

**Pablo Guaycha**

## **ECUAMORITA FORWARDING AGENT**

**Departamento de negociaciones de un producto no tradicional con la unión europea, caso particular exportación de la mora al mercado español.**

Trabajo de conclusión de carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios especialización mayor Negocios Internacionales, especialización menor Marketing.

**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO**

Quito, 2013

GUAYCHA, Pablo.D. Ecuamorita Forwarding Agent. Quito UPACIFICO 2013, 247p Director Mg.Sc. Iván Vaca (Trabajo de Conclusión de carrera – TCC presentado a La facultad de Negocios de la Universidad Del Pacifico).

Resumen: Fue ractificado que el estudio de pre factibilidad de la empresa Ecuamorita Forwarding Agent es factible es así que se determina que en el Ecuador, la necesidad de ingresar con más y nuevos productos a los Competitivos mercados mundiales nos conlleva a fortalecer las exportaciones de nuestro país introduciendo al mercado mundial productos con altos niveles de competitividad en cuanto a precio y calidad del mismo.

Palabras claves: Negociación, Mercado, Investigación, Inversión, Estrategia, competitividad.

## DECLARACION DE AUTORIA

Yo, Pablo Daniel Guaycha Espinoza declaro ser el autor exclusivo del presente trabajo de conclusión de carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de mi responsabilidad.

Por medio del presente documento cedo mis derechos de autor a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo de la tesis a título "ECUAMORITA FORWARDING AGENT" con fines académicos y/o de Investigación.

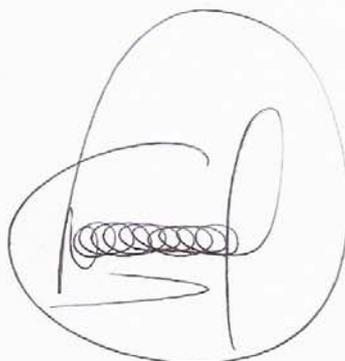


Pablo Daniel Guaycha Espinoza

Quito, 28 de Marzo del 2013

## CERTIFICACION

Yo, Mg.Sc. Iván Vaca, docente de la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad del Pacífico como Director de la presente tesis, certifico que el señor Pablo Daniel Guaycha Espinoza egresado de esta institución, es autor exclusivo del presente trabajo, el mismo que es autentico original e inédito.



---

Mg.Sc. Iván Vaca

Quito, 28 de Marzo del 2013

## DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ing. Comercial con mención en negocios y marketing de la Universidad del Pacífico, autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la Universidad según como dictaminan la L.O.E.S. 2010 Art.144

Cuatro copias digitales, de esta tesis de grado quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso suscribe.

  
Ing. Gastón Sandoval



DECANO DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS Y ECONOMIA

Quito, 28 de Marzo del 2013

## **DEDICATORIA**

*A Dios*

*Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.*

*Por haber puesto en mí camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante toda mi vida.*

*A mis padres*

*Porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega.*

*Porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo alcanzar mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera*

*Y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.*

*Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.*

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la  
felicidad*

*En segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia  
Mi padre, mi Madre, y mis dos hermanos,*

*En tercer lugar a mi esposa mi compañera inseparable de cada  
jornada. Ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de  
declive y cansancio, de una u otra forma a estado conmigo en las  
buenas y en las malas*

*Y por último a mis profesores a quienes les debo gran parte de  
mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza.*

*En definitiva mil palabras no bastarían para agradecerles a  
todos su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos  
difíciles, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso  
apoyo, sincero e incondicional.*

# INDICE GENERAL

**PORTADA**

**AUTORIA**

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**INTRODUCCION**

**MACROENTORNO**

**PRODUCTO**

**ESTUDIO DE MERCADO**

**ESTUDIO TECNICO**

**LOGISTICA Y TRAMITOLOGIA DE EXPORTACION**

**INVERSION Y FINANCIAMIENTO**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**CAPITULOS.**

**I**

**II**

**III**

**IV**

**V**

**VI**

**VII**

**PÁGINAS.**

**INTRODUCCION**

Introducción	1
Planteamiento del problema	4
Justificación e importancia	6
Objetivos	7
Diseño de la investigación	8

<b>CAPITULOS</b>	<b>PÁGINAS</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>MACROENTORNO</b>	
1.1	Aspectos económicos 11
1.2	Aspecto sociales 23
1.3	Aspectos Políticos 26
<b>CAPITULO II</b>	
<b>EL PRODUCTO</b>	
2.1	Identificación y origen del producto 29
2.1.1	Origen del producto 31
2.1.2	Características del producto 32
2.1.3	Tipos y variedades 37
2.2	Mora de exportación – España 46
<b>CAPITULO III</b>	
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	
3.1	Planificación estratégica 52
3.1.1	Proceso de planificación estratégica 53
3.1.2.	Objetivo estrategias de proceso 56
3.1.3.	Objetivos competencias del personal 57

3.1.4.	Análisis FODA	59
3.1.4.1	Matriz FODA	61
3.1.5	Las 5 fuerzas de Michael Porter	63
3.2	Descripción del producto	66
3.3	Análisis de la demanda	68
3.3.1.	Comercialización	68
3.3.1.1	Canales de distribución	71
3.3.2.	Precio	72
3.3.3.	Transporte	74
3.3.4.	Proyección de la demanda	75
3.4	Análisis de la oferta	79
3.5	Demanda proyectada a cubrir	82
3.6	Competencia	84
3.7	Posicionamiento	91

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

4.1	Tamaño del proyecto	95
4.2	Localización	100
4.3	Ingeniería del proyecto	109
4.4	Proceso de producción	121
4.5	Requerimientos del proyecto	132
4.5.1	Materia prima	132
4.5.2	Mano de obra	133

4.5.3	Tecnología	138
4.5.4	Desarrollo sostenible del producto	139
4.6	Marco Legal del Proyecto	148
4.6.1	Tipo de compañía	148

## **CAPITULO V**

### **LOGISTICA DE EXPORTACION**

5.1.	Logística: distribución física internacional	161
5.1.1.	Logística	161
5.1.1.1.	Concepto	161
5.2.	Aspectos del comercio internacional que inciden en la logística.	161
5.3	Requisitos de exportación.	163
5.3.1	Exportación a consumo.	163
5.4.	Convenios, documentos y estadísticas	169
5.4.1	Distribución física internacional.	169
5.5.	Condiciones previas para exportación	171
5.5.1	Transporte aéreo y sus tarifas hacia España.	171
5.5.2	Transporte marítimo y sus tarifas hacia España.	172
5.5.3	Incoterms	174
5.5.3.1	FCA (Free Carrier)	174
5.5.4	Envase, empaque y embalaje de la mora para la exportación hacia España.	175
5.5.4.1	Logotipo / Etiqueta de empresa Ecuamorita Forwarding Agent	175
5.5.4.2	Envase.	175
5.5.4.3	Empaque.	177

5.5.4.4	Características empaque.	177
5.5.4.5	Formas de empaque de la Mora para exportación.	178
5.5.5	Embalaje	178
5.5.6	Marcado	181
5.5.7	Estándares Europeos de calidad.	181

## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

6.1.1	Inversiones	183
6.1.2	Activos fijos	185
6.1.3	Activos fijos intangibles	189
6.1.4	Capital de trabajo	192
6.2	Financiamiento	194
6.2.1	Fuentes de financiamiento	194
6.2.2	Estructura de financiamiento	194
6.3	Presupuesto de costos	196
6.3.1	Presupuesto de ingresos	208
6.4	Evaluación financiera y económica	211
6.4.1	Estado de situación	211
6.4.2	Estado de resultados	212
6.4.3	Flujo de caja.	215
6.4.4	Valor actual neto.	217
6.4.5	Tasa interna de retorno.	218
6.4.6	Periodo de recuperación de la inversión.	220

6.4.7	Punto de equilibrio.	220
-------	----------------------	-----

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1	Conclusiones	224
7.2	Recomendaciones	227

<b>BIBLIOGRAFIA</b>		228
---------------------	--	-----

### **INDICE DE CUADROS**

### **INDICE DE GRAFICOS**

### **INDICE DE CUADROS**

<b>CUADROS</b>		<b>PÁGINAS</b>
CUADRO Nro. 1	PRODUCTO INTERNO BRUTO	14
CUADRO Nro. 2	ECUADOR: TASAS DE CRECIMIENTO PRODUCTO INTERNO BRUTO	14
CUADRO Nro.3	ECUADOR: OTROS INDICADORES MACROECONOMICOS.	15
CUADRO Nro. 4.	EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO ECUATORIANO.	18
CUADRO Nro.5	MORA VALOR NUTRICIONAL	35

CUADRO No.6	PRINCIPALES EXPORTACIONES DE MORA ECUATORIANA AÑO 2012.	70
CUADRO No.7	PRECIO DE LA MORA (USD \$) AÑO 2012	74
CUADRO No.8	POBLACION DE ESPAÑA	76
CUADRO No.9	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MORA	77
CUADRO No.10	POBLACION DE ESPAÑA PROYECCION	77
CUADRO NO.11	PROYECCIÓN DEL CONSUMO POTENCIAL DE MORA, UTILIZANDO EL CONSUMO PÈR CÁPITA DE MORA	78
CUADRO No.12	CONSUMO NACIONAL ESTIMADO DE MORA EN ESPAÑA.	79
CUADRO NO.13	EXPORTACION DE MORA AL MERCADO ESPAÑOL	80
CUADRO No.14	DEMANDA PROYECTADA A CUBRIR.	82
CUADRO Nro.15	NIVEL DE PARTICIPACION A CUBRIR.	83
CUADRO No.16	081020.00.00: MORA	90
CUADRO No.17	MATRIZ MACRO LOCALIZACIÓN.	104
CUADRO No.18	ORGANIGRAMA PROPUESTO.	110
CUADRO No.19	PARAMETROS TECNICOS DE CULTIVO.	125
CUADRO No.20	RENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN TN/HA.	125
CUADRO No21	TARIFAS MARITIMAS.	173
CUADRO No22	CONTENEDOR REFRIGERADO	173
CUADRO No25	TIPO DE ENVASE PARA EL PROYECTO.	176
CUADRO No.26	EMPAQUE Y ENVASE.	178
CUADRO No. 27	INVERSIÓN TOTAL.	185
CUADRO No. 28	INVERSIÓN FIJA.	185
CUADRO No. 29	CONSTRUCCIONES	186
CUADRO No. 30	MAQUINARIA Y EQUIPO.	187

CUADRO No. 31	UTENSILIOS Y ACCESORIOS.	187
CUADRO No. 32	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.	188
CUADRO No. 33	EQUIPOS DE OFICINA.	188
CUADRO No. 34	MUEBLES Y ENSERES.	189
CUADRO No. 35	TERRENO.	189
CUADRO No. 36	INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.	190
CUADRO No. 37	GASTOS DE ORGANIZACIÓN.	191
CUADRO No. 38	GASTOS DE PATENTES.	191
CUADRO No. 39	CAPITAL DE TRABAJO.	193
CUADRO No. 40	ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.	194
CUADRO No. 41	TABLA DE AMORTIZACIÓN.	196
CUADRO No. 42	COMPRAS.	197
CUADRO No. 43	MATERIALES DIRECTOS.	198
CUADRO No. 44	MANO DE OBRA DIRECTA.	198
CUADRO No. 45	INSUMOS.	199
CUADRO No. 46	MANO DE OBRA INDIRECTA.	200
CUADRO No. 47	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	200
CUADRO No. 48	SEGUROS.	201
CUADRO No. 49	DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.	202
CUADRO No. 50	AMORTIZACIÓN.	202
CUADRO No. 51	GASTOS ADMINISTRATIVOS.	203
CUADRO No. 52	GASTOS DE COMERCIALIZACION.	204
CUADRO No. 53	GASTOS FINANCIEROS	205
CUADRO No. 54	COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1.	206

CUADRO No. 55	COSTOS DE COMERCIALIZACION PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO.	207
CUADRO No. 56	PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO.	210
CUADRO No. 57	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 2013 EN DÓLARES.	212
CUADRO No. 58	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.	214
CUADRO No. 59	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.	216
CUADRO No. 60	VALOR ACTUAL NETO EN DÓLARES.	218
CUADRO No. 61	TASA INTERNA DE RETORNO.	219
CUADRO No. 62	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.	220
CUADRO No. 63	ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES.	222

### **INDICE DE GRAFICOS**

<b>GRAFICOS</b>	<b>PÁGINAS</b>	
GRAFICO No. 1	INDICE DE TERMINOS DE INTERCAMBIO ITI.	15
GRAFICO No. 2	EVOLUCIÓN DE LA POBREZA EN EL ECUADOR PERIDO 2005 – 2010.	24
GRÁFICO No. 3	MORUS ALBA.	38
GRÁFICO No.4	MORUS NIGRA.	40
GRÁFICO No.5	CORTEZA DE UN ARBOL DE MORA ROJA.	42
GRÁFICO No.6	RUBUS GLAUCUS.	44
GRÁFICO No.7	MORUS NIGRA	45
GRÁFICO No.8	MORA DE CASTILLA	46

GRÁFICO No.9	ESQUEMA F.O.D.A.	62
GRAFICO No.10	CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER.	64
GRAFICO No.11	CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER.ECUAMORITA	65
GRÁFICO No.12	PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE MORA.	69
GRÁFICO No.13	PROYECCIÓN OFERTA DE MORA ECUATORIANA AL MERCADO ESPAÑOL.	81
GRÁFICO No.14	LOGOTIPO ECUAMORITA	92
GRÁFICO No.15	GENTE ESPAÑA.	92
GRÁFICO No.16	PENSAR	92
GRÁFICO No.17	UBICACIÓN DE LA PLANTA.	105
GRÁFICO No.18	DISTRIBUCION DE LA PLANTA.	106
GRAFICO Nro.19	REMUNERACIONES	112
GRÁFICO No.20	PRODUCCION DE MORA	122
GRÁFICO No.21	MANEJO DE LA MORA DE CASTILLA	124
GRÁFICO No.22	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCION DE MORA.	126
GRAFICO Nro.23	FLUJOGRAMA DE POST-COSECHA.	128
GRAFICO Nro.24	DISEÑO	175
GRAFICO Nro.25	CONTENEDOR.	176
GRAFICO No.26	ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES.	223

## INTRODUCCION

Por ser la mora uno de los principales cultivos de la Sierra ecuatoriana a nivel de pequeño productor, el Instituto de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) realizó un estudio para evitar las pérdidas pos cosecha en la fruta.

En la actualidad en el país hay 5.247 hectáreas sembradas, repartidas en un 50% en la provincia del Tungurahua, 30% en Bolívar, 15% en Cotopaxi y 5% en otras provincias, de las cuales se pierde del 17 al 20% del producto por mal manejo.

En el mundo hay aproximadamente 300 especies de moras, muchas de ellas son comestibles y tienen buena aceptación comercial. Existen varias especies de Rubus cultivadas en el Ecuador, sin embargo, la de mayor importancia en nuestro país es *Rubus glaucus* (Mora de Castilla) y *Rubus lanciniatus* (variedad brazos) (Ferrucci, 1996).

La variedad brazos de la especie *Rubus lanciniatus*, se desarrolló en la Universidad de Texas A&M y se la describe como una variedad de alta calidad con racimos grandes y firmes, son frutas dulces y jugosas, es una de las principales variedades en las plantaciones comerciales de mora y se desarrolla más en el Sur debido a su resistencia a enfermedades (Whealy, 2001).

El cultivo de mora en el Ecuador se desarrolla en un clima templado, los requerimientos climáticos del cultivo en el país se encuentran en los valles del Callejón Interandino en las estribaciones de la sierra, al ser un país donde las estaciones no son marcadas, se

puede producir mora durante todo el año, lo que incentiva a muchos agricultores a cultivar este fruto (Molina, 2003).

El cultivo no presenta mayores problemas cuantificables, sin embargo las plagas y enfermedades siempre se pueden presentar a lo largo de la producción. Normalmente, se puede prevenir con agroquímicos, sin embargo, es mejor tener una producción libre de químicos, existen diferentes prácticas culturales, las cuales ayudan a prevenir las enfermedades como son las podas y deshieras, para la mora, es esencial realizar podas ya que de esta labor depende la producción y la sanidad del cultivo (Molina, 2003).

La plaga de importancia económica es la “mosca de la fruta” (*Anastrepha* sp.). Si no se controla a tiempo, el fruto infestado no se logra vender en fresco, se puede controlar con prácticas culturales, como trampas con proteína hidrolizada, o enemigos naturales como los de la especie *Doryctobracon* (Ponce, 2004)

Es importante señalar que el grupo de las bayas, a la cual pertenece la mora, se encuentran entre las más delicadas por tratarse de frutas suculentas con un gran contenido de agua, es por esto, que se requiere de un manejo cuidadoso al momento de la cosecha, la manipulación excesiva y el sobrepeso en el sistema de empaque, debido a la estructura de la fruta, generan daños y por lo tanto pérdidas al productor, además, en zonas de altas temperaturas es importante realizar el transporte en camiones refrigerados para tratar de preservar la turgencia de la fruta. Normalmente, el fruto aplastado por malas labores de pos cosecha, se lo vende a procesadores donde se realiza pulpa de mora o mermeladas, aunque el precio es inferior al de la fruta fresca, esto evita pérdidas por desecho (Castro, 2005).

En Ecuador existen varias zonas de producción de mora, siendo las provincias más importantes Tungurahua, Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha e Imbabura.

La mora tiene una gran aceptación en el mercado mundial, de acuerdo a un reporte del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, en el año 2005, se señala que este país es el principal productor a nivel mundial y alcanza una producción interna de 65 mil toneladas métricas al año (TM/año), que constituyen el 42% de la producción mundial, seguido de regiones como Europa, 47 mil TM/año y Asia, 29 mil TM/año, con el 31% y 19% respectivamente, América del Sur tiene una producción de 7 mil TM/año que representa el 5% de la producción mundial, el 3% restante se encuentra en América Central, África y Oceanía (Strik, 2007).

