------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD | CANTIDAD ANUAL | VALOR | VALOR ANUAL |
| CAJAS DE RESMAS A4 | 1 M | 12 | \$ 35,00 | \$ 420,00 |
| CAJA DE BOLIGRAFOS | 1 S | 2 | \$ 5,00 | \$ 10,00 |
| CAJA DE LAPICES | 1 T | 3 | \$ 5,00 | \$ 15,00 |
| CAJA DE BORRADORES | 1 S | 2 | \$ 3,00 | \$ 6,00 |
| CAJA DE RESALTADORES | 1 T | 4 | \$ 5,00 | \$ 20,00 |
| FOLDERS | 10 M | 120 | \$ 1,50 | \$ 180,00 |
| LIBRETINES | 1 M | 12 | \$ 1,00 | \$ 12,00 |
| CARPETAS MANILA | 30 M | 360 | \$ 0,80 | \$ 288,00 |
| CAJA DE LIQUID PAPER | 1 S | 2 | \$ 15,00 | \$ 30,00 |
| CAJA DE GRAPA | 1 T | 4 | \$ 3,00 | \$ 12,00 |
| TONER PARA IMPRESORA | 1 M | 12 | \$ 50,00 | \$ 600,00 |
| TONER PARA MULTIFUNCIONAL | 1 T | 4 | \$ 150,00 | \$ 600,00 |
| GRAPADORAS | 1 COMPRA | 8 | \$ 5,00 | \$ 40,00 |
| PERFORADORA | 1 COMPRA | 8 | \$ 5,00 | \$ 40,00 |
| SACA GRAPAS | 1 COMPRA | 8 | \$ 1,00 | \$ 8,00 |
| Total | | | \$ 285,30 | \$ 2.281,00 |

4.2.3. Publicidad

Tabla 13- Incluido el valor de la página web y papelería correspondiente

| PUBLICIDAD | | |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD ANUAL | VALOR ANUAL |
| PAGINA WEB | 1000 | \$ 1.000,00 |
| LOGO DE LA EMPRESA Y PAPELERIA | 800 | \$ 800,00 |
| TOTAL | | \$ 1.800,00 |

4.2.4 Servicio Básicos

Tabla 14- Costo de los servicios básico calculando mensual y anualmente

| SERVICIOS BASICOS | | |
|-------------------|------------------|---------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD MENSUAL | VALOR ANUAL |
| LUZ | \$ 1.500,00 | \$ 18.000,00 |
| AGUA | \$ 800,00 | \$ 9.600,00 |
| TELEFONO | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| TOTAL | | \$ 30.600,00 |

4.2.5 Internet

Tabla 15- Valor del uso de internet en las instalaciones

| INTERNET | | |
|--------------|------------------|--------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 10 mb | \$ 300,00 | \$ 3.600,00 |
| TOTAL | | \$ 3.600,00 |

4.2.6 Costos de Logística

Tabla 16- Costos del traslado de la mercadería

| GASTO DE LOGISTICA EN TRANSPORTE | | | | |
|---|------------------|----------------|---------------|---------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD MENSUAL | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Transporte del producto terminado a Puerto de Gye | 4 | \$ 300,00 | \$ 1.200,00 | \$ 14.400,00 |
| Cajas para exportar | 1300 | \$ 0,80 | \$ 1.040,00 | \$ 12.480,00 |
| Transporte marítimo | 2 | \$ 800,00 | \$ 1.600,00 | \$ 19.200,00 |
| precio del container | 2 | \$ 3.000,00 | \$ 6.000,00 | \$ 72.000,00 |
| Pallets Fumigados | 80 | \$ 20,00 | \$ 1.600,00 | \$ 19.200,00 |
| TOTAL | | | | \$137.280,00 |

4.2.7 Costos de Aduana

Tabla 17- Costos generados en el proceso de exportación

| COSTO DE ADUANA- DESPACHO PARA LA EXPORTACION | | |
|--|-------------------------|--------------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Obtención de certificado Fitosanitario | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Despacho de aduana (60% salario básico unificado) | \$ 190,80 | \$ 190,80 |
| Obtención del Certificado de Origen (MIPRO) | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Costos inspección operativo antinarcóticos | \$ 40,00 | \$ 40,00 |
| Póliza de Seguro transporte desde la empresa al puerto Gye.(2% mínimo \$1.500) | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Almacenamiento temporal de mercancía hasta el despacho de exportación (embarque) | \$ 600,00 | \$ 7.200,00 |
| TOTAL | | \$ 9.190,80 |

4.3 Costos y Gastos

4.3.1 Costos Fijos

Tabla 18- Costos fijos proyectados al 2015

| costo fijos | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| concepto | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 |
| gasto de sueldos | \$ 103.093,76 | \$ 108.248,44 | \$ 113.660,87 |
| gastos de arriendo | \$ 42.500,00 | \$ 44.625,00 | \$ 46.856,25 |
| gastos de servicios basico | \$ 30.600,00 | \$ 32.130,00 | \$ 33.736,50 |
| mantenimiento de activos | \$ 500,00 | \$ 525,00 | \$ 551,25 |
| publicidad | \$ 1.800,00 | \$ 1.890,00 | \$ 1.984,50 |
| total | \$ 178.493,76 | \$ 187.418,44 | \$ 196.789,37 |