El mercado de esta fruta es muy amplio e interesante para la producción nacional, en nuestro país se tiene un clima favorable y se obtienen buenos rendimientos, este cultivo tradicional tiene grandes expectativas en el futuro ya que, es un fruto de gran aceptación por los consumidores tanto nacionales como extranjeros por sus propiedades medicinales y alimenticias.

Entre sus propiedades nutricionales cabe destacar sus altos contenidos de vitamina C y fibra. Se ha descubierto que la mora, es la fruta que mayor actividad antioxidante posee. La mora negra posee una actividad antioxidante más de cuatro veces superior a la fruta que hasta ahora se creía que poseía el mayor nivel de actividad antioxidante: la frutilla.

La mora posee 840 miligramos de vitamina C por cada 100gr de fruta, lo que hace que sea que su capacidad antioxidante sea alta comparando con los 193 miligramos que tiene la frutilla”

(Nazareno 2007). Estas propiedades hacen que la mora sea útil para prevenir enfermedades infecciosas y alteraciones de la piel. Según la Oregon Raspberry & Blackberry Commission la semilla de la mora presenta altos contenidos de los aceites oleico, linoleico, linolénico que tienen efecto en la prevención de enfermedades del corazón y cáncer, además de ser una fruta utilizada en dietas adelgazantes por su bajo contenido en calorías (2008).

La mora al granel se comercializa en el Ecuador a través de los mercados tradicionales ubicados en las diferentes ciudades de las provincias donde se produce esta fruta. Lamentablemente no existen estadísticas del volumen de ventas en cada uno de estos sitios, también existe la comercialización directa entre el productor y las industrias que desarrollan diferentes productos en base a esta fruta.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Ecuador la necesidad de ingresar con más y nuevos productos a los competitivos mercados mundiales nos conlleva a fortalecer las exportaciones de nuestro país introduciendo al mercado mundial productos con altos niveles de competitividad en cuanto a precio y calidad del producto.

La realidad del país en estos momentos en cuanto a variedad de productos para la exportación nos indica que el Ecuador no cuenta con una gama de alternativas de productos para la exportación es por esto se cree conveniente el fortalecimiento de las exportaciones de productos no tradicionales.

La falta de productos competitivos para la exportación sumada a la falta de Políticas adecuadas que estimulen a nuestras industrias y productores al fortalecimiento de esta

actividad puede producir en un determinado tiempo una recesión en la industria, a la vez produciría una pérdida de interés por parte de todo el sector productivo por la búsqueda de nuevos mercados.

Por ende se debe incursionar en nuevos mercados con un mayor potencial de clientes mediante la diversificación de productos ya sean tradicionales o no tradicionales que nos permitan competir en precio y calidad.

Por estos motivos mencionados escogido uno de productos no tradicionales para su promoción e incentivo a la exportación como lo es la mora.

La mora ha sido una fruta casi silvestre y de producción artesanal, hasta hace unos pocos años en que el mercado nacional y la posibilidad de exportaciones han incidido para que se la cultive comercialmente.

El cultivo se ha extendido a casi toda la serranía, con buenas posibilidades, en especial bajo invernadero, en donde se pueden obtener buenos rendimientos y sobre todo calidad.

El Ecuador exporta esta fruta a los mercados del hemisferio norte con buenas perspectivas de incremento de volúmenes, un aspecto que todavía no se ha explotado en el Ecuador, es la posibilidad de la extracción de calcio, por el altísimo contenido de este mineral que tiene la fruta..

Las zonas de mayor aptitud para este cultivo se ubican en el callejón interandino son : Mira, Otavalo, Cotacachi, Puenbo, Salcedo, Pillaro, Ambato, Patate, Guamote, Biblian, Cuenca.

## **2. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA**

El presente estudio tiene por objeto establecer la pre factibilidad de realizar exportaciones de mora al mercado español.

La finalidad del estudio es la de incrementar la exportación de la mora puesto que es un producto muy poco conocido por nuestros productores y los mercados mundiales, por lo que se desea que este producto llegue a competir en el mercado español en calidad y precio.

Este estudio busca determinar la forma que se procederá a realizar la exportación en cuanto a trámites, logística, procedimientos, abastecimiento, canales de distribución, etc.

Además se quiere determinar a través de este estudio la demanda de consumo y si el mercado meta es abastecido por empresas locales.

Otro de los puntos importantes que mediante el estudio se desea conocer cuáles son las ventajas de realizar dicha exportación en otras palabras si el proyecto es rentable.

La constante demanda por parte de mercados europeos y norteamericanos a ciertos productos ha venido impulsando la diversificación de exportaciones, mediante la promoción de cultivos no tradicionales, para lo cual se ha identificado una serie de productos llamados exóticos.

Dentro de estos productos se encuentran varias frutas nacionales como la mora, la misma que está siendo introducida paulatinamente en el mercado internacional, principalmente por su sabor y características medicinales que la hacen muy atractiva para su mercadeo y

comercialización es aquí donde radica la importancia para la exportación de este producto no tradicional al mercado extranjero.

Debido a que la producción de mora se ha venido dando en forma silvestre, su consumo en nuestro medio ha sido restringido y en pequeñas cantidades por estas determinantes se prevé que la producción se la realizará en invernaderos ubicados en el Valle del Chota en la parte Noroeste de la ciudad de Ibarra.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo General**

Desarrollar un Forwarding Agent ECUAMORITA: Departamento de negociaciones de productos no tradicionales con la Unión Europea, caso particular mora a España.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

1. Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda actual y los principales exportadores de la mora para el mercado español así como tener un conocimiento del mercado insatisfecho de este producto.
2. Determinar la principales zonas geográficas del Ecuador donde se realiza el cultivo y cosecha de la mora con calidad de exportación; y los volúmenes de producción necesarios para la exportación

3. Identificar las mejores formas de transportar la mora para que llegue de optima manera al mercado español.
4. Determinar los principales canales de distribución en el mercado de destino para la comercialización de la mora.

#### **4. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.**

##### **4.1 METODOLOGIA**

El presente trabajo desarrollará una investigación científica, pues en todo el proceso se obtendrá los resultados mediante procedimientos metódicos, donde se utilizará la reflexión, los razonamientos lógicos y la investigación, que responderá a una búsqueda intencionada, para lo cual se delimitarán los objetivos y se prevendrán los medios de indagación necesarios para el éxito del proyecto a desarrollar.

Cabe señalar que el universo de estudio es el mercado europeo y el área geográfica de los principales productos no tradicionales del Ecuador.

##### **4.2 MÉTODOS**

Se procederá a emplear los siguientes métodos:

**4.2.1 EL MÉTODO ANALÍTICO:** Al establecer fundamentos, detalles pensamientos de varios autores con el objeto de llegar a la verdad del problema planteado.

“A través de este método se efectuará el análisis de las bases teóricas y procesales que sirven de sustento para el desarrollo del tema investigado, por lo que, se recurrirá al estudio de las

citas bibliográficas que contienen la síntesis de los datos de varios autores que se han tomado como referencia.”<sup>1</sup>

**4.2.2 EL MÉTODO DEDUCTIVO:** Permitirá establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales.

Esto permite indagar en los aspectos genéricos relativos a la investigación, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse, esto es, los parámetros teóricos y normativos que den soluciones requeridas.

### **4.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN E INSTRUMENTOS:**

Como el objeto de obtener información que apoye la investigación científica del problema examinando, se acudió a la técnica del fichaje, puesto que se ha convertido en verdadero cimientamiento cuya finalidad es retener toda información que llega a la memoria para utilizarla en el momento adecuado.

## **4.6 RECOLECCION DE DATOS**

### **4.6.1 Análisis cuantitativo y cualitativo.**

Los datos que se pueden obtener en una investigación dependen del tipo de variable que se observa. Por lo tanto, si las variables son cualitativas, el análisis deberá efectuarse al mismo nivel de los datos aportados por la observación y segundo, se evitarán artificios matemáticos cuantitativos que sólo podrán proporcionar ilusión de exactitud.

---

<sup>1</sup>RON, Francisco, “Metodología de la Investigación”, ED. Escuela Politécnica Nacional, Pág. 35, Quito, 2001

#### **4.7 TRATAMIENTO Y ANALISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS**

Los datos serán organizados metodológicamente, de acuerdo a los requerimientos que se necesitan para la investigación.

Por otro lado, los datos numéricos se procesarán para tener la mas clara y rápida comprensión de los hechos estudiados, y, con ellos se construirán cuadros estadísticos, gráficos, etc. de tal manera que sinteticen sus valores y se pueda, a partir de ellos, extraerse enunciados de índole teórica, ya sea agrupando, relacionando y/o analizando los datos, para obtener generalizaciones empíricas, su análisis precisa un conjunto de transformaciones:

1. Evaluar los datos: su calidad, cantidad y fuentes. Supone: no considerar datos no comprobados o no significativos y añadir otros más importantes; suprimir respuestas carentes de sentido o inoportunas.
2. Editar los datos: exige que sean: precisos y completos; consistentes, que sean organizados, codificados en unidades de medida uniformes; ordenados, que facilite la clasificación y tabulación.

Puede darse el caso que exista información que sea difícil de asignar a una categoría predeterminada, y, sin embargo, sea importante el cómo fue recogida, esto da lugar a una información difusa, este tipo de datos habrán de ser considerados como una subcategoría.

# **CAPITULO I**

## **MACROENTORNO.**

El análisis del macroambiente se refiere al conocimiento y determinación específica del entorno macroeconómico y del impacto presente y futuro de las tendencias y circunstancias económicas, políticas, socio-culturales, tecnológicas que influyen de manera importante en el sistema de cualquier empresa, son fuerzas que no pueden ser controladas por los gerentes de éstas.

Para el presente estudio se tomara en cuenta los factores o aspectos que tienen mayor incidencia para la Empresa de exportación de mora al mercado español.

### **1.1 ASPECTOS ECONOMICOS**

"Los factores económicos son los que afectan al poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos."<sup>2</sup>

Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento, y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo, el primer valor que debemos tener en consideración es frente a quién nos comparamos, o a

---

<sup>2</sup> STANTON, William, "Fundamentos de Mercadotecnia", pág. 82, Ed. Mc. Graw Hill, México, 2009

que sociedad tomaremos como punto de referencia de un modelo ideal de crecimiento y desarrollo, para esto debemos considerar que el crecimiento no necesariamente está ligado al desarrollo, ya que el desarrollo incluye aspectos inmateriales como son la libertad de pensamiento, de religión, intelectual, cultural, acceso a la información y opinión pública, para tener una idea más clara por ejemplo China tiene altos índices de ahorro, ingreso per cápita y de consumo, un excelente acceso a la educación en todos los niveles, pero su propia constitución de 1975 la describe como "Estado socialista de dictadura del proletariado", por lo que muchas de las libertades normales en cualquier país occidental son limitadas o prohibidas para cualquier ciudadano chino.

También para calificar de desarrollada a una nación debemos incluir aspectos materiales de acceso a niveles mínimos de bienes y servicios de calidad; una medida homogénea que captura el bienestar de una nación al menos en lo relacionado a los aspectos materiales es el Producto Interno Bruto, que mide el valor de los bienes y servicios finales producidos al interior de una economía en un año determinado. En términos per cápita, el PIB es considerado como la medida de desarrollo económico, y, por tanto su nivel y tasa de crecimientos son metas por sí mismas. Si bien el PIB per cápita es una medida del desarrollo, hay que tener cuidado en no interpretarlo como el desarrollo, el desarrollo requiere que el progreso económico no alcance sólo una minoría. La pobreza, desnutrición, salud, esperanza de vida, analfabetismo, corrupción deben ser eliminadas para un adecuado desarrollo. No obstante estas características se obtienen generalmente de forma natural cuando la renta per cápita aumenta.

También es necesario tener claro el concepto que el PIB per cápita es un coeficiente del PIB versus el número de habitantes de un país, lo que claramente no implica que si el PIB per

cápita de un país es de USD 5,000 todos los habitantes de ese país reciben esa cantidad de riqueza, con respecto al nivel, un bajo nivel per cápita es un indicador de subdesarrollo, y para facilitar la comparación entre países a menudo se los convierte a una unidad común. Países con un bajo nivel per cápita en general tienen una gran población, pero para establecer los aspectos del desarrollo de un país hay que considerar algunos aspectos relacionados a la medición misma del ingreso, el cual en países subdesarrollados tiende a ser sub reportado con el objetivo de evitar cargas tributarias, o tiende a contener una gran proporción de consumo propio el cual es más difícil de medir, al utilizar una unidad común como método de comparación entre países trae consigo un problema de estimación de precios de bienes y servicios no comerciados internacionalmente, en forma general los precios de los bienes y servicios no transables son más bajos en los países subdesarrollados

## **PRODUCTO INTERNO BRUTO**

Los factores o variables económicos son de fundamental importancia para el análisis situacional de la Empresa dado que inciden no sólo en el tamaño y atractivo de los mercados que la entidad atiende, sino en la capacidad de ésta para atenderlos rentablemente. "Los factores económicos son los que afectan al poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos."<sup>3</sup>

El Producto Interior Bruto (PIB) de Ecuador aumentó en 2012 un 7,78% de un 3.58 % por ciento, uno de los mayores indicadores de la región, pese a la crisis financiera mundial que se desató a finales del año pasado.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> STANTON, William, "Fundamentos de Mercadotecnia", pág. 82, Ed. Mc. Graw Hill, México, 2007

<sup>4</sup> BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, "Informes de Coyuntura", Quito, 2011

### CUADRO No. 1

#### ECUADOR: PRODUCTO INTERNO BRUTO

	2011	2012
Producto interno bruto (PIB)	24.983.318	26.928.190
Importaciones de bienes y servicios	12.084.950	12.167.918
<b>Total oferta final</b>	<b>37.068.268</b>	<b>39.096.108</b>
Gasto de consumo final total	19.617.529	20.730.551
Gobierno general	2.280.442	2.374.512
Hogares residentes	17.337.087	18.356.039
Formación bruta de capital fijo	7.256.739	8.146.591
Variación de existencias	1.342.513	639.867
Exportaciones de bienes y servicios	8.851.487	9.579.099
<b>Total utilización final</b>	<b>37.068.268</b>	<b>39.096.108</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Autor

### CUADRO No. 2

#### ECUADOR: TASAS DE CRECIMIENTO PRODUCTO INTERNO BRUTO

	2011	2012
Producto interno bruto (PIB)	3,58	7,78
Importaciones de bienes y servicios	16,29	0,69
<b>Total oferta final</b>	<b>7,41</b>	<b>5,47</b>
Gasto de consumo final total	6,90	5,67
Gobierno general	1,42	4,13
Hogares residentes	7,67	5,88
Formación bruta de capital fijo	10,24	12,26
Exportaciones de bienes y servicios	2,28	8,22
<b>Total utilización final</b>	<b>7,41</b>	<b>5,47</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Autor

### CUADRO No. 3

#### ECUADOR: OTROS INDICADORES MACROECONOMICOS

	2011	2012
PIB (per cápita, dólares corrientes)	4.082	4.578
PIB (per cápita, dólares de 2000)	1.759	1.870
Población miles de habitantes (2)	<b>14.205</b>	<b>14.404</b>

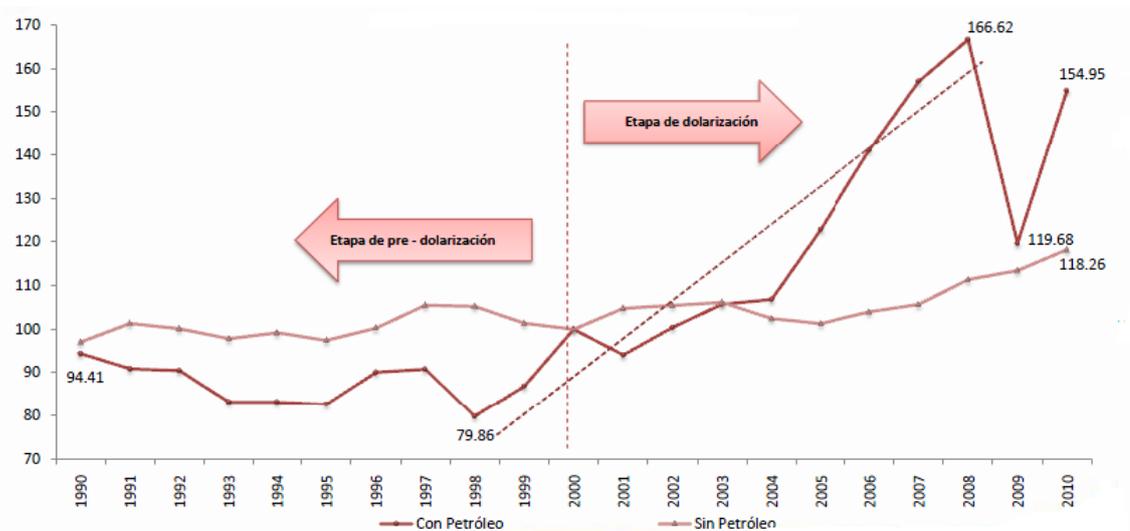
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Autor

### Índice de Términos de Intercambio ITI

Es importante mencionar que el desarrollo del Índice de Términos de Intercambio ITI, verifica la importancia que ha tenido el petróleo en las relaciones bilaterales y multilaterales del Ecuador con el resto del mundo. Gracias al petróleo, es decir a partir de la dolarización ha existido un incremento del 108.6 %. Tal como lo muestra el siguiente gráfico.

### GRAFICO No. 1

#### Índice de Términos de Intercambio ITI



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Autor

## **BALANZA DE PAGOS**

Las exportaciones "tradicionales" ecuatorianas, en las que se incluye el banano, el camarón y las flores, entre otros, aumentó en un 11,7%, y las "no tradicionales" crecieron un 11%.

El rendimiento económico obedece, principalmente, a los altos precios del petróleo en el mercado internacional, lo que supuso un aumento de ingresos para Ecuador, el quinto productor de crudo en América.

Las exportaciones petroleras el año pasado alcanzaron ingresos por 11.673 millones de dólares, lo que representó un incremento del 40 por ciento, respecto a los 8.329 millones que facturó en el 2011.

Las exportaciones "tradicionales" ecuatorianas, en las que se incluye el banano, el camarón y las flores, entre otros, aumentó en un 11,7%, y las "no tradicionales" crecieron un 11%.

La balanza comercial de Ecuador en el año 2012 registró un superávit del 8,6 por ciento, básicamente asociado a los ingresos de las exportaciones petroleras y al dinamismo observado en las no petroleras, no obstante, la balanza de pagos sufrió el impacto de la crisis con la caída del precio del crudo en los últimos meses del año pasado, así como un retroceso en el ingreso de las remesas que envía los emigrantes ecuatorianos desde el exterior.

El flujo de remesas se redujo en 8,6 por ciento, especialmente en el año 2008, cuando ese indicador llegó a 3.087,9 millones de dólares, sobre la inflación, el informe del Banco Central recuerda que en 2012 cerró en 8,83 por ciento, superior frente al índice promedio

internacional de 6,61 por ciento, el desempleo aumentó al 7,5 por ciento el año pasado, índice superior al 6,3 por ciento, mientras que el empleo precario o subempleo se situó en 2012 en 45,13 por ciento, frente al 38,87 por ciento del año precedente.

El índice de ocupación plena, de la Población Económicamente Activa (PEA) ecuatoriana, llegó en 2012 a 48,37 por ciento, ligeramente superior al 48,17 por ciento de 2011, precisa el informe económico del Banco Central.

Otro factor importante en la economía ecuatoriana es la reducción de la tasa inflacionaria anual, la misma que, a diciembre de 2012, registra un valor de 3.33%, que representa una disminución de casi un punto porcentual con respecto al mismo período del 2012. Esta marcada tendencia a la disminución del ritmo de crecimiento de los precios se explica por el descenso del costo de los insumos internacionales que impactaron desde noviembre de 2011 y a un descenso en la producción nacional.

## **EL PANORAMA ECONÓMICO PARA ECUADOR EN EL 2013**

A pesar de la inestable situación política que vive el Ecuador con el anuncio de una consulta popular, que no solo ha dividido a los sectores políticos sino también a los propios oficialistas, la economía parece seguir la ruta marcada desde el año pasado. Según los expertos, uno de los factores que contribuirá a esta estabilidad es el alto precio del petróleo que al momento bordea los USD 90 a 103 por barril. Incluso el propio Gobierno reconoce que este es el eje que moverá las finanzas este año.

Según los cálculos estatales, el crecimiento del país en el 2013 será del 5,1%. “La exitosa renegociación de los contratos petroleros, las nuevas inversiones que llegarán amparadas en el Código de la Producción, y los efectos de la inversión realizada por el Estado nos hacen prever que terminaremos el año con un gran crecimiento.<sup>5</sup>. Tal como lo indica el siguiente cuadro, así:

**CUADRO No. 4**  
**EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO ECUATORIANO**  
**MARZO – MAYO 2012**

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Mayo-07-2012	97.95 USD
Mayo-04-2012	98.49 USD
Mayo-03-2012	102.54 USD
Mayo-02-2012	105.22 USD
Mayo-01-2012	106.16 USD
Abril-30-2012	104.87 USD
Abril-27-2012	104.93 USD
Abril-26-2012	104.62 USD
Abril-25-2012	103.70 USD
Abril-24-2012	103.16 USD
Abril-23-2012	102.66 USD
Abril-20-2012	103.05 USD
Abril-19-2012	102.27 USD
Abril-18-2012	102.67 USD
Abril-17-2012	104.20 USD
Abril-16-2012	102.93 USD
Abril-13-2012	102.83 USD
Abril-12-2012	103.64 USD
Abril-11-2012	102.70 USD
Abril-10-2012	101.02 USD
Abril-09-2012	102.46 USD
Abril-05-2012	103.31 USD
Abril-04-2012	101.47 USD
Abril-03-2012	104.01 USD
Abril-02-2012	105.23 USD
Abril-01-2012	103.02 USD
Marzo-31-2012	103.02 USD
Marzo-30-2012	103.02 USD
Marzo-29-2012	102.78 USD
Marzo-28-2012	105.41 USD

Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaboración: Autor

<sup>5</sup> DIRECCION NACIONAL DE HIDROCARBUROS, “Informes de Gestión”, Pág. 23, Quito, 2011

Estas perspectivas superan las previstas por la Comisión Económica de Naciones Unidas para América Latina (CEPAL), que fijó el porcentaje de crecimiento en 3,5%, mientras que en el 2011, el crecimiento fue del 4,6%, según el balance oficial del Régimen, estas previsiones señalan que la inflación se mantendrá en el mismo rango del año pasado, es decir entre 3 y 4%. Sin embargo, la situación final estará atada a la permanencia de los precios del crudo, además, el Ecuador es uno de los países del mundo que más optimismo tiene en materia económica. Esto se debe, según los resultados del estudio, a la mejoría de la situación económica de los sectores tradicionalmente marginados, esto se ha logrado con la aplicación de nuevas políticas sociales, y a una mejor distribución de la riqueza, esto determinó que Ecuador se ubique entre los países que ven sus perspectivas económicas con “muchas expectativas” y menos pesimismo.

## **INVERSIÓN EXTRANJERA**

Uno de los mayores obstáculos que ha enfrentado el Gobierno en los últimos años ha sido la reducción y casi eliminación de la inversión extranjera, esta crisis se ha producido por la inestabilidad política y los continuos cambios “en las reglas de juego”.

Una muestra de ello fue la eliminación de los tratados de protección de inversiones que Ecuador mantenía con 13 países del mundo. Entre ellos, Gran Bretaña, Estados Unidos, China, Canadá.

Además, considera que este problema no solo afecta a los inversionistas externos, sino a los nacionales también, que temen que sus empresas se vean afectadas por la falta de seguridad jurídica.

Este tipo de inestabilidad se ha evidenciado en la propuesta de renegociación de los contratos petroleros, en los cuales solo 10 empresas de las 17 que operaban en el país seguirán trabajando, según informó el Régimen.

De acuerdo con el nuevo modelo de contrato establecido por el Gobierno, las empresas pasan a ser prestadoras de servicios y a recibir una tarifa fija por ello, mientras que el dueño legal del petróleo es el Estado.<sup>6</sup>

De esta forma toda subida del valor del crudo redundará en beneficio del Gobierno, cuyo objetivo con todo el proceso era recaudar más y obligar a las compañías a elevar la inversión. Esto significará un incremento de los ingresos del país de más de 2.100 millones de dólares. Otro eje de inversión será la explotación de los campos mineros, uno de los contratos más importantes con el Estado es el que firmó la empresa Ecuacorrientes para explotar cobre en la Cordillera del Cóndor. Esto dejará un gran margen de ganancias para el país.

### **Mayor flujo de importaciones**

La reducción de la inversión significará el incremento de las importaciones, especialmente de productos terminados, como enlatados y vestimenta.

A pesar de que el Gobierno trata de poner límites a las importaciones, la balanza comercial seguirá teniendo un déficit en relación a las exportaciones. Esto se evidencia en los altos índices de consumo de la población.

En el 2012 la demanda creció a niveles tan altos que incluso llegó a duplicar a la producción interna. Esto se explicaría en el temor de los empresarios que prefieren importar productos y

---

<sup>6</sup> GESTION, mes de septiembre, Quito, 2012

venderlos a tener que producirlos ellos mismos, porque eso implicaría invertir en infraestructura y en materia prima.

Luego, los productos primarios importados, como el trigo, la soya y algunos granos tendrán un incremento en su precio, pero no repercutirá directamente en la inflación ni en el aumento del valor de la canasta básica familiar.

Un ejemplo de este crecimiento fue el mercado vehicular. En el 2010 se vendieron 112.000 vehículos, en el 2011, la cifra bajó a 92.000 y el año pasado creció a 125.000.

### **Dolarización.**

Desde que se instauró el dólar como moneda de curso legal (9 de enero del 2000), el Ecuador se mostró al mundo como un país atractivo para la inversión. "Ahora con el esquema de cambio fijo ha representado un crecimiento en los costos de producción, restándole competitividad frente a otros competidores como Colombia, que mejoran sus márgenes a través de devaluaciones, lo cual a su vez les permite manejar costos y precios más bajos".<sup>7</sup>

## **PANORAMA COMERCIAL Y DE CONSUMO**

Se tiene una economía abierta para el comercio, la inversión y los flujos de caja. Esta circunstancia debería haber permitido una fuerte inversión externa, tanto real como de capitales, para reactivar la economía y abaratar las tasas de interés. Pero ello no ha sucedido.

---

<sup>7</sup> CORPORACION FINANCIERA NACIONAL, " Anuario", Pág. 320-30, Ed. CFN, Quito, 2012

Mientras tanto, lo que sí ha tomado lugar es una lenta erosión de la producción nacional y de consumo con todas sus consecuencias.

El comercio de un país, tanto de exportación como de importación, no solo está determinado por los precios de los bienes y por el tipo de cambio, este también fuertemente influenciado por canales de comercio previamente establecidos, marcas, facilidades o dificultades para las transacciones como distancias, disponibilidad de transporte, etc.

Por ello sucede que, aunque la dolarización en el Ecuador ha tenido una apreciación de su tipo de cambio real del 36.9% en cuatro años, el nivel de apreciación no ha sido suficiente como para revertir el crecimiento de las exportaciones, aunque sí como para producir un déficit en la balanza comercial.

La devaluación del dólar frente al Euro, al Yen y algunas otras monedas, así como la disminución de la inflación ecuatoriana, pararon en el 2002 y 2003 la rápida apreciación del tipo de cambio real que se tuvo en los dos primeros años de dolarización.

Sin embargo en cualquier circunstancia de relación de tipo de cambio del dólar con las demás monedas, es de esperar que, debido a las diferencias en competitividad entre la economía ecuatoriana y la americana, el tipo de cambio real de “nuestro” dólar llevara la tendencia a apreciarse frente al dólar de los Estados Unidos.

El desbalance en el comercio exterior está altamente determinado por la apreciación del tipo de cambio real, unida a la naturaleza de los productos que exportamos e importamos (salvo el petróleo) y a nuestra baja competitividad.

## **1.2 ASPECTOS SOCIALES**

El entorno cultural está compuesto por instituciones y otros elementos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad.

Las personas, al crecer en una sociedad dada, la cual conforma sus valores y creencias fundamentales, absorben una visión del mundo que define sus relaciones con los demás y consigo mismas, los individuos, los grupos y la sociedad como un todo cambian constantemente en función de lo que consideran formas deseables y aceptables de vida y de comportamiento, la demografía, el estado de vida y los valores sociales pueden influir en una organización desde un entorno externo, para el presente estudio se tomara en cuenta los siguientes factores sociales:

### **a) Niveles de Pobreza**

Las diferencias en la distribución del ingreso en el país son abismales, y se encuentran entre las más altas del mundo. Los principales determinantes del nivel de pobreza en el sector rural ecuatoriano son: el bajo nivel educativo, escaso acceso a la tierra, bajo nivel de integración al mercado, falta de oportunidades de empleo y etnicidad.

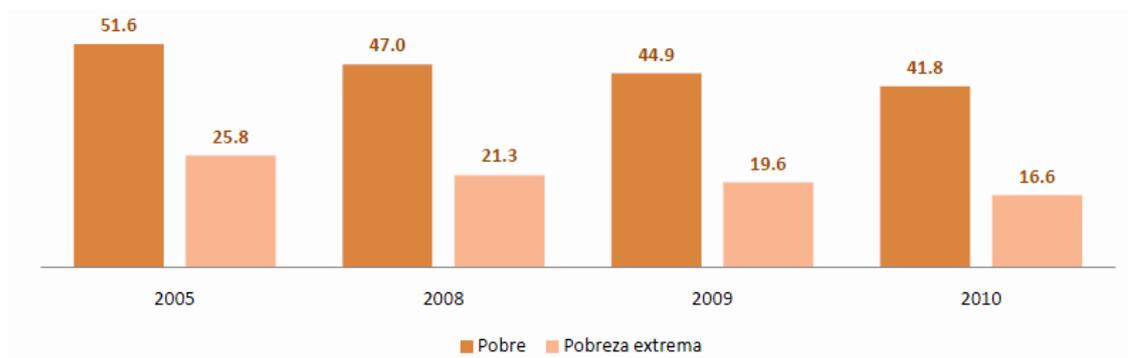
En el Ecuador, el panorama del ajuste estructural se ha caracterizado no solo por el incremento de la pobreza y de las desigualdades sociales, sino también por el conflicto político crónico y el estancamiento económico, Ecuador se ha visto afectado por altos niveles de pobreza, lo que no ha permitido un desarrollo equilibrado y con equidad de la sociedad.

El sector comercial se ha visto afectado ya que el incremento de este fenómeno ha obligado a que varios socios retiren sus ahorros y cierren sus cuentas para utilizar los fondos ahí disponibles, en otros casos han solicitado créditos que con el pasar del tiempo no pueden cubrir y pasan a formar parte de la cartera de morosidad y cartera judicial de las Empresas, marcándose así un alto índice de deudas pendientes de cobro.

Es interesante notar que las Necesidades Básicas Insatisfechas NBI en el Ecuador entre los periodos del año 2005 al 2010 disminuyó en 9.8 puntos.

También la pobreza extrema se redujo en 9.2 puntos extendiendo una variación del año 2005 de 25.8% a 16.6% de año 2010. Tal como lo muestra el siguiente gráfico, así:

**GRAFICO No. 2**  
**EVOLUCIÓN DE LA POBREZA EN EL ECUADOR**  
**PERIDO 2005 - 2010**



Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos  
Elaboración: Autor

Ecuador ocupa el décimo puesto dentro de un ranking de competitividad conformado por 18 países, los que fueron evaluados por aspectos sociales que pueden beneficiar a sus respectivos pobladores.<sup>8</sup>

Desde 2009 un abordaje particular que mide las capacidades que tiene una sociedad para incrementar sus niveles de bienestar y para hacer frente a los desafíos de competitividad en el marco del estado actual de globalización.

Entre los aspectos que miden este ranking están la salud y educación, en los que Ecuador demuestra “avances positivos”.

“Ecuador viene evidenciando niveles de inversión y gasto público que son extraordinarios y redundan en el bienestar para su gente”, dijo el directivo.

Hasta 2012 Ecuador estuvo en el undécimo puesto, pero este año subió un escalón. “Más allá de que Ecuador haya hecho los deberes, está el comportamiento de los demás países y en este caso El Salvador ha tenido problemas de seguridad ciudadana que han bajado su competitividad”, dijo Ricardo Greco.

El ranking lo lidera Chile, con 81.4 puntos sobre 100. Le siguen Panamá (76), México (72.2), Costa Rica (71.8), Uruguay (71.6), Brasil (71.2), Colombia (69.3), Perú (67.6) y Argentina (66.7).

---

<sup>8</sup> GRUPO EDUCATIVO ADEN, “Informes de Gestión”, Pág. 5, Quito, 2012

Atrás de Ecuador están El Salvador (62), Guatemala (60), Paraguay (59.8), Honduras (59.2), República Dominicana (57.8), Nicaragua (57.8), Venezuela (57.7) y Bolivia (54.9).

El ranking se fundamenta en 10 aspectos: cobertura de necesidades básicas, aspectos institucionales, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud, educación, expectativas de la población, competencia en los mercados, eficiencia en las relaciones laborales y acceso a las tecnologías de información.

## **b) Migración**

El apareamiento de florícolas en el sector ha generado fuentes de empleo en el campo, lo que sin duda está impidiendo la migración de los campesinos a la ciudad.

## **1.3 ASPECTOS POLÍTICOS**

En la actualidad el Ecuador practica un modelo de gobierno socialista y un aumento de la inversión del gasto público.

Existiendo medidas de proteccionismo arancelarias para determinados sectores (automotriz, calzado, perfumes, industria, etc.) con el fin de equilibrar la Balanza Comercial

Además existen diferentes medidas económicas y políticas impartidas por el actual Gobierno, así:

La nueva Constitución del año 2008 se centra en cuatro puntos importantes:

- Desarrollo sustentable - sostenible;
- Profundización de los Derechos Humanos y sus garantías;
- Fortaleciendo y recuperación del Estado
- Profundización del régimen democrático.

El actual Estado Ecuatoriano está conformado por cinco poderes estatales: el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Poder Electoral y el Poder de Transparencia y Control Social.

La función ejecutiva está delegada al Presidente de la República, actualmente ejercida por Rafael Correa, elegido para un periodo de cuatro años (Con la capacidad de ser reelecto una sola vez). Es el Jefe de Estado y de Gobierno, es responsable de la administración pública. Nombra a Ministros de Estado y servidores públicos. Define la política exterior, designa al Canciller de la República, así como también embajadores y cónsules. Ejerce la máxima autoridad sobre las Fuerzas Armadas del Ecuador y la Policía Nacional del Ecuador, nombrando a sus autoridades. La esposa del mandatario en funciones recibe el título de Primera Dama de Ecuador.

La Función Legislativa le corresponde a la Asamblea Nacional de la República del Ecuador, elegida para un periodo de cuatro años, es unicameral y está compuesta por 124 Asambleístas (15 por asignación nacional). Es el encargado de redactar leyes, fiscalizar a los órganos del poder público, aprobar tratados internacionales, presupuestos y tributos.