4.3.2. Sueldos y Salarios

| SUELDOS Y SALARIOS DESGLOSADO | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|--------------|-------------------|----------------------|-------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| No. | CARGO | TIEMPO MESES | RMU | APORTE MENSUAL 9,35% | INGRESO NETO DISPONIBLE | RAU | APORTE PATRONAL M 11,15% | APORTE PATRONAL A 11,15% | IECE 1% MENSUAL | IECE 1% ANUAL | 13 SUELDO | 14 SUELDO | FONDO RESERVA | COSTO PRESUPUESTARIO ANUAL |
| 1 | GERENTE GENERAL | 12 | \$1.200,00 | \$112,20 | \$1.087,80 | \$14.400,00 | \$133,80 | \$1.605,60 | \$12,00 | \$144,00 | \$1.200,00 | \$318,00 | \$1.200,00 | \$18.867,60 |
| 2 | GERENTE ADMINISTRATIVO | 12 | \$900,00 | \$84,15 | \$815,85 | \$10.800,00 | \$100,35 | \$1.204,20 | \$9,00 | \$108,00 | \$900,00 | \$319,00 | \$900,00 | \$14.231,20 |
| 3 | OPERADOR DE PRODUCCION 1 | 12 | \$750,00 | \$70,13 | \$679,88 | \$9.000,00 | \$83,63 | \$1.003,50 | \$7,50 | \$90,00 | \$750,00 | \$320,00 | \$750,00 | \$11.913,50 |
| 4 | OPERADOR DE PRODUCCION 2 | 12 | \$700,00 | \$65,45 | \$634,55 | \$8.400,00 | \$78,05 | \$936,60 | \$7,00 | \$84,00 | \$700,00 | \$321,00 | \$700,00 | \$11.141,60 |
| 5 | OPERADOR DE PRODUCCION 3 | 12 | \$700,00 | \$65,45 | \$634,55 | \$8.400,00 | \$78,05 | \$936,60 | \$7,00 | \$84,00 | \$700,00 | \$322,00 | \$700,00 | \$11.142,60 |
| 6 | OPERADOR DE PRODUCCION 4 | 12 | \$700,00 | \$65,45 | \$634,55 | \$8.400,00 | \$78,05 | \$936,60 | \$7,00 | \$84,00 | \$700,00 | \$323,00 | \$700,00 | \$11.143,60 |
| | TECNOLOGO AGRONOMO | 12 | \$600,00 | \$56,10 | \$543,90 | \$7.200,00 | \$66,90 | \$802,80 | \$6,00 | \$72,00 | \$600,00 | \$324,00 | \$600,00 | \$9.598,80 |
| | SECRETARIA | 12 | \$542,00 | \$50,68 | \$491,32 | \$6.504,00 | \$60,43 | \$725,20 | \$5,42 | \$65,04 | \$542,00 | \$325,00 | \$542,00 | \$8.703,24 |
| 7 | MENSAJERO/ CONSERJE | 12 | \$390,00 | \$36,47 | \$353,54 | \$4.680,00 | \$43,49 | \$521,82 | \$3,90 | \$46,80 | \$390,00 | \$323,00 | \$390,00 | \$6.351,62 |
| | TOTALES | | \$6.482,00 | \$606,07 | \$5.875,93 | \$71.784,00 | \$722,74 | \$8.672,92 | \$64,82 | \$777,84 | \$6.482,00 | \$2.895,00 | \$6.482,00 | \$103.093,76 |

4.3.3 Costos Variables

Tabla 19- Costos Variables proyectados al 2015

| costo variable | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| concepto | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 |
| gasto de mantenimiento de equipos | \$ 2.000,00 | \$ 2.100,00 | \$ 2.205,00 |
| costos de plantación | \$ 3.865,00 | \$ 4.058,25 | \$ 4.261,16 |
| gasto de logística | \$ 137.280,00 | \$ 144.144,00 | \$ 151.351,20 |
| costo de aduana | \$ 9.190,80 | \$ 9.650,34 | \$ 10.132,86 |
| total | \$ 152.335,80 | \$ 159.952,59 | \$ 167.950,22 |