La Función Judicial se delega a la Corte Nacional de Justicia (CNJ), Cortes Provinciales, Tribunales y Juzgados. La CNJ estará compuesta por 21 Jueces para un periodo de nueve años (no podrán ser reelectos) y se renovará un tercio de la misma cada tres años.

El Poder Ciudadano está conformado por El Consejo de Participación Social y Control Ciudadano, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las superintendencias. Sus autoridades ejercerán sus puestos durante cinco años. Este poder se encarga de promover planes de transparencia y control público, así como también planes para diseñar mecanismos para combatir la corrupción, como también designar a ciertas autoridades del país, y ser el mecanismo regulador de rendición de cuentas del país.

El Poder Electoral funciona y entra en autoridad solo cada 4 años o cuando hay elecciones o consultas populares.

## **CAPITULO II**

### **EL PRODUCTO**

El interés de los consumidores se ha desplazado hacia lograr y mantener una buena salud, de esta forma ha aumentado de manera importante la demanda por los alimentos funcionales. Estos alimentos son generalmente aceptados como aquellos que contienen, de forma natural, cualidades beneficiosas para la salud.

Las moras son consideradas en la actualidad como una fuente rica de polifenoles. Los compuestos poli fenólicos presentes mayoritariamente en esta fruta son taninos elágicos y antocianinas. Los compuestos formados a partir de la hidrólisis de taninos elágicos han recibido gran atención, debido a sus importantes actividades biológicas tales como actividad antimutagénica, antiviral, anticancerígena, antitumoral, quimio protectora y antioxidante.

Las antocianinas son los pigmentos más importantes de las plantas vasculares, responsables de colores naranja, rosa , rojo, violeta y azul en las flores y frutos de algunas plantas. Son de importancia tanto en la industria alimentaria como en la nutrición humana, siendo considerados como potenciales reemplazos de colorantes sintéticos.

#### **2.1 IDENTIFICACIÓN Y ORIGEN DEL PRODUCTO**

Crece en terrenos húmedos y se pueden encontrar a 1.500 msnm, la mora de Castilla (*Rubus glaucus*) fue descubierta por Hartw y descrita por Benth. Es originaria de las zonas altas tropicales de América principalmente en Colombia, Ecuador, Panamá, Guatemala, Honduras,

México y Salvador. El género *Rubus* es uno de los de mayor número de especies en el reino vegetal.<sup>9</sup>

Las especies más conocidas son *Rubus idaeus* (frambuesa), *Rubus occidentalis* (mora cultivada) y *Rubus foliosus* (zarzamora), las cuales se cultivan en la zona templada. A partir de 1840 se iniciaron trabajos para obtener variedades con mejores características, las cuales se establecieron principalmente en los Estados Unidos y desde entonces se han generado nuevos genotipos en las zonas templadas. Existen en la actualidad especies del género *Rubus* con espinas y sin espinas con variedades de porte erecto y semierecto. La primera variedad reportada en 1851, se encuentra la *Dorchester* y luego la *Synder*.

Esta especie se encuentra distribuida a nivel mundial, aunque la producción comercial está ubicada en las zonas templadas y en tierras altas del trópico (Agricultura sensitiva, 2001).

Se encuentran diseminadas en casi todo el mundo excepto en las zonas árticas. Mora es el nombre que reciben diversos frutos comestibles de distintas especies botánicas. Son frutas o bayas que, a pesar de proceder de especies vegetales completamente diferentes, poseen aspecto similar y características comunes.<sup>10</sup>

En ocasiones, las distintas moras pueden ser confundidas e incluso obviadas, dado que al usar la palabra mora para hablar de dicha fruta, puede hacerse referencia, simplificando, a dos tipos de bayas procedentes de dos géneros distintos de vegetales con rasgos fenotípicos muy dispares entre sí, el género *Morus* y el género *Rubus*. Ambos géneros dan moras, pero no son la misma fruta, unas vienen de unos árboles comúnmente llamados moreras y morales (que son del género *Morus*), y las otras provienen de unas plantas sarmentosas y espinosas comúnmente llamadas zarzas (que son del género *Rubus*).

---

<sup>9</sup> AGRICULTURA SENSITIVA. 2001. Cultivo de Mora (en línea). Consultado 10 abr. 2010.

<sup>10</sup> AMADOR F. y N. Tijerino. 2005. Insectos y enfermedades asociados al cultivo de mora (*Rubus glaucus*, *enth*) en la sabana Madriz. Trabajo de grado. Universidad Nacional Agraria. Managua, Nicaragua.

No obstante, la diferenciación es en realidad aún mayor, dado que dentro de ambos géneros hay un importante número de especies distintas. En total existen más de 300 especies de moras diferentes. Además, la comercialización de estas bayas ha propiciado la creación de diversas hibridaciones que no existen en la naturaleza.

### **2.1.1 ORIGEN DEL PRODUCTO**

De la mora procede el nombre que se le da al color morado, y por ende, de la mora también procede la palabra moretón o moratón, usada para referirnos al hematoma.

La mora de los pantanos (*Rubus chamaemorus*), también llamada mora ártica, es una fruta de gran tradición en Finlandia, siendo uno de los países donde más usos gastronómicos se le da a esta mora (además de Suecia y Canadá), y donde se consume tradicionalmente junto a un queso local llamado "Leipäjuusto". Tan introducida está esta mora en la cultura finlandesa, que la planta de la mora de los pantanos, con sus flores y frutos, aparece grabada en las monedas de dos euros de este país.<sup>11</sup>

Los productos vegetales continúan respirando después de la cosecha. Durante la respiración hay transpiración (pérdida de agua), producción de CO<sub>2</sub>, reacciones de maduración y senectud, y los vegetales se vuelven más vulnerables al ataque por microorganismos. La

---

<sup>11</sup> BIDWELL, R.G.S. 1993. Fisiología vegetal. A.G.T. Editor. México D.F. México. p 265-375

velocidad de respiración depende de condiciones ambientales como temperatura, composición gaseosa y humedad relativa.<sup>12</sup>

### **Métodos de conservación**

La calidad de frutas y hortalizas depende del manejo y selección postcosecha de los mismos, esto es que hayan sido cosechadas a la madurez óptima, minimizar el daño por manejo, un manejo higiénico, mantener la humedad y temperatura óptimas.

Después de considerar la calidad de la materia prima, los métodos de conservación para frutas y hortalizas frescas más empleados se basan en la disminución de la temperatura y/o en la modificación de la atmósfera que rodea el producto, estas técnicas buscan reducir la IR permitiendo disminuir la pérdida de agua (transpiración), el desarrollo microbiano, la senectud y la maduración y mantener las propiedades sensoriales del producto (sabor, color, textura, etc)

### **2.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

#### **Descripción Botánica de Mora de Castilla (Producto de exportación)**

**Raíz:** Posee una raíz principal pivotante, se puede considerar como una raíz típica, las raíces secundarias no profundizan y se encuentran entre los 10 y 20 centímetros en suelos francos.

---

<sup>12</sup> BOADA, D. 2004. Respuesta del cultivo de protea (Leucadendron híbrido) var. Safari sunset a la aplicación de cinco fitoreguladores de crecimiento en dos épocas de aplicación. Puellaró. Pichincha. Tesis de Grado Ing. Agr. Universidad Central del Ecuador. Quito. Ecuador. p 86

**Tallo:** El tallo es herbáceo recto y se ramifica en secundarios, terciarios, etc.

**Hojas:** Elípticas, oblongas enteras, puntiagudas, de largo pecíolo, cara inferior más clara, alternas, con bordes enteros o discretamente dentado y ondulado.

**Flores:** Blancas, pequeñas, en inflorescencias laterales, de 6-11 milímetros de ancho, de corto pedúnculo, cáliz de cinco partes, lanceoladas, lineales, corola de cinco segmentos lobulados, estambres desiguales, estilo largo simple.

**Semilla:** Son diminutas, de color café claro, pubescentes, cuyo diámetro polar oscila de 1.2 a 1.3 milímetros; el diámetro ecuatorial de 1.0 a 1.1 milímetros. La semilla está clasificada dentro del grupo de las ortodoxas. Una planta bien desarrollada puede llegar a producir hasta 130,000(semillas)

**Fruto:** Baya globosa azul oscuro ó negras cuando están maduras, de 5-7 milímetros de diámetro, de cinco a ocho frutos en gajos, su peso individual es de 0.2 gramos en promedio, cada fruto tiene numerosas semillas diminutas (alrededor de 65 semillas). Una planta bien desarrollada puede llegar a tener hasta 3,600 frutos.

Dadas estas características, el fruto es altamente perecedero por lo que debe hacerse la cosecha una vez que el fruto ha llegado a su madurez comercial es decir color escarlata con suficiente dureza y contextura que eviten que el producto se deteriore.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> GIL M., F. 1995. Elementos de fisiología vegetal. Editorial Mundi Prensa. Madrid. España. p 249-281

## **Descripción**

Desde el punto de vista botánico, la mora es una fruta polidrupa, es decir, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas (o en racimo), dentro de las que se halla una semilla diminuta, perceptible durante su consumo e incluso a veces algo molesta, de forma algo más alargada en las especies de *Morus*, y generalmente más redondeada en las de *Rubus* (aunque depende de la especie), *Rubus glaucus* presenta una forma levemente parecida al de la fresa (ancha por la base terminado en punta).

Su tamaño es diminuto, midiendo entre 1 y 3 cm, dependiendo de la especie. El color varía conforme la mora va madurando, comenzando en un tono blanco verdoso pasando al rojo para finalmente llegar al negro o púrpura oscuro. Aunque no siempre es así, ya que existe alguna que otra excepción como es el caso de la mora que da la especie *Morus alba*, que del verde pasa al blanco y a partir de ahí no varía de color, o como las moras de los pantanos (*Rubus chamaemorus*), ya que el fruto maduro de esta especie es de un color amarillo dorado.

14

Las moras que proceden de especies del género *Morus*, difieren al poseer un rabillo de 0'5 cm aproximadamente, rabillo del que carecen las moras procedentes del género *Rubus*, que al ser retiradas de su planta lo pierden. Además, las moras de *Morus*, al madurar son muy blandas, por lo general más que las de *Rubus*, tanto es así, que suelen manchar tan solo al tacto.

## **Sabor**

Los sabores de las diferentes moras son dispares. Si bien pueden encontrarse algunas similitudes, las moras de las distintas especies presentan sabores característicos y peculiares que son apreciados dentro de la amplia gama de las frutas. El generalizado sabor agradable de

---

<sup>14</sup> SANCHEZ, et al. 2001. La fertilización foliar de los cultivos. Universidad de Alicante. Alicante. España. P 14-16.

las moras varía calificativamente en el gusto de cada uno, no obstante puede decirse que la mora es una baya que sabe bien.

### **Propiedades nutritivas.**

Como la generalidad de las frutas, las moras son fuente de sales minerales y vitaminas, constituyendo así un importante aporte nutricional que podría incluirse en cualquier tipo de dieta. Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso ayudando al metabolismo. Son especialmente ricas en vitamina C, conteniendo cantidades incluso mayores que las de algunos cítricos, hecho por el que las utilizan tanto los navegantes nórdicos como los Inuit americanos como protección contra el escorbuto. También son muy ricas en vitamina A, así como en potasio, aportando además, sobre todo las moras del género *Morus*, fibra alimentaria.

#### **CUADRO No.5**

#### **MORA VALOR NUTRICIONAL**

<b>Mora del género <i>Rubus</i><sup>3</sup></b>	
<b>Valor nutricional</b>	
<b>medio por cada 100 g</b>	
<b>Valor calórico</b>	<b>35,1 Kcal</b>
<b>Glúcidos</b>	<b>6 g</b>
<b>Fibra</b>	<b>9 g</b>
<b>Provitamina A</b>	<b>0,000029 mg</b>
<b>Vitamina C</b>	<b>18 mg</b>
<b>Vitamina E</b>	<b>13,3 mg</b>
<b>Potasio</b>	<b>210 mg</b>

Fuente: SUQUILANDA, M. 1995. Agricultura Orgánica, Alternativa tecnológica del futuro. Fundación para el Desarrollo Agropecuario. Quito. Ecuador. p 43 – 46

Elaboración: Autor

Las concentraciones varían dependiendo de uno u otro género y especie, las moras también contienen antocianos y carotenoides, asociados en diversos estudios a ciertas propiedades consideradas beneficiosas para el organismo.

### **Usos culinarios**

Las moras, como frutas comestibles que son, pueden ingerirse al natural, frescas tal cual las da el árbol o la planta, siendo este su uso culinario más sencillo. Es una fruta básicamente silvestre (aunque también se cultiva), y la facilidad de encontrarla en campos o bosques, la convierte en un manjar común y ocasional. Multitud de especies animales, desde pájaros a roedores, tienen en su dieta todo tipo de moras, y el ser humano no es una excepción.

Las moras también pueden ser procesadas e incluidas en la cocina de muy diversas formas, muy utilizadas como elemento decorativo para todo tipo de platos, además, a nivel industrial multitud de productos la incluyen a su antojo, ya sean yogures, tartas, licores, batidos, helados, gelatinas, etc.

Prueba de ello es la mora de la zarza o zarzamora (g. Rubus), que se ha convertido en una fruta muy popular en pastelería ya sea para la preparación de postres, mermeladas, jaleas y, a veces, zumos, vinos y licores. No obstante, esta no es la única especie usada en la cocina, de hecho se hacen confituras con todos los tipos posibles de moras.

Existen innumerables recetas en cuyos ingredientes entra la mora. Un claro ejemplo de ello es el crumble, pastel tradicional de Inglaterra elaborado con diversas frutas.

## **Cultivo**

Las moras, aunque proceden de especies botánicas básicamente silvestres, pueden ser cultivadas, de hecho se cultivan en diversas zonas a lo largo de toda la geografía mundial con la intención de aprovechar el fruto, aunque a veces se cultiven también especies de género *Morus* con otros fines.

### **2.1.3 TIPOS Y VARIEDADES**

Esta fruta se clasifica de acuerdo a la etapa de la estación en la cual se cosecha (temprana, temprana – media, media, media – final y final), además si son para consumo en fresco se cosechan a mano y si son para procesarse se cosechan con máquina, la cosecha se realiza cuando 90% de la fruta ya está azul.

#### **Tipos de moras**

*Morus*: morales o moreras

- *Morus alba* (mora de la morera o mora blanca)
- *Morus nigra* (mora del moral o mora negra)
- *Morus rubra* (mora "roja")
- *Morus Glaucus* ( Mora de castilla – mora de exportación a España )

Morus alba, morera blanca, moral blanco o, normalmente, Morera,1 es una especie de árbol perteneciente al género Morus, familia de las moráceas. Comúnmente conocidos como moreras, son árboles oriundos de las zonas templadas de Asia, de tamaño pequeño a mediano, pueden ser monoicos o dioicos. De rápido crecimiento cuando son jóvenes, pero más lentos a medida que alcanzan la madurez, no suelen sobrepasar los 15 m.

### **GRÁFICO No. 3**

#### **MORUS ALBA**



Fuente: SUQUILANDA, M. 1995. Agricultura Orgánica, Alternativa tecnológica del futuro. Fundación para el Desarrollo Agropecuario. Quito. Ecuador. p 43 – 46  
Elaboración: Autor

Como todas las moráceas estos árboles contienen en su savia una sustancia llamada látex.

#### **Características**

Presenta hojas alternas, ovales, enteras o lobuladas (en los árboles jóvenes más lobuladas que en los adultos) y de márgenes dentados. De color verde brillante y lustrosas por el haz, más claras por el envés.

Posee pequeñas flores que crecen formando espigas apretadas y alargadas. Tras la floración en primavera surgen los frutos compuestos, formados por pequeñas drupas estrechamente agrupadas, entre 2-3 cm de largo, llamadas moras de color blanco a rojizo. Los frutos de *Morus nigra* y *Morus rubra* son los de mejor sabor, mientras que los de *Morus alba* suelen resultar insípidos.

### **Usos y cultivo**

Las moreras, en especial, la especie *Morus alba* se cultivan por sus hojas, único alimento de los gusanos de seda, cuyos capullos se utilizan para fabricar seda. Tanto el árbol como el tejido proceden de Asia y fueron desconocidos en Occidente hasta que, en el siglo VI, los monjes nestorianos establecieron la ruta de la seda.<sup>15</sup>

Aparte de su uso como árboles de cultivo se utilizan como ornamentales en jardines, paseos y calles.

*Morus nigra*, morera negra o moral negro es una especie de árbol perteneciente a la familia de las moráceas, nativa del sudoeste de Asia, siendo cultivada por tan largo periodo que su rango natural preciso es desconocido.

---

<sup>15</sup> BIDWELL, R.G.S. 1993. Fisiología vegetal. A.G.T. Editor. México D.F. México. p 265-375

## GRÁFICO No.4

### MORUS NIGRA



Fuente: TRINIDAD Y AGUILAR. Fertilización foliar, un respaldo importante en el rendimiento de los cultivos. México DF. México, 2009  
Elaboración: Autor

Es un árbol pequeño deciduo que alcanza 10-13 m de altura. Hojas de 1-2 dm de longitud y 6-10 cm de ancho (llegando a 23 cm de largo en brotes vigorosos). El fruto comestible es negro púrpura, a veces bien negro, maduro de 2-3 cm de largo, en racimos de varias drupas pequeñas; ricamente saborizado, similar al Morus rubra, y diferente a la más sosa fruta de Morus alba.

#### **Cultivo y usos**

Ha sido largamente cultivado por su fruta comestible, y plantada y naturalizada en el oeste de Europa, Ucrania, y en este dentro de China.

En el municipio español de Llano de Bureba junto a la iglesia de San Martín, que data del siglo XV, se encuentra un moral con más de 150 años, que a pesar de su edad aún proporciona dulces moras. También existe una *Morus nigra* en el municipio de Iruña de Oca (Álava), concretamente en Ollávarre. Es un árbol catalogado como singular por ser un ejemplar único de la especie en todo el País Vasco. Se encuentra en la calle de la Morera, Ollávarre. Nombre científico o latino: *Morus nigra* Familia: Moraceae. Origen: Asia (Persia). Árbol robusto de tronco corto, con 10 a 15m de altura. Posee una ramificación densa, con ramas largas, divergentes y extendidas y ramillas lisas de coloración pardo-castaña.<sup>16</sup>

En conjunto constituyen una amplia copa, difusa y redondeada, y con frecuencia irregular. Crecimiento rápido. Las hojas se disponen alterna, sobre dos filas a lo largo del ramillo: son caedizas, grandes, de 6 a 12y hasta 20cm, rugosas por ambas cara, asimétricas, algo acorazonadas, tienen un corto rabillo de 1,5 a 2,5mm de longitud y presentan dos gruesos nervios secundarios muy marcados. Flores masculinas en amentos pedunculados, las femeninas en amentos subsentados.

El fruto es refrescante y puede consumirse directamente o elaborarse con él confitura, jarabes o bebidas. Las moras pasan del verde al negro, pero ya son comestibles en el estado verde. Las moras son ricas en vitamina C. El jarabe de moras negras se ha empleado en forma de gargarismos contra inflamaciones de boca y garganta. La corteza de raíz como laxante y para combatir los gusanos intestinales. Sus hojas se utilizan como alimento de los gusanos de seda. La madera es muy parecida a la de la morera, blanco-amarillenta, resistente a los cambios de humedad. Se utiliza en carretería, tonelería, ebanistería y mangos de herramientas.

---

<sup>16</sup> DONOSO, TORRES, 2007. Respuesta del cultivo de proteas (*Leucadendron* híbrido) var. Safari sunset a la aplicación de tres tipos de abonos de frutas en tres dosis. Tabacundo, Pichincha. Tesis de grado Ing. Agr. Escuela Politécnica del Ejército. Sangolgui. Ecuador

## **MORA ROJA**

La mora roja es una especie de mora nativa de la parte este de Norteamérica, desde la parte más sureña de Ontario y Vermont llegando por el sur hasta Florida y por el sureste hasta Dakota del Sur y el centro de Texas. La mora roja se encuentra dentro de la lista de especies amenazadas en Canadá.

### **Descripción**

Es un árbol de hoja caduca, que se desarrolla hasta los 10 a 15 m de altura, raramente 20 m, con un tronco que llega por encima de los 50 cm de diámetro. Las hojas son alternas, de 7 a 14 cm de longitud y de 6 a 12 cm de anchura, simple, ampliamente cordada, con una muesca baja en la base, sin lóbulos en los árboles maduros, frecuentemente con 2 a 3 lóbulos en los árboles jóvenes, y con unos márgenes finamente serrados.

### **GRÁFICO No.5**

#### **CORTEZA DE UN ARBOL DE MORA ROJA**



Fuente: TRINIDAD Y AGUILAR. Fertilización foliar, un respaldo importante en el rendimiento de los cultivos. México DF. México, 2009

Elaboración: Autor

La fruta es un conglomerado compuesto de varias pequeñas drupas , similar en apariencia a la mora negra, de 2 a 3 cm de longitud, rojo madurando a púrpura oscuro, comestible y muy dulce con buen sabor. Existen multitud de especies de moras, pero es posible que tan sólo tengan valor comercial unas nueve de ellas, que básicamente son del género *Rubus*, en ocasiones y comúnmente se cultivan hibridaciones.

### ***Rubus glaucus***

La especie *R. glaucus* se cultiva con el fin de producir y comerciar su fruto, comúnmente llamado mora andina o de Castilla. Esta planta es originaria de las zonas altas y tropicales de América, encontrándose en Colombia, Ecuador, Panamá, Costa Rica, Guatemala, Honduras, México y Perú, entre otros países. Se desarrolla muy bien en suelos franco arcillosos.

La vida útil aproximada de esta especie para su cultivo oscila desde los 12 a 15 años, dependiendo en parte del trato y la técnica de explotación, a partir de esa edad el rendimiento y la producción decrece. <sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> GIL M., F. 1995. Elementos de fisiología vegetal. Editorial Mundi Prensa. Madrid. España. p 249-281

**GRÁFICO No.6**  
**RUBUS GLAUCUS**



Fuente: TRINIDAD Y AGUILAR. Fertilización foliar, un respaldo importante en el rendimiento de los cultivos. México DF. México, 2009  
Elaboración: Autor

Esta especie es de fructificación continua, es decir da frutos a lo largo de todo el año, no obstante, los meses de junio, julio, agosto y septiembre, son los de mayor producción, siendo el resto del año la cosecha significativamente inferior.

**Morus nigra**

La especie *M. nigra* (de origen pérsico) ha sido a lo largo de la historia cultivada por su fruta comestible, y plantada y naturalizada en el oeste de Europa, Ucrania, y en el este de China.

## GRÁFICO No.7

### MORUS NIGRA



Fuente: TRINIDAD Y AGUILAR. Fertilización foliar, un respaldo importante en el rendimiento de los cultivos. México DF. México, 2009  
Elaboración: Autor

Los árboles de esta especie se desarrollan bien en suelos frescos y ligeros, le perjudican las altas temperaturas y las zonas demasiado secas, aunque en climas excesivamente fríos se detiene o, cuanto menos, decrece su crecimiento. Para obtener una mejor producción de frutos se precisa una enérgica poda, lo que además hace que el árbol dé hojas más grandes.<sup>18</sup>

Se cultiva por siembra de semillas durante la primavera o bien por esquejes leñosos, y admite trasplantes a raíz desnuda durante el invierno.

---

<sup>18</sup> LEÓN, F. 2005. Estudio de la Fertilización Foliar Complementaria a base de Abonos de Frutas en Lechuga (*Lactuca sativa* L) var. Green Salad Bowl. Tumbaco, Pichincha, Ecuador. Tesis de Grado Ing. Agr. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas. 87 p

## 2.2.- MORA DE EXPORTACION A ESPAÑA

### GRAFICO Nro8.

#### MORA DE CASTILLA



Fuente: Fertilización foliar, un respaldo importante en el rendimiento de los cultivos. Ecuador,2008

Elaboración: Autor

#### Ficha Técnica

- ❖ Tipo: Fruta
- ❖ Nombre común: MORA DE CASTILLA
- ❖ Nombre científico: RUBUS GLAUCUS
- ❖ Origen: Zonas altas tropicales de Ecuador, Panamá, Salvador, Honduras, Guatemala y México
- ❖ Familia: Rosaceae.
- ❖ Variedad: Con espinas.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Un proyecto tiene sentido y justificación cuando se identifica con una finalidad específica, orientación o dirección, precisando "hacia quienes va dirigido"<sup>19</sup>, quienes van a consumir los productos, o utilizar las obras o servicios contemplados en cada proyecto.

Todo proyecto debe tener como propósito fundamental satisfacer necesidades concretas de la sociedad a través del consumo directo o indirecto de productos o de la utilización de obras y servicios básicos o complementarios. En ambos casos, el objetivo es mejorar el grado de bienestar de la sociedad. Difícilmente, que un proyecto no se identifique con estos objetivos.

El conocimiento del "mercado" (oferta y demanda) entre productores y consumidoras o usuarios tiene gran importancia en la preparación y elaboración de proyectos, no solo porque se identifica con objetivos intrínsecos orientados a la satisfacción de necesidades, sino también, por su influencia en la estimación de cifras y análisis de factibilidad de casi todos los demás componentes del proyecto (tamaño, localización, capacidades, inversión, etc.

En otros proyectos, como los de infraestructura: carreteras, alcantarillado, agua potable, energía eléctrica,-etc., el estudio se remite a determinar la "cobertura", o sea, las áreas o número de habitantes a las que va atender el proyecto, especificando los beneficiarios directos o indirectos. Los esfuerzos que se hagan para establecer con mayor precisión el destino del proyecto en cuanto a satisfacer necesidades concretas, apoyarán su viabilidad, y a futuro, la permanencia del producto o servicio del que se trate.

---

<sup>19</sup>CONSISTEC, "Decisiones de Inversión, elaboración y evaluación de proyectos", Pág. 10, Quito, 2012

La mayor parte de fracasos que se conocen tanto a nivel de estudios y elaboración de proyectos, como en la vida misma de las -empresas, obedecen a vacíos o deficiencias en el estudio de mercado, al no estimar con razonable aproximación o precisión el número de posibles consumidores o usuarios del producto o servicio, respectivamente.

En la preparación y elaboración de proyectos es indispensable dar atención al "estudio de mercado" o "cobertura" como condición fundamental para la viabilidad del proyecto en su conjunto, ya que, la demanda presente y futura bien determinadas, deciden la viabilidad del proyecto e influyen en las otras variables o componentes tales como: tamaño, localización, ingeniería, costos, ingresos, utilidades, etc.

“El estudio de mercado tiene por objetivo establecer la cuantía de bienes y servicios, derivados de una nueva unidad de producción que en cierta área territorial y sobre determinadas condiciones de venta, la comunidad está dispuesta a adquirir”<sup>20</sup>

En este estudio de mercado se pretende así responder a tres preguntas básicas:

1. ¿Qué comprará la comunidad?
2. ¿Cuánto comprará?
3. ¿A qué precios comprará el producto?

---

<sup>20</sup>BACA Urbina, “Preparación y Formulación de proyectos”, Pág. 15, Ed. Norma, Bogotá, 2003

Para responder a estas preguntas existe una metodología bastante amplia, que se utilizará para el presente estudio, pero que siempre exige un esfuerzo propio de imaginación capaz de adaptar técnicas aplicables al presente caso de estudio<sup>21</sup>

En este estudio de mercado se contemplan dos aspectos que se encuentran vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo, que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y, por otro lado el enfoque cualitativo que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo referente a comercialización, la cual se refiere al movimiento entre productores y usuarios.

La investigación de mercados se centra en acontecimientos del pasado y en sus consecuencias para solucionar problemas del presente y proyectar ciertos comportamientos hacia el futuro. Además, en el estudio de proyectos de pequeñas industrias adquieren cada día más importancia, el análisis de la Capacidad Empresarial de quienes van a dirigir la empresa y, el Entorno o Análisis Sectorial.<sup>22</sup>

Es importante aclarar que a pesar de que se ha tratado de establecer una distinción entre las diferentes etapas del estudio de mercado para el estudio de proyectos, esto en realidad no ocurre claramente pues existe una interrelación entre ellas, desde el punto de vista del empresario privado el análisis de mercado y el proyecto persigue demostrarle si es o no negocio invertir en determinado campo.

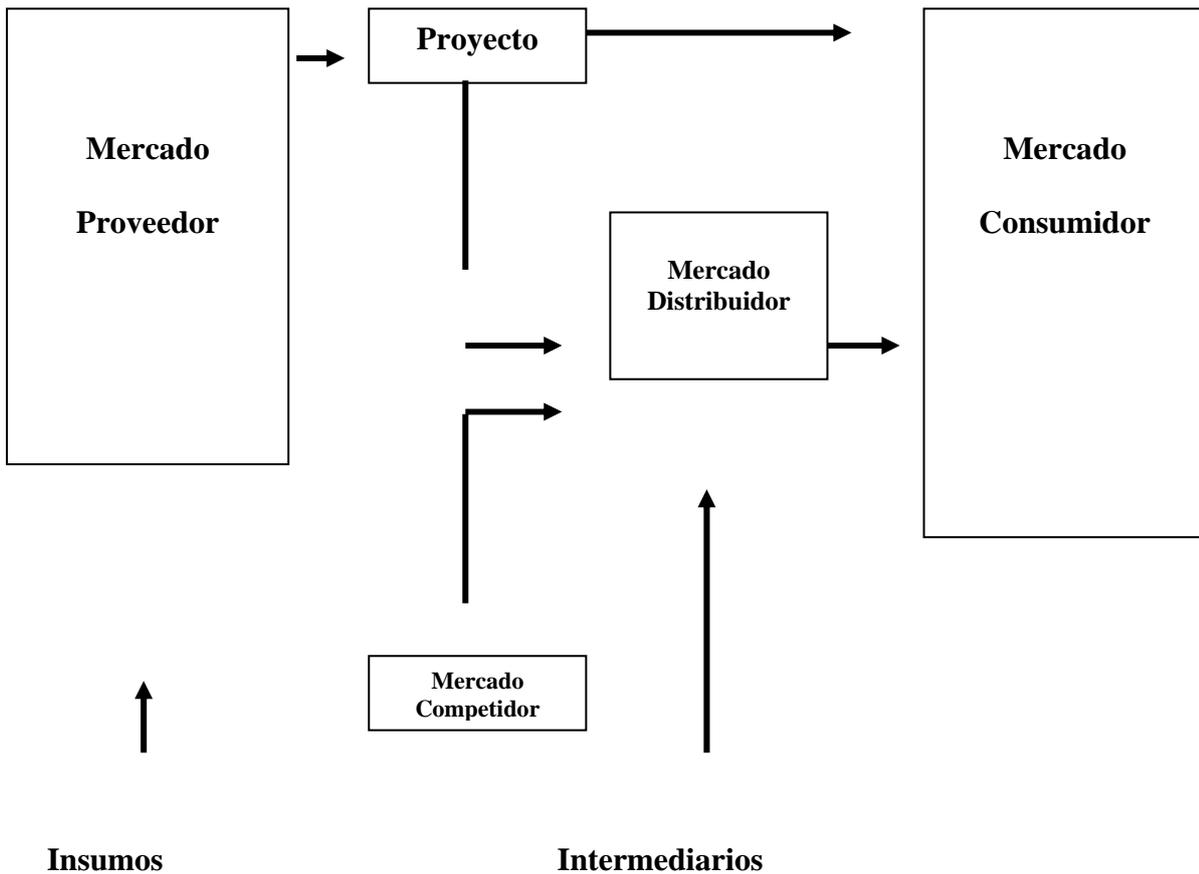
Se puede aseverar que con la preparación del presente análisis se trata de que el riesgo de la inversión sea un riesgo calculado. El hecho evidente de que cualquier inversión entraña un

---

<sup>21</sup>SAPAG, Nassir, “Evaluación y Preparación de Proyectos”, Pág. 55, Ed. Norma, Bogotá. 2002

<sup>22</sup>MENESES, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Pág. 75. Ed. Quality Print , Quito, 2002

riesgo, con todo el análisis no se pretende eliminar el riesgo implícito, un estudio de mercado no debe enfocarse sólo a la demanda y el precio del producto a ofertarse sino también la competencia existente y potencial. De acuerdo al diagrama a continuación esto implica proveedores, competidores, distribuidores, consumidores.



En este sentido un proyecto puede modificar el equilibrio en el supuesto que podría cambiar los precios tanto de insumos y de mano de obra que emplean los productos o servicios tanto de productores como el de los competidores.

El presente análisis se realiza por la aparición de empresas dedicadas a la producción y comercialización por parte de un departamento de Forwarding Agent: Departamento de

negociaciones de un producto no tradicional con la Unión Europea, caso particular exportación de la mora al mercado español.

En el presente capítulo se aplicará el Método de Investigación Inductivo, es decir se realizará una investigación que parte de lo particular y llega a lo general, también se aplicó el Método de Investigación Analítico, especialmente en lo que tiene que ver con la investigación de la Demanda Insatisfecha.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **Objetivo General**

El objetivo principal es dar a conocer la problemática existente en la actualidad en la comercialización de este producto a nivel Nacional y las características del mismo, todo con miras a generar la información pertinente que permita determinar el requerimiento que exige el mercado interesado en la utilización del fruto de la mora.

### **Objetivos Específicos**

Se entienden por objetivos del estudio de mercado los siguientes:

- Identificar las preferencias que encuentran en las fruto de la mora
- Determinar el grado de interés por parte de los consumidores ubicados en el Mercado español.

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Proponer una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande, no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado aparentemente saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume. Se podrá conseguir esto con un adecuado estudio de pre factibilidad del presente proyecto.

### **3.1 PLANIFICACION ESTRATEGICA**

La empresa selecciona, entre varios caminos alternativos, el que considera más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos. Generalmente, es una planeación global a largo plazo.

La planeación estratégica exige cuatro fases bien definidas: formulación de objetivos organizacionales; análisis de las fortalezas y limitaciones de la empresa; análisis del entorno; formulación de alternativas estratégicas.

El objetivo de la planeación estratégica es modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios.<sup>23</sup>

La planeación estratégica y su conjunto de conceptos y herramientas no surgieron sino hasta principios de la década de los años sesenta. Anteriormente la administración se las arreglaba bastante bien con la planeación de operaciones, pues, con el crecimiento continuo de la demanda total era difícil estropear los negocios, aún en el caso de administraciones deficientes.

La planificación estratégica proporciona la dirección que guiará la misión, los objetivos y las estrategias de la empresa, pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales.

Un plan estratégico completo guía cada una de las áreas en la dirección que la organización desea seguir y les permite desarrollar objetivos, estrategias y programas adecuados a las metas. La relación entre la planificación estratégica y la de operaciones es parte importante de las tareas de la gerencia.

### **3.1.1 PROCESO DE PLANIFICACION ESTRATEGICA**

A continuación se presenta esquema del Proceso de Planificación Estratégica.