4.3.4 Gastos Pre operativos

| GASTOS PRE OPERATIVOS | | | |
|------------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Concepto | Un. | Valor Un | Total |
| muebles y equipo de oficina | | | |
| escritorio en L | 5 | \$250,00 | \$1.250,00 |
| escritorio de secretaria | 6 | \$200,00 | \$1.200,00 |
| sillas ejecutivo | 6 | \$150,00 | \$900,00 |
| sillas tipo secretaria | 10 | \$90,00 | \$900,00 |
| aéreos | 15 | \$100,00 | \$1.500,00 |
| archivadores de piso | 15 | \$150,00 | \$2.250,00 |
| computadoras | 25 | \$900,00 | \$22.500,00 |
| impresora multifuncional | 5 | \$800,00 | \$4.000,00 |
| folder | 100 | \$3,00 | \$300,00 |
| aire acondicionado | 6 | \$600,00 | \$3.600,00 |
| caja de resma a4 | 10 | \$30,00 | \$300,00 |
| | | | \$38.700,00 |
| Utensilio de trabajo | | | |
| Cuchillos | 25 | \$9,00 | \$225,00 |
| Tablas de picar | 25 | \$6,50 | \$162,50 |
| Balde | 12 | \$18,00 | \$216,00 |
| Tinas plásticas | 100 | \$25,00 | \$2.500,00 |
| Cartones | 5000 | \$0,80 | \$4.000,00 |
| Gavetas plásticas | 300 | \$12,00 | \$3.600,00 |
| | | | \$10.703,50 |
| Gastos Legales | | | |
| Bomberos | 1 | \$80,00 | \$80,00 |
| Municipio | 1 | \$200,00 | \$200,00 |
| Gastos Legales. | 1 | \$200,00 | \$200,00 |
| | | | \$480,00 |
| Gastos Apertura | | | |
| Publicidad | 1 | \$5.000,00 | \$5.000,00 |
| Varios Papelería | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| | | | \$5.500,00 |
| Municipio | | | |
| Patente Mensual | 1 | \$150,00 | \$150,00 |
| Patente Anual | 1 | \$2,03 | \$2,03 |
| | | | \$152,03 |
| Arquitecto Honorarios | | | |
| Diseño de oficina | 1 | \$3.500,00 | \$3.500,00 |
| adecuación de oficina | 1 | \$6.000,00 | \$3.000,00 |
| decoración de oficina | 1 | \$4.000,00 | \$1.000,00 |
| | | | \$7.500,00 |
| Arriendo | | | |
| pago del canon | 1 | \$2.500,00 | \$2.500,00 |

4.4 Estudio de la Factibilidad

4.4.1 Presupuesto

Presupuesto es un supuesto o suposición; un cálculo anticipado del coste de una obra y también de los gastos o de las rentas de una organización u otro cuerpo” (Urbina Gabriel 1996) Para la realización de los presupuestos es necesario recurrir a la información recopilada en los estudios de mercado, técnico y organizacional, a fin establecer la proyección del flujo de caja y la liquidez que se debe disponer obtendrá para cumplir con las obligaciones operacionales y no operacionales; y, finalmente, la estructura expresada por el estado de resultados.

4.4.2 Presupuesto de Inversión

Esta dado por los recursos que permiten adquirir todos los activos fijos tangibles necesarios para realizar las operaciones de la empresa con excepción del capital de trabajo.

4.4.3 Activos Fijos

Dentro de este rubro se encuentra el mobiliario que se requiere para los diferentes departamentos, el costo total de la nueva empresa alcanza los USD 9.890; conforme el siguiente detalle:

| Concepto | Un. | Valor Un | Total |
|------------------------------------|-----|----------|-------------------|
| muebles y equipo de oficina | | | |
| escritorio en L | 6 | \$250,00 | \$1.500,00 |
| escritorio de secretaria | 1 | \$200,00 | \$200,00 |
| sillas ejecutivo | 6 | \$150,00 | \$900,00 |
| sillas tipo secretaria | 1 | \$90,00 | \$90,00 |
| aéreos | 8 | \$100,00 | \$800,00 |
| archivadores de piso | 8 | \$150,00 | \$1.200,00 |
| impresora multifuncional | 5 | \$800,00 | \$4.000,00 |
| aire acondicionado | 2 | \$600,00 | \$1.200,00 |
| TOTAL | | | \$9.890,00 |
| | | | |

Dentro de los activos fijos se incluyen también los equipos de computación y de oficina que asciende a \$6.190 como se puede apreciar a continuación:

| Concepto | Un. | Valor Un | Total |
|---------------------------|-----|----------|------------|
| EQUIPOS DE COMPUTO | | | |
| Licencia de software | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| Computadores i5 | 6 | \$890,00 | \$5.340,00 |
| Teléfonos | 2 | \$45,00 | \$90,00 |
| Copiadoras | 1 | \$115,00 | \$115,00 |
| Fax | 1 | \$85,00 | \$85,00 |
| Scanner | 1 | \$60,00 | \$60,00 |
| TOTAL | | | \$6.190,00 |

4.4.4 Activos Intangibles

Se definen como “el conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal de los negocios”.

Los activos intangibles de la nueva empresa corresponden al estudio de factibilidad, gastos de constitución, gastos de organización, gastos de instalación y adecuación, así como los gastos de publicidad, cuyos valores se detallan a continuación:

| activo | valor |
|------------------------------------|------------|
| estudio del proyecto | \$1.000,00 |
| constitución de la empresa | \$1.500,00 |
| gastos de instalación y adecuación | \$700,00 |
| publicidad | \$1.500,00 |
| total | \$4.700,00 |

4.4.5 Capital de Trabajo

Estará constituido por aquellos valores que permitirán el funcionamiento de la nueva empresa en sus inicios, estos valores no forman parte del activo fijo ni del intangible. Estarán conformados por la sumatoria de los gastos de venta y administrativos. Existen tres métodos para el cálculo de la inversión en capital de trabajo; explicados sucintamente a continuación:

Método contable.- calcula la inversión en capital de trabajo necesaria en cada una de las cuentas del activo corriente tomando en cuenta que parte de éstas pueden ser financiadas por pasivos del corto plazo.

Método del periodo de desfase.- calcula la inversión en capital de trabajo que requiere para cubrir los costos de operación desde el momento que se adquieren los insumos hasta que se perciben ingresos por venta del producto, y que constituye el capital necesario para financiar el periodo de desfase siguiente.

Método del déficit acumulado máximo.- calcula la inversión en capital de trabajo estimado los flujos de ingresos y egresos, el valor de la inversión será aquel equivalente al déficit acumulado máximo de todos los periodos de ejecución del proyecto. Para el presente estudio se utilizó el método del periodo de desfase, debido a que no existen cambios en la demanda estacional del servicio que se ofrecerá. Este método se lo aplica generalmente en etapas de pre factibilidad de un proyecto. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$ICT = \frac{Ca}{365} * \text{numerodediasdesfase}$$

Dónde:

4.6 Estructura de Financiamiento

Para financiar las operaciones de la empresa se ha incurrido en un préstamo de USD \$ 120000 correspondiente al 85% y el restante 15% ha sido cubierto con aportaciones de los socios es decir \$21000 .La forma de financiamiento de la nueva empresa queda demostrada en el siguiente cuadro.

| | VALOR | FUENTE DE FINANCIAMIENTO | |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------|
| | | CAPITAL PROPIO 15% | PRESTAMO 85% |
| | \$ 140.000,00 | \$ 21.000,00 | \$ 119.000,00 |
| | | | |
| | | | |
| presupuesto de pre-operación | financiamiento del banco | cuota mensual | pago anual |
| \$ 140.000,00 | \$ 21.000,00 | | |
| | \$ 119.000,00 | \$ 1.983,33 | |
| | | | |
| | pago mensual con interes | \$ 350,00 | \$ 28.000,00 |

Para obtener el financiamiento vamos a realizar un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, ya que nos ofrece una tasa baja de interés desde el 9.75% con montos para Pymes de hasta \$200.000.

4.6.1 Estado de Resultados

El estado de resultados o pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas. El Estado de resultados para se muestra en el siguiente cuadro:

| Concepto | Años | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESOS | | | | | |
| Exportacion de piña | 427.914,78 | 449.310,52 | 471.776,04 | 495.364,84 | 520.133,09 |
| Total Ingresos | 427.914,78 | 449.310,52 | 471.776,04 | 495.364,84 | 520.133,09 |
| EGRESOS | | | | | |
| Gastos Operativos | | | | | |
| Compras | 2.281,00 | 2.509,10 | 2.760,01 | 3.036,01 | 3.339,61 |
| Salarios | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 |
| Publicidad y Medios | 1.800,00 | 2.070,00 | 2.380,50 | 2.737,58 | 3.148,21 |
| Gastos de Mantenimiento | 23,30 | 26,80 | 30,81 | 35,44 | 40,75 |
| Servicios Básicos | 30.600,00 | 32.130,00 | 33.736,50 | 35.423,33 | 37.194,49 |
| Internet | 3.600,00 | 3.780,00 | 3.969,00 | 4.167,45 | 4.375,82 |
| Gastos de Apertura | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Compras Arranque | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Gastos Operativos | 141.398,06 | 143.609,65 | 145.970,58 | 148.493,55 | 151.192,64 |
| Gastos No Operativos | | | | | |
| arriendo | 42.500,00 | 44.625,00 | 46.856,25 | 49.199,06 | 51.659,02 |
| Gastos Legales | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| transporte | 137.280,00 | 144.144,00 | 151.351,20 | 158.918,76 | 166.864,70 |
| costos de exportacion | 9.190,80 | 10.569,42 | 12.154,83 | 13.978,06 | 16.074,77 |
| Depreciación Equipos | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Gastos de Constitución | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Gastos No Operativos | 189.970,80 | 200.338,42 | 211.362,28 | 223.095,88 | 235.598,48 |
| Total Egresos | 331.368,86 | 343.948,07 | 357.332,86 | 371.589,43 | 386.791,13 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 96.545,92 | 105.362,45 | 114.443,18 | 123.775,41 | 133.341,96 |
| Impuesto Renta Industria | 24.136,48 | 26.340,61 | 28.610,79 | 30.943,85 | 33.335,49 |
| Utilidad Neta | 72.409,44 | 79.021,83 | 85.832,38 | 92.831,56 | 100.006,47 |
| Participacion de los empleados | 10.861,42 | 11.853,28 | 12.874,86 | 13.924,73 | 15.000,97 |
| Reserva Legal 10% | 7.240,94 | 7.902,18 | 8.583,24 | 9.283,16 | 10.000,65 |
| Utilidad del Ejercicio | 54.307,08 | 59.266,38 | 64.374,29 | 69.623,67 | 75.004,85 |

4.6.2 Flujos Netos de Fondos

Uno de los aspectos más importantes para mantener el negocio funcionando consiste en tener al día una planilla de flujo de inversión. Este documento permite visualizar el movimiento de dinero (entradas y salidas) durante un período de tiempo.