---

<sup>23</sup> KAPLAN, R, NORTON, D, “ Cuadro de Mando Integral, ( The Balanced Scorecard) “, Pág. 105-139, Ed. Gestión 2000, Barcelona, 2001

- a) Objetivos
- b) Estrategias

## **ESTRATEGIAS**

### **OBJETIVO**

#### **a. Rentabilidad**

Toda empresa tiene como objetivo principal obtener la mayor ganancia posible. Es decir que sus ingresos sean mayores que los egresos obteniendo así un margen de utilidad. De acuerdo a la utilidad se determina la rentabilidad de la empresa.<sup>24</sup>

## **ESTRATEGIAS**

### **Reducción de costos**

Es una buena estrategia reducir los costos de los procesos internos, utilizando cuidadosamente las materias primas, optimizando la utilización de recurso; buscando también proveedores que entreguen fruta de mora de calidad y a precios más convenientes. Todo esto permite reducir los costos y a la vez incrementar la rentabilidad.

### **Mejora de productividad**

La productividad es la obtención de los resultados con un óptimo aprovechamiento de los recursos. Una empresa es productiva cuando es a la vez eficaz (obtiene los resultados deseados) y eficiente (aprovecha adecuadamente los recursos). El mejorar constantemente esta productividad permite a la empresa reducir costos.

---

<sup>24</sup>“La Gerencia Estratégica”. Fred R. David, Fondo Editorial Legis, Tercera Reimpresión Febrero 2000

## **OBJETIVO**

### **Cuota de mercado ( Market Share)<sup>25</sup>**

Se define al Market Share como la participación de una empresa en un mercado determinado<sup>26</sup>. Ha de estar claro si la expresión de la cuota de mercado se hace en unidades o en valores para apreciar el valor de la cifra. Por tanto cada empresa cubrirá un porcentaje de mercado y tendrá un grupo de clientes.

## **ESTRATEGIAS**

### **Retención de los clientes**

Actualmente, la pérdida de clientes es uno de los puntos con mayor impacto negativo en la cuenta de resultados. Sin embargo, ni siquiera las empresas más grandes aciertan a gestionar este problema de la manera adecuada, las compañías deberían identificar las causas que explican el abandono de los clientes y llevar a cabo las acciones correctoras necesarias. Un primer paso es plantearse las siguientes cuestiones: Identificar y medir cualquier tipo de abandono tratando de cuantificar su impacto. Determinar quiénes son los clientes de mayor valor y priorizar los esfuerzos para anticiparse al abandono. Definir una estrategia integral proactiva de retención de clientes, personalizada y adaptada a las diversas tipologías. Conseguir que los programas de relación con el cliente trabajen para la compañía basándose en principios de proactividad, priorización y sistematización.

---

<sup>25</sup>En el área de dirección estratégica y mercadotecnia, el Market Share es la fracción o porcentaje que se tendrá del total de mercado disponible o del segmento del mercado que está siendo suministrado por la compañía. Puede ser expresado como un porcentaje de las ventas de la compañía (en el mercado) dividido por las ventas totales disponibles en el mercado o también se puede expresar como el total de unidades vendidas por la compañía partido por las unidades vendidas en el mercado

<sup>26</sup>PORTER, Michael, "Ventajas Competitivas de las Naciones", Ed. Norma, Pág. 65, Bogotá, 2003

### **Rentabilidad de los clientes**

Para las empresas todos sus clientes son importantes, pero es importante que las empresas clasifiquen a los clientes de acuerdo a los montos de compra por ejemplo: A, B, C. Siendo los A el grupo de clientes que realizan las mayores compras. Es decir aplicar el Principio de Pareto 20% para captar clientes y 80% en incrementar el nivel de ventas.<sup>27</sup>

### **Adquisición de clientes**

Toda empresa con la expectativa de crecimiento busca siempre conseguir nuevos clientes, para aumentar sus ventas y su espacio de mercado. Sería recomendable considera un incremento entre el 5% al 8% anual.

### **Satisfacción de clientes**

Es importante que los clientes estén satisfechos porque así se garantiza su fidelidad y a la vez la empresa puede estar segura que volverán.

## **3.1.2 OBJETIVO ESTRATEGIAS DE PROCESOS.**

### **Excelencia operativa**

Implica que la empresa busca alcanzar la calidad total en sus tareas operativas

## **ESTRATEGIAS**

### **Entrega del servicio**

---

<sup>27</sup>El principio de Pareto también se conoce como la “regla del 80/20”, “regla del 80-20” o el “principio del factor de parquedad” (factor sparsity en inglés). No es algo estricto en el sentido de que siempre se cumpla la proporción 80/20. Unas veces la regla es del 70/30

El servicio tiene que ser lo más eficiente y eficaz para el cliente, estar dispuestos a brindar seguridad en el momento y lugar que este necesite.

## **OBJETIVO**

### **3.1.3 Competencias del personal**

Es importante que la empresa seleccione adecuadamente al personal evaluado por competencias que requiera cada cargo. De esta forma se tendrá el personal competente.

## **ESTRATEGIAS**

### **Cultura de aprendizaje**

Día a día hay nuevas cosas que aprender, es indispensable que la empresa organice cursos de capacitación para el personal, como un Plan de Capacitación al Personal Administrativo, y un Plan de Capacitación y Asesoría Técnica para el personal operativo.

### **Comunicaciones internas fluidas**

El gerente general da órdenes a cumplir a sus gerentes de cada área, quienes a su vez deben comunicar al personal a su cargo que actividades realizar, esta información debe ser clara, precisa y perfectamente entendida por cada persona de lo contrario habrá errores en la ejecución de actividades. Uno de los principales problema de los cuales se ve aquejada la comunicación interna en una empresa son aquellos elementos que impiden que la comunicación fluya de una manera libre y sin barreras. Una de las principales barreras suele ser la burocrática que impide que la empresa reaccione con la suficiente rapidez en un entorno de mercados cambiantes. Luego se debe diagnosticar esta situación mediante evaluación de competencias, de conocimientos y habilidades adquiridas.

## **Cultura de hacer sugerencias y mejoras**

Todas las personas tienen sugerencias de cómo hacer mejor las cosas lo importante es hablar y dar a conocer estas ideas con la finalidad de mejorar las diferentes actividades

## **Flujo constante de nuevas ideas**

Es aconsejable organizar grupos de diálogo entre las diferentes áreas de trabajo para que cada persona exponga sus ideas y entre todos puedan elegir las mejores.

## **OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

A través del profundo conocimiento del cliente, alcanzar los siguientes objetivos:

- Calificación formal Empresa Socialmente Responsable
- Adquisición y Activación de Nuevos Clientes
- Desarrollar y Retener Clientes Rentables
- Adoptar y tangibilizar el CRM <sup>28</sup> en toda la empresa

## **VALORES**

La Empresa de exportación de mora mantendrá los siguientes valores, así:

- **TRANSPARENCIA:** Dando a conocer a nivel interno y externo el desarrollo y la gestión de nuestras actividades, nuestros logros y nuestros propósitos.
- **HONESTIDAD:** En todas las actividades, procurando salvaguardar los intereses de los funcionarios, la Empresa de exportación de mora y la sociedad en general.

---

<sup>28</sup>Gestión de relaciones con clientes (CRM) es un modelo para la gestión de las interacciones de la empresa con los actuales y futuros clientes. Se trata de utilizar la tecnología para organizar, automatizar y sincronizar las ventas, mercadeo, servicio al cliente y soporte técnico .

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Por parte de todos sus miembros, para ofrecer la Empresa de exportación de mora y al país, servicios acorde a las necesidades y en beneficios de la sociedad.
- **RESPECTO:** Demostrando imparcialidad y tolerancia hacia las ideas y acciones ajenas.

## **MISION**

*Nuestra misión es Desarrollar, producir y comercializar productos no tradicionales, iniciando con la mora de alta calidad, logrando así el crecimiento rápido y sostenido de la compañía, generando valor a los accionistas y bienestar a nuestros trabajadores.*

## **VISIÓN**

*Ser una de las principales empresas líderes en la comercialización de productos frutícolas no tradicionales a España, mediante la continua innovación en productos, procesos y gestión, posicionada como la empresa mejor calificada, más rentable y diversificada del sector.*

### **3.1.4. ANALISIS F.O.D.A**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.<sup>29</sup>

**Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, son las áreas de mejoramiento.

---

<sup>29</sup>PHILIP KOTLER , “Nuevas técnicas para hallar ideas innovadoras”, Ed. Trias, Pág. 25, Madrid, 2003

**Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

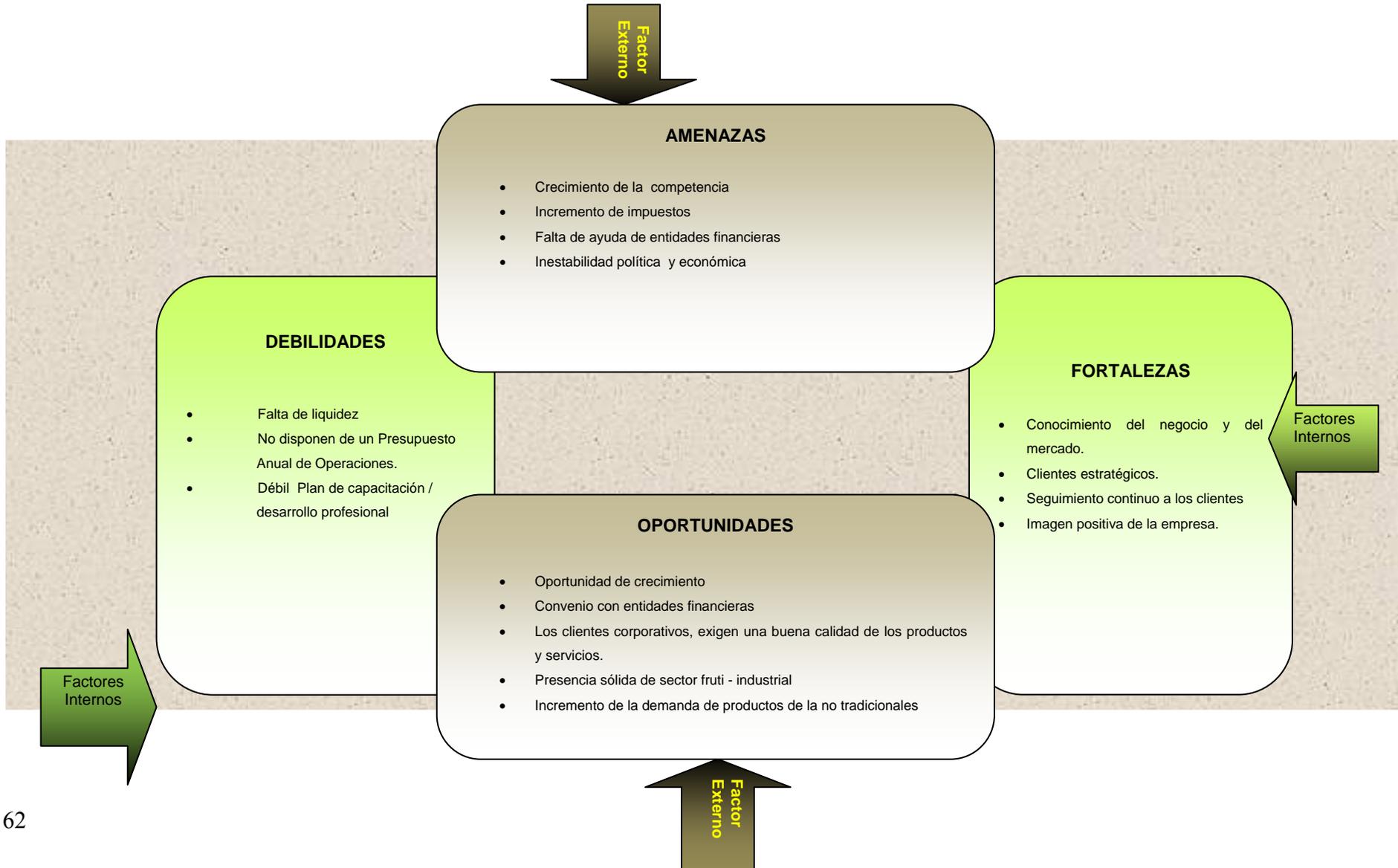
#### **3.1.4.1 MATRIZ FODA**

En esta matriz se plasmará las posibles estrategias, las cuales se obtienen relacionando todos los elementos del FODA entre sí; de cada relación se origina un tipo o un grupo especial de estrategias para cada elemento del FODA en forma individual y al final se juntan todas para formular la adecuada propuesta.

La matriz propone maniobras a realizarse durante el proceso como resultado de la confrontación de los factores positivos encontrados en la empresa de exportación de mora

## GRÁFICO No.9

### ESQUEMA F.O.D.A



### 3.1.5 LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Michael Porter (1982) sostiene que el sector de actividad es con diferencia el factor más influyente en el destino de un negocio, entendiendo como sector, para este propósito, el espacio atendido por el conjunto de competidores que concurren al mercado con una oferta de productos o servicios similares o equivalentes, de manera que se genera entre ellos una competencia por captar clientes.<sup>74</sup>

Para el análisis del sector frutícola, específicamente la comercialización de productos no tradicionales, se propone utilizar la conocida herramienta de las cinco fuerzas, que ayuda a determinar la intensidad de la competencia en el sector y el potencial de rendimiento del mismo. Los factores considerados son: competencia interna, amenaza de nuevos ingresos, productos sustitutos, poder de negociación de los clientes y poder de negociación de los proveedores.

El Análisis de Porter de las cinco fuerzas es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard Business School Michael Porter en 1979.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup>Troya Jaramillo, Alfonso. (2009). “La Planeación Estratégica en la empresa ecuatoriana”. Ed. Fausto Reinoso. P.41.

<sup>75</sup>DAVID Fred R. “ Conceptos de Administración Estratégica”, Ed. , Pearson Educación, México:, 2003

## GRAFICO No.10

### CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER



**FUENTE:** PORTER, Michael E., "Introducción a la Teoría General de la Administración", Pág. 35, Cuarta edición. 1995, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá, 2003

**ELABORACIÓN:** Autor

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores.

## GRAFICO Nro.11

### CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER EN ECUMORITA



### CONCLUSIÓN ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER

Para la empresa de exportación de mora, la competencia es alta (todas las microempresas frutícolas ubicadas en el Valle del Chota. Esto representa una ventaja dentro de su ubicación actual, por la Asociación que conforman las microempresas frutícolas, los proyectos que impulsa el gobierno, además de otros beneficios de los pequeños productores a través de la Cámara de Comercio de Quito.

El nivel de acceso a capital y nivel tecnológico va en aumento, aún no se ha contado con crédito por parte del BNF. Si se accede a este, se puede modernizar los procesos productivos

### 3.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La mora crece en un arbusto nudoso de ramas espinosas, que pueden medir hasta dos metros. Sus hojas tienen un borde serrado, el haz tiene un color verde oscuro y el envés un color blanquecino característico. Tienen flores blancas o rosas, que germinan en racimos. Su fruto es la mora, semejante a una baya comestible. Está compuesta por numerosas drupas unidas en un racimo, muy carnosas y de color rojo o negro según su estado de maduración.<sup>76</sup>

A pesar de la exquisitez y propiedades de la mora, sólo hasta 1850 empieza a cultivarse. Es mayoritariamente silvestre, su reproducción es demasiado eficaz y su crecimiento muy veloz. La mora puede formar extensos setos en grandes áreas de bosque en poco tiempo. Aunque puede consumirse al natural, se usa habitualmente en la preparación de mermeladas, jaleas, zumos y postres.

Su sabor agridulce, convierte a la salsa de mora en un acompañante perfecto para las carnes. En la selección de los frutos en el mercado, es importante que tengan un color morado profundo.

#### **BENEFICIOS DE LA MORA**

**Laxante:** Preparar un cocimiento de hojas o cogollos en proporción de diez gramos por cada litro de agua. Se recomienda tomar una cantidad considerable, en raciones a lo largo del día.

---

<sup>76</sup>AGRICULTURA SENSITIVA. 2001. Cultivo de Mora (en línea). Consultado 10 abr. 2010.

**Jaquecas:** Aplicar hojas calientes sobre la frente, sus propiedades relajantes las hacen un calmante ideal.

**Diarrea y disentería:** Preparar en cocimiento quince gramos de hojas en medio litro de agua. Beber en grandes cantidades. En esta misma forma se emplea como astringente y contra las anginas.

**Parásitos infantiles:** Se recomienda tomar la raíz de la mora en infusión.

**Tensión baja:** Consumir la mora ya sea en pulpa o jugo, varias veces al día hasta lograr mejoría

La mora es una fruta muy apetecida tanto en el mercado nacional como en el internacional. Rica en vitaminas y minerales, la mora tiene un gran futuro como producto de exportación en forma congelada y fresca, una vez que los productores puedan superar los problemas de transporte, ya que por su alta perecibilidad, requiere de especiales cuidados en cosecha y transporte.

Se conocen numerosas especies de moras o zarzamoras en las zonas altas de América Tropical, principalmente en Ecuador, Colombia, Panamá, los países de Centroamérica y México.

Los géneros *Rubus* y *Rosa*, pertenecientes a las Rosáceas, son muy semejantes; de allí que la planta de la mora se asemeje bastante a las plantas de rosas silvestres o guiadoras, con espinas y hojas compuestas de tres a cinco hojuelas. La diferencia entre estos géneros está en el fruto, ya que las moras tienen la apariencia de una fresa oblonga o de dedal y su color es negro, rojo y púrpura cuando está madura.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup>AMADOR F. y N. Tijerino. 2005. Insectos y enfermedades asociados al cultivo de mora (*Rubus glaucus*, *enth*) en la sabana Madriz. Trabajo de grado. Universidad Nacional Agraria. Managua, Nicaragua.

Se considera que las zonas óptimas para el cultivo de mora en el Ecuador se encuentran en los valles del Callejón Interandino, principalmente, en la provincia de Tungurahua y Pichincha. Sin embargo, ha cobrado importancia la producción en provincias como Carchi e Imbabura.

La planta de mora comienza fructificar a los 6 ó 8 meses después del trasplante. Dependiendo del manejo y cuidado de la plantación, la planta presenta un período de 10 ó más años de producción, la misma que aumenta a medida que crece y avanza en edad el cultivo.