| Concepto | Años | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Año 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | |
| Exportación de pifa | 0,00 | 427.914,78 | 449.310,52 | 471.776,04 | 495.364,84 | 520.133,09 | 546.139,74 | 573.446,73 | 602.119,06 | 632.225,02 | 663.836,27 |
| Total Ingresos | 0,00 | 427.914,78 | 449.310,52 | 471.776,04 | 495.364,84 | 520.133,09 | 546.139,74 | 573.446,73 | 602.119,06 | 632.225,02 | 663.836,27 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | |
| Compras | 0,00 | 2.281,00 | 2.895,05 | 2.634,56 | 2.895,01 | 3.187,81 | 3.506,59 | 3.857,25 | 4.242,96 | 4.667,27 | 5.134,00 |
| Salarios | 0,00 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 | 103.093,76 |
| Publicidad y Medios | 0,00 | 1.800,00 | 1.890,00 | 2.173,50 | 2.499,53 | 2.874,45 | 3.305,62 | 3.801,47 | 4.371,66 | 5.027,44 | 5.781,55 |
| Gastos de Mantenimiento | 0,00 | 23,30 | 24,47 | 28,13 | 32,35 | 37,21 | 42,79 | 49,21 | 56,56 | 65,08 | 74,84 |
| Servicios Básicos | 0,00 | 30.600,00 | 32.130,00 | 33.736,50 | 35.423,33 | 37.194,49 | 39.054,22 | 41.006,93 | 43.057,27 | 45.210,14 | 47.470,64 |
| Internet | 0,00 | 3.600,00 | 3.780,00 | 3.969,00 | 4.167,45 | 4.375,82 | 4.594,61 | 4.824,34 | 5.065,56 | 5.318,84 | 5.584,78 |
| Gastos de Apertura | \$ 5.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| arriendo | \$ 5.100,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 | 42.500,00 |
| Gastos Legales | \$ 480,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Transporte | 0,00 | 137.280,00 | 144.144,00 | 151.351,20 | 158.918,76 | 166.864,70 | 175.207,93 | 183.968,33 | 193.166,75 | 202.825,08 | 212.966,34 |
| Imprevisto | 0,00 | 5.000,00 | 5.750,00 | 6.612,50 | 7.604,38 | 8.745,03 | 10.066,79 | 11.565,30 | 13.300,10 | 15.295,11 | 17.589,38 |
| costo de exportación | 0,00 | 9.190,80 | 10.569,42 | 12.154,83 | 13.978,06 | 16.074,77 | 18.485,98 | 21.259,88 | 24.447,71 | 28.114,87 | 32.332,10 |
| Depreciación Equipos | 0,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Compras Arranque | 65.535,53 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| maquinaria | 3.145,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3.616,75 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4.159,26 |
| Total Egresos | 79.760,53 | 336.368,86 | 347.276,69 | 359.253,98 | 372.115,61 | 389.564,79 | 400.848,29 | 416.925,46 | 434.302,40 | 453.117,59 | 477.686,65 |
| Subtotal antes de impuestos | -79.760,53 | 427.914,78 | 102.033,83 | 112.522,06 | 123.249,23 | 130.568,30 | 145.291,45 | 156.521,26 | 167.816,67 | 179.107,43 | 186.149,61 |
| Impuesto Renta Industria | 106.978,69 | 25.508,46 | 28.130,52 | 30.812,31 | 32.642,07 | 36.322,86 | 39.130,32 | 41.954,17 | 44.776,86 | 46.537,40 | 48.330,57 |
| Subtotal despus impuestos | -79.760,53 | 320.936,08 | 76.525,37 | 84.391,55 | 92.436,92 | 97.926,22 | 108.968,59 | 117.390,95 | 125.862,50 | 134.330,57 | 139.612,21 |
| Más Depreciaciones | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Más Amortizaciones | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| INVERSIONES | | | | | | | | | | | |
| Inversiones Fijas | | | | | | | | | | | |
| Construcción adecuaciones | \$ 3.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Equipo Tecnológico | \$ 22.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Decoración e Instalaciones Especiales | \$ 1.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Inversiones Fijas | 26.500,00 | 0,00 |
| Inversiones Temporales | | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Capital de Trabajo/ Inversiones circulantes | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Inversiones Temp. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Otras Inversiones | | | | | | | | | | | |
| Diseño de oficina | \$ 3.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Dirección de Construcción | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Ensayos de funcionamiento | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Estudios de Mercado | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Viajes | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Honorarios | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Otras Inversiones | 3.500,00 | 0,00 |
| Total Inversiones | 30.000,00 | 0,00 |
| Valores de Rescate | | | | | | | | | | | |
| Construcción | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Equipo Tecnológico | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Decoración e Instalaciones Especiales | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Valores de Rescate | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Flujo de Fondos Enfoque Inversión | -109.760,53 | 320.936,08 | 76.525,37 | 84.391,55 | 92.436,92 | 97.926,22 | 108.968,59 | 117.390,95 | 125.862,50 | 134.330,57 | 139.612,21 |
| FINANCIAMIENTO | | | | | | | | | | | |
| Préstamo | 120.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Amortización de capital | 0,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 |
| Interés | 0,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 |
| EF Fiscal s/intereses | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Flujo de Fondos Enfoque Inversor | 10.239,47 | 286.436,08 | 42.025,37 | 49.891,55 | 57.936,92 | 63.426,22 | 68.468,59 | 73.390,95 | 78.362,50 | 83.330,57 | 88.302,21 |

4.7 Evaluación Financiera

4.7.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR

Según Nassir Sapag “la tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja de un proyecto ha de corresponder a la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares.” La TMAR (tasa mínima aceptable de rentabilidad) se utilizará para la evaluación financiera, cuyo cálculo se lo realiza de la siguiente forma: $i = a$ a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador, mas una prima por riesgo de invertir en el proyecto y f es la tasa de inflación. Se ha determinado una TMAR considerando un costo de oportunidad del 4.75% porcentaje que el Banco Produbanco paga por inversiones plazo fijo, una tasa de interés del 16% misma que se obtuvo de la entidad financiera mencionada y un porcentaje de inflación de 3% perteneciente a enero 2012 según datos tomados del Banco Central del Ecuador.

Costo promedio ponderado del capital: TMAR

COSTO PONDERADO DE CAPITAL = CAPITAL PROPIO * COSTO DE OPORTUNIDAD

| | | | |
|----------------------------|---|--------|---|
| COSTO PONDERADO DE CAPITAL | = | 12,63% | COSTO DE OPORTUNIDAD: SE DETERMINA A PARTIR DE INVERSION A PLAZO FIJO OTORGADA POR UN |
| CAPITAL PROPIO | = | 30% | |
| COSTO DE OPORTUNIDAD | = | 4,75% | |
| CREDITO | = | 70% | |
| TASA DE INTERES | = | 16% | |

TMAR = TASA DE INFLACION + PREMIO AL RIESGO (RIESGO PAIS)

| | | |
|-------------------------|---|-------|
| INFLACION | = | 3,17% |
| RIESGO PAIS ACTUALIZADO | = | 7,64% |

| | | |
|-------------|---|--------|
| TMAR MINIMO | = | 10,81% |
|-------------|---|--------|

| | | |
|-------------------------|---|-------|
| INFLACION | = | 4,44% |
| RIESGO PAIS ACTUALIZADO | = | 8,10% |

| | | |
|-------------|---|--------|
| TMAR MAXIMO | = | 12,54% |
|-------------|---|--------|

4.7.2 Tasa interna de retorno: TIR

Para el estudio, se emplearán los análisis de Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) para determinar la rentabilidad del proyecto:

| FINANCIAMIENTO | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Préstamo | 120.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Amortización de capital | 0,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Interés | 0,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 4.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| EF Fiscal s/intereses | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Flujo de Fondos Enfoque Inversor | 10.239,47 | 17.749,67 | 126.449,34 | 139.700,78 | 153.465,33 | 165.034,14 | 217.045,49 | 232.358,64 | 248.178,60 | 264.492,57 |

| | |
|-----------------------|------------|
| TIR ENFOQUE INVERSION | 102% |
| VAN ENFOQUE INVERSION | 924.647,59 |
| VAN ENFOQUE INVERSOR | 920.128,61 |

Se presenta el flujo de caja proyectado a diez años, el cual esta descontado a un tasa de 102%, generando un VAN positivo de \$ \$920.128,61 por lo cual se considera que el proyecto es rentable.

El VAN descontado, refleja que la TIR>tasa de descuento por lo que el proyecto es aceptado o decir que es rentable, sobre todo que su Utilidad Neta es mayor que el pago de las deudas quedándole así un remanente libre de pagos y egresos e impuestos.

Mientras que la TIR es del 102%, que sería la tasa interna de retorno de la Inversión para 10 años dado los respectivos flujos.

CAPITULO 5

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1 CONCLUSIONES

- De acuerdo a el análisis financiero realizado al proyecto de plan de exportación de Piña MD2 a Canadá podemos determinar que es factible de acuerdo a las estadísticas de exportaciones de piña que desde el año 2010 se han ido incrementando, rescatando a su vez que para poder desarrollarlo se necesita de una fuerte inversión , y que genera una oportunidad debido a la disponibilidad y él volumen de producción en pocos periodos de tiempo en relación a otras frutas tropicales y que permite ofrecer a los futuros compradores internacionales una rápida entrega.
- Otro factor fundamental que se debe tomar en cuenta para llevar a cabo este proyecto son las oportunidades que nos ofrece Canadá para crear relaciones comerciales, y como en la actualidad Ecuador ha renunciado al ATPDEA (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) esto sería un mercado sustituto al cual se puede promocionar nuestros productos que mientras acojan esa medida su precio encarecerá.
- Se puede concluir que para producir la piña en su variedad MD2 se debe incurrir en costos más elevados para poder ofrecer un producto de diferente calidad, pero que por esa misma razón se retribuye con el margen de ganancia que se obtiene por la venta de

la piña ecuatoriana y que además dejemos de basar nuestras exportaciones solo en productos de origen tradicional.

- Además de que ahora existen diversas fuentes información y de financiamiento tales como Proecuador y Corporación Financiera Nacional que fomentan a los pequeños exportadores específicamente de productos no tradicionales para que den a conocer los productos que aún no se dan a conocer internacionalmente, pero que según estudios de mercado ofrecen una oportunidad de entrada a otros países de Europa e incluso del Occidente.
- Considerando la localización del predio, la producción de la fruta se la puede realizar durante todo el año manteniendo los parámetros de calidad óptimos para la exportación.
- Los parámetros financieros que garantizan la factibilidad de este proyecto son VAN de \$902.128,61 y un TIR de 102%.