### **3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda es la cantidad de un producto que el mercado está dispuesto a adquirir con el fin de satisfacer una necesidad en un lugar, en un tiempo determinado y a un precio establecido.<sup>78</sup>

De acuerdo al análisis realizado se puede determinar que la fruta de mora se encuentra dentro de la demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, debido a que la población consume este tipo de productos estimulantes en su alimentación diaria.

#### **3.3.1. COMERCIALIZACIÓN**

##### **Destino de las exportaciones ecuatorianas**

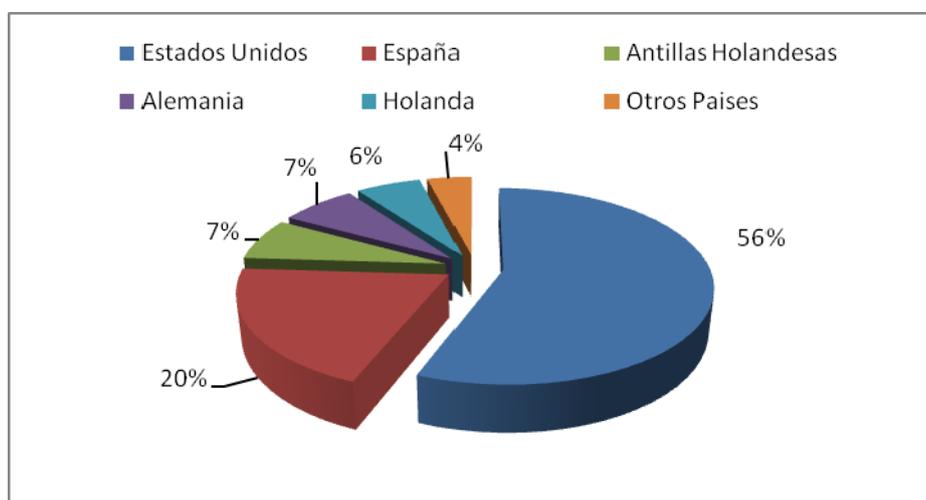
Los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas de mora han sido Estados Unidos, España Y Antillas Holandesas, Alemania y Holanda. Estados Unidos es el principal socio comercial ecuatoriano captando un 56% de las exportaciones totales de mora, el segundo

---

<sup>78</sup>CALDAS, M. "Proyectos, Preparación y Evaluación de Proyectos" Ed. Publicaciones "H". Quito. 2003

mercado más importante para el Ecuador es España que en promedio ha receptado el 20% de las exportaciones de mora en valores FOB. La mora de origen ecuatoriano también llega a otros países dentro de la Unión europea como Bélgica y República Checa pero en cantidades menores.<sup>79</sup>

**GRÁFICO No.12**  
**PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES**  
**ECUATORIANAS DE MORA**



Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Departamento de Comercio Exterior. Quito.2012  
 Elaboración: Autor

En tercer lugar de los principales mercados ecuatorianos para la mora se encuentra Antillas Holandesas con un 7% de total de las exportaciones. Alemania se encuentra en el cuarto lugar de los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas demora captando un 7%. En quinto lugar aparece Holanda receptando un 6% del total de las exportaciones ecuatorianas de mora. Ecuador también exporta tomate de árbol a países como: Venezuela, Bélgica, Antigua y Barbuda y República Checa pero en porcentajes tan mínimos que se los agrupa en categoría “Otros” con un 4% del total de las exportaciones ecuatorianas de mora.

<sup>79</sup>CORPEI – ECUADOR EXPORTA, “Competitividad de la Mora”, Quito, 2012

**CUADRO No.6**

**PRINCIPALES EXPORTACIONES DE MORA ECUATORIANA**

**AÑO 2012**

UBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB DOLAR	% / TOTAL FOB DOLAR
0810200000	FRAMBUESAS, ZARZAMORAS, MORAS Y MORAS- FRAMBUESA	ESPAÑA	17.95	34.24	91.07
		CANADA	0.72	2.67	7.11
		ESTADOS UNIDOS	0.07	0.69	1.83
		ANTILLAS HOLANDESAS	0.00	0.01	0.01
TOTAL GENERAL			18.73	37.60	100.00

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Departamento de Comercio Exterior. Quito.2012  
Elaboración: Autor

Para hacer un análisis más profundo de los destinos de las exportaciones ecuatorianas de mora en los últimos cinco años tenemos el siguiente cuadro en el que podemos apreciar los principales importadores bajo la partida 0810.20 ya que estamos analizando datos y estadísticas mundiales.

La comercialización de mora en el país presenta un alto nivel de intermediación con pocos mayoristas especializados. Las compras del fruto fresco se realizan en las plazas mayoristas

de los municipios, los acopiadores rurales y otros mayoristas, se identifican cuatro canales de distribución para este producto, dependiendo del mercado final: acopiador– mayorista- detallista, proveedor- supermercado, mayorista- agroindustria y asociaciones de productores- agroindustria.

Es necesario tomar en cuenta que un mayorista recoge el producto en las fincas y determina el precio de compra teniendo en cuenta la tendencia de los precios de las centrales de abastos. En el canal mayorista-agroindustria las industrias que se dedican a la elaboración de jugos, pulpas, yogurt, salsas, helados, mermeladas y conservas de mora se abastecen a través de intermediarios, quienes deben cumplir con las exigencias de calidad, periodicidad y horarios de las entregas determinados por la industria procesadora.

En el último canal descrito, los productores se especializan para cumplir con las exigencias de calidad, realizando cultivos semitecnificados y tecnificados, en este canal, como en el anterior, el precio se determina por la oferta y la demanda y, algunas veces, se pactan precios por dos o tres meses y en ocasiones hasta por un año.

### **3.3.1.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

En Europa y Estados Unidos las compras de mora las realizan los mercados mayoristas especializados de grandes cadenas de supermercados, las cuales poseen sus propias agencias de importación<sup>80</sup>.

Se identifican cuatro niveles en el canal de comercialización:

---

<sup>80</sup> IBID

1. En primera instancia están los importadores o brokers, que reciben el producto en los puertos y lo distribuyen a los minoristas y a cadenas de supermercados;
2. A estos agentes les siguen los procesadores de primer nivel, que reciben la fruta procesada (pulpa o concentrado) y los insumos requeridos en otros procesos;
3. En tercer lugar están los procesadores de segundo nivel que se encargan de la elaboración de otros productos que requieren como materia prima la mora procesada (yogurt, helados, bebidas, salsas)
4. Y finalmente, los distribuidores, que entregan la mora fresca o procesada a cadenas especializadas, detallistas y otros.

## **Unión Europea**

En la Unión Europea, el mercado de frutas de los países miembros depende de la producción interna de cada país, del intercambio de productos y de las importaciones procedentes de países fuera de la Unión Europea, la distribución mayorista en esta región involucra a productores, compañías multinacionales, diversos tipos de organizaciones para la comercialización, agentes especializados o brokers, importadores y mayoristas. Para el consumidor, la venta se realiza a través de tiendas especializadas, supermercados y mercados abiertos y de productores.

### **3.3.2. PRECIO**

La determinación del precio es otro de los aspectos fundamentales en el proceso de la planeación del producto. Es una de las tareas esenciales y de más responsabilidades que corresponde a la gerencia es la fijación de precios, y es que el precio representa un obstáculo al consumo, de aquí la importancia de que la empresa desarrolle o implemente una estrategia

sensata de precios tomando en consideración, los requerimientos de la empresa y las circunstancias del mercado, la política de precio escogida por la empresa puede hacer que esta obtenga buenos resultados a pesar de la situación que prevalezca en el mercado.<sup>81</sup>

El método más apropiado para la fijación del precio en la operación de marketing internacional es el orientado hacia la demanda, y más concretamente, el orientado hacia el precio de mercado existente en aquellos países hacia los cuales se pretende penetrar.

En la práctica, la fijación de precio exige, por un lado, conocer los niveles de precios existentes en el mercado al cual va a penetrar el producto, y por otro, un conocimiento de los costos básicos de producción.

El precio de mercado determina el nivel de precio aceptados por el consumidor promedio y se constituye, por tanto, en el límite superior del precio de venta; los costos de producción son los que establecen el límite inferior del citado precio.

Lo importante es tomar en cuenta que la diferencia existente entre los costos del producto y el precio del mercado será la que determine el margen dentro del cual la empresa tendrá que fijar el precio de venta de su producto, para que éste no sólo se adecue a las posibilidades económicas del consumidor y tenga fuerza competitiva frente a las ofertas de la competencia sino que permita, además, cubrir los costos administrativos y comerciales, más los gastos en que se incurran en el proceso y se pueda lograr así el porcentaje de beneficio deseado en la operación.

Es importante al momento de fijar los precios, tomará en cuenta los costos de producción y sobre todo el margen de utilidad, comparándolo con el precio de la competencia.

---

<sup>81</sup>JOHANSSON, Johnny K. Implacable, “La manera Japonesa de hacer Marketing”, Editorial Norma, Colombia, 2001.

La siguiente tabla muestra los precios promedio máximos y mínimos, que se cotizaron en los meses desde enero hasta abril del 2012

**CUADRO No.7**  
**PRECIO DE LA MORA (USD \$)**  
**AÑO 2012**

2012	PRECIO MINIMO	PRECIO MAXIMO
ENERO	3.00	28.00
FEBRERO	5.00	36.00
MARZO	14.00	34.00
ABRIL	5.00	27.00

Fuente: SUQUILANDA, M. 2012. Agricultura Orgánica, Alternativa tecnológica del futuro. Fundación para el Desarrollo Agropecuario. Quito. Ecuador. p 43 – 46  
Elaboración: Autor

### **3.3.3. TRANSPORTE**

Las perspectivas de crecimiento de la demanda se siguen centrando en el consumo de los hogares y de la industria nacional, ya que, aunque existen nichos de mercado para la exportación de la mora congelada y procesada, las oportunidades del mercado en fresco están limitadas por las restricciones fitosanitarias en el mercado de Estados Unidos y la alta perecibilidad del producto que dificulta su transporte hacia la Unión Europea, el otro mercado potencial.

Las opciones en el mercado de la mora congelada también están limitadas por la acidez de la mora ecuatoriana y se mantienen los nichos del producto procesado que vienen siendo

explotados por unos pocos empresarios, es muy importante previo al transporte que se realice todo el sistema de enfriamiento tal como lo dice en la parte de producción y post cosecha.

### 3.3.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

#### Métodos de Proyección Utilizados

Puede parecer que las posibilidades de aplicación del método de regresión lineal están limitadas únicamente al caso en que los datos experimentales cumplen una ley lineal, sin embargo, con sólo hacer un cambio de variables apropiado, el método puede extenderse más allá del caso en que las variables se relacionan por una ley lineal. De hecho, el método de las regresiones lineales es, con mucho, la herramienta más usada para el ajuste de puntos experimentales.

A continuación se presenta el análisis de los pasos a seguirse tomando en cuenta que la serie se ajusta a una recta, con una ecuación de la siguiente forma:

$$Y = a + bx$$

$$\text{En donde: } a = \bar{Y} - b \bar{X} \quad \dots\dots\dots b = \frac{\sum(XY)}{\sum X^2}$$

En las fórmulas se considera:

**Y** = valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable dependiente (X).

**a** = es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje (Y).

**b** = es la pendiente de la línea de regresión.

**X** = es el valor específico de la variable independiente.

El criterio de los mínimos cuadrados permite que la línea de regresión de mejor ajuste reduzca al mínimo la suma de las desviaciones cuadradas entre los valores reales y estimados

de la variable independiente. A continuación se presenta la aplicación del método de regresión lineal considerando los datos referentes a la oferta y demanda de la mora en los años del 2001 al 2012 .

**CUADRO No.8**  
**POBLACION DE ESPAÑA**

X	Y1
AÑOS	Población España
2000	41.677.087
2001	42.110.829
2002	42.549.084
2003	42.991.901
2004	43.439.326
2005	43.891.407
2006	44.348.194
2007	44.809.734
2008	45.276.078
2009	45.747.275
2010	46.223.375
2011	46.704.431
2012	47.190.493

Fuente: OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA”, Quito, 2013  
Elaboración: Autor

De lo cual se puede para el año 2012 se tiene una población española de 47'109.493 habitantes.

**CUADRO No.9****PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MORA**

<b>X</b>	<b>Años</b>	<b>Total Mora Y</b>	<b>Regresión Lineal</b>	
			<b>x ^2</b>	<b>xy</b>
-4	2.004	43.439.325,84	16,00	-173.757.303,36
-3	2.005	43.891.407,34	9,00	-131.674.222,01
-2	2.006	44.348.193,73	4,00	-88.696.387,46
-1	2.007	44.809.733,99	1,00	-44.809.733,99
0	2.008	45.276.077,59	0,00	0,00
1	2.009	45.747.274,52	1,00	45.747.274,52
2	2.010	46.223.375,28	4,00	92.446.750,57
3	2.011	46.704.430,92	9,00	140.113.292,77
4	2.012	47.190.493,00	16,00	188.761.972,00
<b>TOTALES</b>	<b>18072</b>	<b>407.630.312,21</b>	<b>60,00</b>	<b>28.131.643,03</b>
<b>MEDIA (X, Y)</b>				
<b>a =</b>	<b>45.292.256,91</b>			
<b>b =</b>	<b>468.860,72</b>			

**CUADRO Nro.10****POBLACION DE ESPAÑA PROYECCION**

<b>Total población España</b>	
<b>Años</b>	<b>y estimado</b>
2.013	47.636.560,5
2.014	48.105.421,2
2.015	48.574.281,9
2.016	49.043.142,6
2.017	49.512.003,4
2.018	49.980.864,1
2.019	50.449.724,8
2.020	50.918.585,5
2.021	51.387.446,2
2.022	51.856.307,0

Fuente: OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA”, Quito, 2013  
 Elaboración: Autor

Para calcular la demanda de moras, se lo realiza en base al método del consumo aparente, es decir utilizando la población y su consumo per cápita<sup>82</sup> de morasen España que ese cálculo en 1.61 kilogramos año.<sup>83</sup>

### CUADRO NO.11

#### PROYECCIÓN DEL CONSUMO POTENCIAL DE MORA, UTILIZANDO EL CONSUMO PER CÁPITA DE MORA

<b>Año</b>	<b>Numero Habitantes</b>	<b>Consumo Recomendado habitantes Kg. / año</b>	<b>Consumo Recomendado Potencial Tn</b>
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>CP= A* B</b>
2.013	47.636.560	1,61	76.694,86
2.014	48.105.421	1,61	77.449,73
2.015	48.574.282	1,61	78.204,59
2.016	49.043.143	1,61	78.959,46
2.017	49.512.003	1,61	79.714,33
2.018	49.980.864	1,61	80.469,19
2.019	50.449.725	1,61	81.224,06
2.020	50.918.586	1,61	81.978,92
2.021	51.387.446	1,61	82.733,79
2.022	51.856.307	1,61	83.488,65

Fuente: OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA”, Quito, 2013  
Elaboración: Autor

<sup>82</sup>Per cápita es una locución latina de uso actual que significa literalmente ‘por cada cabeza’ (está formada por la preposición per y el acusativo plural de caput, capitis ‘cabeza’), esto es, ‘por persona’ o ‘por individuo’.

Generalmente se utiliza para indicar la media por persona en una estadística social determinada. El uso más común es en el área de los ingresos. Así, existen índices de renta per cápita, ingresos familiares per cápita, renta familiar disponible per cápita. También se elaboran índices de consumo de productos per cápita, como energía, alimentos y medios de comunicación, así como sus funciones (también se refiere al ingreso por persona en un determinado país para lograr saber su nivel de productividad en dicho sector).

<sup>83</sup>INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS – INE, ”Informes de Gestión” ;Madrid, 2013

Cabe indicar que la información se la consiguió en la Oficina Comercial de España de manera directa.

### 3.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

A continuación se presenta la oferta de mora ecuatoriana y mundial al mercado español, por medio del Consumo Aparente.

**CUADRO No.12**

#### **CONSUMO NACIONAL ESTIMADO DE MORA EN ESPAÑA**

<b>Año</b>	<b>Producción Nacional</b> <b>A</b>	<b>Importación de España a Ecuador</b> <b>B</b>	<b>Importación de España al Mundo</b> <b>B'</b>	<b>Exportación</b> <b>C</b>	<b>Consumo Nacional Aparente</b> <b>CNA = A +B+ +B' - C</b>
2013	82,3	7,57	2.232,00	230,7	2.091,18
2014	92,5	8,14	2.477,52	232,9	2.345,24
2015	103,9	8,70	2.750,05	235,1	2.627,57
2016	116,8	9,26	3.052,55	237,3	2.941,29
2017	131,2	9,82	3.388,33	239,5	3.289,88
2018	147,4	10,38	3.761,05	241,7	3.677,18
2019	165,7	10,95	4.174,77	243,9	4.107,49
2020	186,1	11,51	4.633,99	246,1	4.585,56
2021	209,2	12,07	5.143,73	248,3	5.116,67
2022	235,0	12,63	5.709,54	250,5	5.706,70

Fuente: BCE, "Departamento de Comercio Exterior", Quito, 2013  
Elaboración: Autor

De lo cual se puede para el año 2013 se tiene un Consumo Nacional Aparente de 2.091,18 Tn/año.