6.12 RECOMENDACIONES

- Para garantizar el crecimiento de la producción de la piña Md2 se recomienda que aumenten las hectáreas de producción en todo el país, para que los pequeños exportadores se informen de que este producto tiene gran acogida en mercados no explotados y representa una fuente de ingresos que a la vez proporciona trabajo.
- Es factible también estudiar nuevos mercados para posibles ingresos de no solo piña sino otros productos agrícolas que tengan acogida a nivel internacional , uno de ellos sería el mercado incluso latinoamericanos que nos permitan tener ventajas competitivas.
- Incentivar a los productores a desarrollar mejoras continuas en sus procesos de producción, tecnificando sus maquinarias y periodos de siembra para que cada vez el producto ofertado sea de mejor calidad, a su vez promoviendo las certificaciones de sus productos para que logren catapultarse a nivel internacional
- Aprovechar las diversas fuentes de financiamiento que el gobierno de turno está ofreciendo sobre todo en entidades públicas, que promueve al sector exportador para que ofrezca sus productos externamente inclusive sino cuenta con los medios para realizarlo.
- Consolidar nuestra marca en el mercado Canadiense para posteriormente, poder incursionar en nuevos mercados con la marca ecuatoriana.

5.1.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Actividades | Primer Capítulo y MES 1 | | | Segundo Capítulo MES 2 | | | Segundo y Tercer Capítulo MES 3 | | | Tercer y Cuarto Capítulo y MES 4 | | | Quinto y Sexto Capítulo MES 5 | | | DEFENSA PRESENTACION DE BORRADORES MES 6 | | |
|--|-------------------------|--|--|------------------------|--|--|---------------------------------|--|--|----------------------------------|--|--|-------------------------------|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración y aprobación del Anteproyecto Estudio de Factibilidad de producción piña Md2 y su exportación a Canadá | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recolección de información y elaboración del marco Teórico la Piña y su distribución | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del segundo y tercer capítulo análisis de Mercado Canadiense, Misión, Visión | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Logotipo, Elaboración de Slogan, Constitución de la empresa, Perfiles de cargo, Valuación de Puestos, Analisis de Entorno Internacional, Requisitos de exportación, Documentación, | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recolección de información para el Analisis y Estudio técnico, Información financiera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación de la tesis | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Defensa | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

BIBLIOGRAFÍA

- CONTRERAS, Edmundo. "Plan Estratégico de Exportación de Piña". Universidad Agraria del Ecuador. 2001
- SEMILLAS DE HORTALIZAS MANUAL DE PRODUCCION ,Patricia Peñaloza A, 2011 Inscripción N° 118.901 (Pag 83)
- DE LA CRUZ J. S.H, García. "Operaciones poscosecha de la piña". N/F. 16-02 07.
www.fao.org
- Universidad Tecnológica América. "Manual de manejo de la piña". Obtenido en línea y disponible en: www.proexant.org.ec
- Perspectivas Economicas de las Américas ,Fondo Monetario Internacional, 2008 (Página 14) www.books.google.com.ec
- Perspectivas Agrícolas, OECD, Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2010. ISBN 978-92-64-08779-8, www.sourceoecd.org

FUENTES DE INTERNET:

- ✓ Proyecto SICA(MAG) www.sica.gov.ec
- ✓ CORPEI. "Manual de manejo de la piña". Obtenido en línea y disponible en :
www.proexant.org.ec

- ✓ CORPEI. “Ficha técnica de la piña”. Obtenido en línea y disponible en:
www.corpei.org
- ✓ Producción Piña Ecuatoriana www.proecuador.gob.ec
- ✓ Corporación Financiera Nacional <http://www.cfn.fin.ec>
- ✓ Country Reports www.countryreports.org
- ✓ Mercado Canadiense www.caas.org.co
- ✓ Mercados Americanos www.americaninfomarket.com
- ✓ Canadá Import and Export. <http://publications.gc.ca>
- ✓ Price of Pineapple www.syscoedmonton.ca
- ✓ Análisis del proceso de producción de la piña,2009” www.dspace.espol.edu.ec
- ✓ Piña Md2 ecuatoriana www.agroeden.com.ec
- ✓ Pineapples www.spanish.alibaba.com
- ✓ Cultivo de Piña con perspectiva al mercado internacional WWW.AGRYTEC.COM
- ✓ Mercado Canadiense de Alimentos www.cei.org.ni
- ✓ Legislación Agroalimentaria www.ipex.es

FUENTES HEMEROGRÁFICAS

- IICA: Asociación de Productores de Pina: Iniciativa de Asociatividad y Gestión, Noviembre del 2008. Ficha de información, 29 de Octubre del 2008, Salvador Beltrán y Julio Alberto Candelario
- “Perú y Ecuador, entre los que más crecerían hasta el 2050”, El Universo-Domingo 8 Abril 2012.
- ¿Cuáles son los tipos de embalaje más comunes en las mercancías de exportación?, boletín Proecuador- Productos-15 de Junio 2012
- “Ecuador renuncia unilateralmente a ATPDEA con EE.UU”, El Universo- Jueves 27 de Junio de 2013.
- “ Guía Comercial de Canadá”, 2010, María Mercedes Jara , Cancillería ecuatoriana www.cancilleria.gob.ec
- “La piña refresca las exportaciones”, 15 de Octubre del 2008 www.hoy.com.ec
- La piña ecuatoriana es la más apetecida en Chile”. DINERO: Diario de Negocios agosto 2004. 36-39.
- Cultivo de Piña con perspectivas para el Mercado Internacional , Ing. Daniela Peralvo Lupera, Editora Agrytec.com

daniela.peralvo@agrytec.com

FORMULARIO DE RESUMEN DE TESIS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO DE TESIS

FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TITULO: Estudio de Factibilidad de Producción de Piña MD2 y su exportación a Canadá

AUTOR: Andrea Elena Lituma Márquez

DIRECTOR: Eco. Lucia Pico

ENTIDAD QUE AUSPICIO LA TESIS: NINGUNA

FINANCIAMIENTO: SI X NO PREGRADO POSGRADO

FECHA DE ENTREGA DE TESIS:

28 DE AGOSTO DE 2013

GRADO ACADÉMICO OBTENIDO: INGENIERIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

| No. Págs. | No. Ref. Bibliográfica | No. Anexos: | No. Planos |
|-----------|------------------------|-------------|------------|
| 97 | 6 | 2 | 0 |

RESUMEN

El presente trabajo busca plantear la posibilidad de generar una nueva fuente de producción en las tierras ecuatorianas, específicamente de la piña MD2, que en los últimos años ha tenido una actividad significativa dentro del volumen de las exportaciones ecuatorianas, y que además tienen un amplio espectro en el mercado Canadiense, ya que la tendencia consumista de ese país, hacia las frutas frescas y sobre todos tropicales, que además aporten con vitaminas, minerales y que sean de rápida preparación.

El Ecuador un país que tiene una amplia gama de productos agrícolas y naturales que aún no han sido explotados en su totalidad, demuestra que hay oportunidad de explorar nuevos mercados que eran imposibles de imaginar en el pasado de que un país como Ecuador podría llegar y sobre todo que tenga aceptación a nivel internacional en relación a otros países más desarrollados tanto en su economía como su tecnificación.

Con este proyecto se beneficia en primer lugar el sector exportador agrícola, ya que para llevar a cabo la producción de esta variedad de piña Md2, se necesita de los conocimientos, experiencia y aporte de cada uno de los productores que aparecen bajo la lupa de los grandes mayoristas y que se manejan con margen de ganancia debido al poder adquisitivo de los mismos que limitan el poder de negociación de los productores.

Además contribuye con el conocimiento de los futuros profesionales de la rama del comercio internacional, que buscan generar nuevas formas de alianzas comerciales con diversos países, sobre todo que aporta con información acerca de beneficios que ofrece el mercado canadiense al Ecuador como el ELAP que le da a sus profesionales la oportunidad de estudiar en las mejores universidades de Canada, y que ayuden en el desarrollo de la economía en conjunto , destacando el mismo por su política económica que ofrece una mejor calidad de vida

Se sugiere además el estudio de nuevos mercados que aporten a la sociedad ecuatoriana, además de que se aumenten las hectáreas de producción de piña MD2, y además de productos de similares características tropicales, para que en el futuro se estudie y analice la posibilidad de introducción a mercados internacionales con la marca ecuatoriana.

Debemos empezar a valorar nuestro país sobre todo los productos por los que somos reconocidos, empezando por tecnificar nuestros procesos para situarnos en un nivel aceptable con nuestra competencia y que podamos demostrar que tenemos productos de calidad de origen ecuatoriano.

PALABRAS CLAVES: piña, exportación, productos tradicionales, Canadá, frutas tropicales, beneficios, vitaminas, saludable, Calidad.

MATERIA PRINCIPAL: 1.PRODUCCION Y EXPORTACION

MATERIA SECUNDARIA: 1. MERCADO CANADIENSE

TRADUCCIÓN AL INGLES

TITLE: ABSTRACT

This paper seeks to raise the possibility of generating a new source of production on land Ecuadorian specifically MD2 pineapple, which in recent years has had significant activity within the volume of Ecuadorian exports, and also have a wide spectrum Canadian market, since that country's consumerist trend toward fresh fruits and tropical all, which also provide vitamins, minerals and are quick to prepare.

Ecuador is a country with a wide range of agricultural and natural products that have not yet been fully exploited, shows that there is an opportunity to explore new markets that were unimaginable in the past that a country like Ecuador and could everything that has international acceptance relative to other developed countries in both its economy and its modernization.

This project primarily benefits the agricultural export sector, and that to carry out the production of this variety of pineapple Md2, it takes knowledge, experience and contribution of each of the producers who are under the scrutiny of the large wholesalers and handled with profit margin due to their purchasing power to limit the bargaining power of producers.

It also contributes to the knowledge of future professionals in the international trade industry, seeking to generate new forms of business alliances with several countries, particularly that provides information about benefits of the Canadian market to Ecuador as the ELAP that gives its employees the opportunity to study in the best universities in Canada, and to assist in the development of the overall economy, highlighting the same economic policy by offering a better quality of life

It is also suggested exploring new markets for the Ecuadorian society, as well as to increase the acres of MD2 pineapple production, and in addition to similar products tropical characteristics, so that in the future study and analyze the possibility of introduction international markets with the brand Ecuador.

We must begin to value our country especially products for which we are renowned, starting with technify our processes to place ourselves in an acceptable level with our competitors and we can show that we have quality products from Ecuador.

KEYS WORDS: pineapple exports, traditional products, Canada, tropical fruits, benefits, vitamins, healthy, quality.

FIRMAS:

Lucia Pico
.....

Eco. Lucia Pico Versoza

Andrea Lituma
.....

Andrea Lituma Márquez