**CUADRO NO.13**  
**EXPORTACION DE MORA**  
**AL MERCADO ESPAÑOL**

X	Y1	Y1
AÑOS	Total Exportaciones Ecuatorianas Mora a otros países Tn/ año	Total Exportaciones Ecuatorianas Mora España Tn/ año
2001	3,01	0,00
2002	18,20	0,00
2003	41,99	1,05
2004	27,20	6,27
2005	13,82	7,27
2006	6,72	3,08
2007	1,92	0,00
2008	8,72	2,96
2009	18,25	0,50
2010	0,15	0,01
2011	6,60	4,82
2012	18,73	17,95

X	Años	Total Mora Y	Regresión Lineal	
			x ^2	Xy
-4	2.004	6,27	16,00	-25,08
-3	2.005	7,27	9,00	-21,81
-2	2.006	3,08	4,00	-6,16
-1	2.007	0,00	1,00	0,00
0	2.008	2,96	0,00	0,00
1	2.009	0,50	1,00	0,50
2	2.010	0,01	4,00	0,02
3	2.011	4,82	9,00	14,46
4	2.012	17,95	16,00	71,80
<b>TOTALES</b>	<b>18072</b>	<b>42,86</b>	<b>60,00</b>	<b>33,73</b>
<b>MEDIA (X, Y)</b>				
<b>a =</b>	<b>4,76</b>			
<b>b =</b>	<b>0,56</b>			

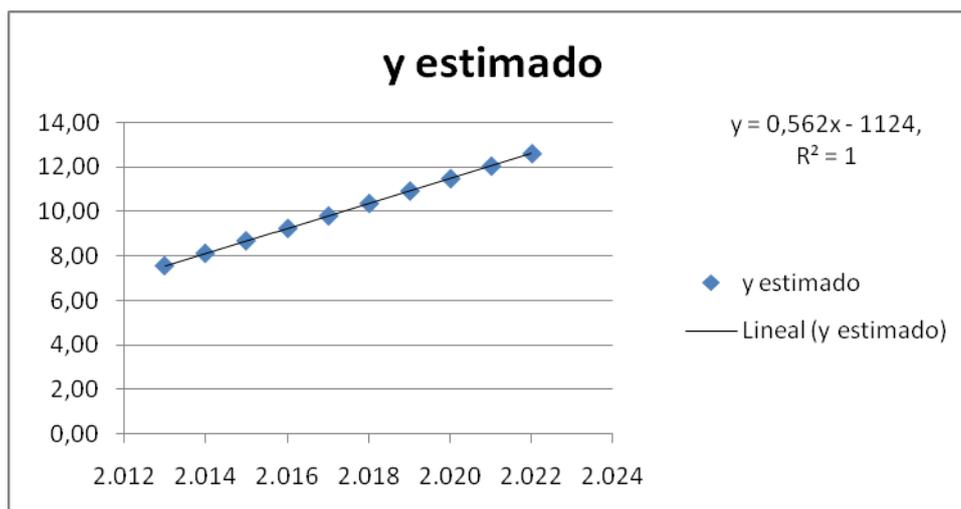
Total Exportaciones Ecuatorianas Tn/ año	
Años	y estimado
2.013	7,57
2.014	8,14
2.015	8,70
2.016	9,26
2.017	9,82
2.018	10,38
2.019	10,95
2.020	11,51
2.021	12,07
2.022	12,63

Fuente: BCE, "Departamento de Comercio Exterior", Quito, 2013  
Elaboración: Autor

Lo que significa, que por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 7.57 Tn/ año para el año 2013, con tendencia creciente; como se refleja el siguiente gráfico:

### GRÁFICO No.13

#### PROYECCIÓN OFERTA DE MORA ECUATORIANA AL MERCADO ESPAÑOL



Fuente: Investigación propia  
Elaboración: Autor

Aquí también se obtiene 1 como resultado del cálculo del coeficiente de determinación  $R^2$  lo que significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la oferta (variable dependiente); esto valida las proyecciones efectuadas.

### 3.5 DEMANDA PROYECTADA A CUBRIR

A continuación se presentan los datos que se obtuvieron en las proyecciones de la oferta y demanda para determinar la existencia o no de demanda insatisfecha respecto de la comercialización mora al mercado español.

**CUADRO No.14**

#### **DEMANDA PROYECTADA A CUBRIR**

<b>Año</b>	<b>Consumo Potencial</b>	<b>Consumo Nacional Aparente</b>	<b>Demanda Potencial Insatisfecha Tn</b>
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>CP= A* B</b>
2.013	76.694,86	2.091,18	74.603,68
2.014	77.449,73	2.345,24	75.104,49
2.015	78.204,59	2.627,57	75.577,02
2.016	78.959,46	2.941,29	76.018,17
2.017	79.714,33	3.289,88	76.424,45
2.018	80.469,19	3.677,18	76.792,01
2.019	81.224,06	4.107,49	77.116,57
2.020	81.978,92	4.585,56	77.393,37
2.021	82.733,79	5.116,67	77.617,12
2.022	83.488,65	5.706,70	77.781,95

Fuente: Oficina Comercial España.  
Elaboración: Autor

A partir del año 2013 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el mercado español requiere de abastecimiento de mora, por lo que es factible ingresar a ofertar el producto con las condiciones de precio, calidad y transporte.

**Comercialización de la presente investigación.**

**CUADRO Nro.15  
NIVEL DE PARTICIPACION A CUBRIR**

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial Insatisfecha Tn</b>	<b>Comercialización del proyecto Tn</b>	<b>Participación %</b>
2.013	74.603,68	96,03	0,129%
2.014	75.104,49	104,00	0,138%
2.015	75.577,02	113,00	0,150%
2.016	76.018,17	123,00	0,162%
2.017	76.424,45	134,00	0,175%
2.018	76.792,01	146,00	0,190%
2.019	77.116,57	159,00	0,206%
2.020	77.393,37	173,00	0,224%
2.021	77.617,12	188,00	0,242%
2.022	77.781,95	204,00	0,262%

Elaborado por: Autor

La presente investigación contribuye con el 0.12% de la demanda insatisfecha en el año 2013.

### **3.6 COMPETENCIA**

#### **POLITICAS INTERNACIONALES PARA EL COMERCIO**

La política comercial común (PCC) es competencia comunitaria en lo relativo a las “modificaciones arancelarias, la celebración de acuerdos arancelarios y comerciales, la consecución de la uniformidad de las medidas de liberalización, la política de exportación, así como las medidas de protección comercial, y entre ellas, las que deban adaptarse en caso de dumping y subvenciones” (art. 133.1 del Tratado de la UE). El objeto de la liberalización del comercio exterior de la UE pasa por establecer acuerdos bilaterales con terceros países o bloques regionales, que bien contribuyen a reducir aranceles, en el caso de ser preferenciales, o a eliminar otras barreras comerciales, caso de acuerdos tanto preferenciales como no preferenciales.

Los acuerdos comerciales que firma la UE se pueden clasificar en dos categorías:

1. Acuerdos no preferenciales, en los que el tratamiento arancelario es el de Nación Más Favorecida; caso de EEUU, Japón, Canadá, Nueva Zelanda, Australia y Corea, que buscan fortalecer los lazos comerciales a través de partenariados que limiten la aparición de conflictos. (Acuerdos Marco de Cooperación Económica y Comercial o Acuerdos de Colaboración y Cooperación).
2. Acuerdos preferenciales, que otorgan ventajas comerciales superiores al trato NMF, entre los que cabe realizar la siguiente diferenciación a tenor de su principal objetivo:

- Consolidar el mercado único europeo (EEE)
- Fortalecer la integración comercial y económica con Latinoamérica y con otras áreas geográficas (Acuerdos de Asociación con México, Chile, Sudáfrica,...)
- Países en vías de desarrollo y menos avanzados disfrutan del régimen SPG respectivamente, que les otorga la UE sin exigir ninguna reciprocidad.

Los Acuerdos de Asociación que se están negociando en la actualidad se apoyan en tres pilares fundamentales: el diálogo político, la cooperación económica y las relaciones económicas y comerciales.

Finalmente el último objetivo de esta política comercial bilateral es el de facilitar los intercambios con el resto de bloques comerciales y fortalecer la posición del bloque comercial europeo en el contexto internacional, de este modo, se facilita que los países se unan formando bloques comerciales que, a su vez, se irán integrando en bloques más amplios. El regionalismo puede desembocar en una liberalización comercial de carácter multilateral.

### **Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)**

El SGP europeo concede reducción de los derechos de aduana, con limitaciones cuantitativas para una serie de productos agropecuarios e industriales.

Alrededor del 20% de 700 productos agropecuarios disfrutan en la Unión Europea de franquicia arancelaria. Los restantes gozan de reducciones que van de un 20% a un 50% del derecho de la Cláusula de Nación más Favorecida (NMF), sin limitaciones cuantitativas

## **Sistema Generalizado de Preferencias - SGP Droga**

El SGP Droga es el programa por medio del cual la Unión Europea (UE) concede a los países miembros de la CAN y Centroamérica, una prórroga de las preferencias arancelarias concedidas dentro del marco del SPG Andino (1991- 2001), como respaldo al esfuerzo que estos países venían realizando en la lucha contra el narcotráfico.

Además se incluye en el programa a Pakistán, este compromiso es de carácter unilateral, no recíproco, ni discriminatorio, por lo que los países que lo otorgan pueden decidir qué productos incluir y excluir, y fijar además los requisitos que deben cumplir para acceder a sus beneficios.

El Programa consiste en una rebaja del 100% del gravamen aduanero para casi el 90% de las exportaciones provenientes de los países antes mencionados y busca con ello conceder oportunidades de exportación que favorezcan los cultivos de sustitución.

El SGP Andino entró en vigor el 1 de enero de 1991 por un período de cuatro años, hasta el 31 de Diciembre de 1994, cuando la Comunidad Europea presentó un nuevo esquema “pluri-anual” para el SGP, por un período de diez años (1995-2004), en el que se incluyó además a Venezuela.

El Programa incluyó a partir de 1999 a los países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá). Luego de cumplir con el período 1999-2001, la prórroga de las preferencias otorgadas en el SGP Droga fue aprobada por medio del

Reglamento (CE) No 2501/2001 del Consejo del 10 de Diciembre de 2001, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período comprendido entre el 1 de enero de 2002 y el 31 de diciembre de 2004 a los países centroamericanos y a los de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

En esta última prórroga se incluyó a Pakistán dentro del grupo que recibe el tratamiento preferencial, dado que este país afronta también problemas de producción de cultivos ilícitos similares a los países andinos y ha hecho esfuerzos en los últimos años para su erradicación, a cambio de lo cual se beneficiará de la eliminación de aranceles para sus exportaciones de fruticolas. Entre los productos más favorecidos por el SPG Droga, se destacan:

- Productos alimenticios: Café crudo o verde sin descafeinar, flores frescas, frutas frescas y congeladas (excepto banano, fresas y limones), legumbres frescas y congeladas, pescados, crustáceos y moluscos.
- Productos manufacturados: Fruticolas y confecciones, cueros y sus manufacturas, calzado y sus partes componentes, tabaco.
- Productos procesados: frutas secas, concentrados de frutas, jugos de frutas, encurtidos, conservas de frutas y verduras, palmitos en conserva.

## **CONSUMIDOR ESPAÑOL**

En España los cambios socioeconómicos están abriendo camino para nuevos productos: un mejor estilo de vida, descenso en la influencia de la familia y tradición, cambios en la

estructura familiar, desarrollo del turismo entre otros han provocado que el consumidor español se decida por el consumo de algunos de estos productos:

- Los productos exóticos
- Productos fáciles de preparar y consumir
- Productos para usos múltiples
- Productos en pequeñas porciones
- Productos dietéticos y naturales, “hechos en casa”

Cabe indicar que existe una preferencia por los productos frescos o congelados antes que los productos enlatados o conservados ya que estos tienen preservantes y colorantes, este mercado requiere de un producto que no solamente sea fresco sino que también sea de muy alta calidad, conveniente y sano.

El consumidor español no considera que un producto dietético o ligero sea un producto sano, lo que él considera sano es un producto que ofrezca más nutrientes y vitaminas que un producto ordinario, por lo que la mora que es una fruta con altos porcentajes nutricionales tiene en este concepto su más alta oportunidad de ingreso a este mercado.

## **VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA DE FRUTAS TROPICALES DEL MERCADO**

España es uno de los mayores mercados europeos para las frutas, legumbres y hortalizas tropicales, tanto en fresco como en procesado.

Estos productos son considerados como bienes de lujo, dado su alto precio, por lo cual una reducción en el precio, logra significativos aumentos en la cantidad demandada. En general, el aumento del consumo de frutas tropicales y frutas y vegetales de contra-estación, se ha explicado por los factores siguientes:

- Mejor nivel de vida y desarrollo del turismo de masa que tiene por consecuencia que el español pruebe nuevos productos de tipo mediterráneo y las frutas tropicales a su alcance durante el viaje.
- Los hyper y supermercados están ofreciendo un surtido popular de frutas exóticas. Adicionalmente, con el fin de satisfacer el interés de los consumidores franceses por las frutas y verduras e incrementar sus ventas, estos supermercados procuran exhibir de 10 a 20 productos exóticos.
- En España son muy populares los mercados al aire libre, ideales para exhibir y promover los productos exóticos y de fuera de temporada.
- Hay una mayor aproximación comercial y sistemática entre la producción y la distribución entre los países productores y los consumidores

#### **OPORTUNIDADES DE LA MORA ECUATORIANA EN EL MERCADO ESPAÑOL.**

1. España es el importador más grande de frutas y de vegetales en la UE. Una pieza sustancial de estas importaciones viene de países en vías de desarrollo.

2. El consumo de fruta está aumentando y los exóticos es el grupo de producto que crece más rápido.
3. Preferencia del consumidor español por productos con altos contenidos vitamínicos y nutricionales como es el caso de la mora

## **INFORMACIÓN ARANCELARIA**

### **Partida Arancelaria:**

Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos.

### **Derecho Arancelario Ad Valorem:**

Los derechos establecidos en el arancel aduanero y otros impuestos aplicados en ocasión de las importaciones, consiste en porcentajes que se aplican sobre el valor de las mercaderías.

### **Nomenclatura de clasificación para el Ecuador**

Para abarcar los datos de comercio exterior sobre morase debe tomar en cuenta su posición arancelaria dentro del arancel nacional de importaciones:

#### **CUADRO No.16**

#### **081020.00.00: MORA**

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>
8.10	La demás frutas u otros frutos, frescos
0810.20.00.00	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Departamento de Comercio Exterior, Quito, 2013  
Elaboración: Autor

### 3.7 POSICIONAMIENTO

En primera instancia el posicionamiento es la primera idea del consumidor que va a tener sobre ECUAMORITA; es decir la empresa tiene que posicionar su producto en base a lo que quiere comunicar como:



- ❖ Mora de calidad.
- ❖ Mora de Castilla.
- ❖ Mora de Ecuador
- ❖ Mora de buen sabor.
- ❖ Mora con sus beneficios.

Todos estos puntos se basan que cuando se escuche o se vea el logotipo de Ecuamorita en el mercado Español el consumidor responda y recuerde en su cabeza o en su entorno las siguientes preguntas:

- |                    |               |
|--------------------|---------------|
| 1.- Ecuamorita es? | BUENA CALIDAD |
| 2.- Ecuamorita es? | ECUADOR       |
| 3.- Ecuamorita?    | BUEN SABOR    |

En si utilizamos ECUAMORITA porque?

Por su buena calidad que viene del Ecuador, que tiene buen sabor con sus propiedades y beneficios de salud, con un valor adicional que es utilizado como jugos o en la gastronomía. Todo se va a realizar mediante su promoción inmescuyendo en la televisión, conciertos, grandes eventos, dando a conocer al consumidor que la mora es la fruta que ellos necesitan y no la tienen, con sus beneficios y su grado de utilización tanto en jugos como en el ámbito gastronómico.

GRAFICO Nro.14



Fuente: Autor

Elaboración: Autor

GRAFICO Nro.15



Elaboración: Internet / [www.google.com](http://www.google.com)

GRAFICO Nro.16



Elaboración: Internet / [www.google.com](http://www.google.com)

## **Conclusión.**

La Empresa de exportación de mora (ECUAMORITA), procura que la percepción del cliente este acorde con la misión y visión de la empresa, además de asegurar un servicio post sólido y una garantía que permite la tranquilidad de los consumidores al tener un producto de calidad.

Sin embargo, cabe recalcar que un buen distribuidor del producto debe tener ciertas características que lo hacen ser mejor que otros, por ejemplo, deben tener calidad profesional; cualquiera puede ser distribuidor de productos, pero no cualquiera es un profesional en su actividad, esto implica estar entrenados para el trabajo, tener una buena organización, que el personal tenga una mentalidad orientada hacia el mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera, por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, de aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

De la misma forma en que otros estudios afectan a las decisiones del estudio técnico, éste condiciona a los otros estudios, principalmente al financiero y organizacional.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Nassir y Reinaldo Sapag Chain, MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.

#### **4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome respecto a este punto determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta, el presente proyecto será la creación de una empresa dedicada a la producción, comercialización y exportación de la Mora al Mercado español.

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, alternativas tecnológicas, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto, entre otras.

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque éste no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que, como se verá más adelante, el nivel óptimo de operación no siempre será el que maximice las ventas.

Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto del mercado: aquella en que la cantidad demandada total sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar; aquella en que la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se pueda instalar y aquella en que la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

Para medir esto se define la función de demanda con la cual se enfrenta el proyecto en estudio y se analizan sus proyecciones futuras con el objetivo de que el tamaño no sólo responda a una situación coyuntural de corto plazo, sino que se optimice frente al dinamismo de la demanda.

La disposición de insumos tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto, los insumos deben estar utilizables en la cantidad y calidad deseada y entre otros aspectos, será ineludible analizar las reservas de recursos renovables y no renovables, la existencia de suplentes e incluso la posibilidad de cambios en los precios reales de los insumos a futuro.

La disposición de insumos se interrelaciona a su vez con otro factor determinante del tamaño: la ubicación del proyecto, es decir más lejos este de las fuentes de insumos, más alto será el costo de su racionamiento, produciendo una economía de escala; es decir, mientras más aumente el nivel de operación, mayor será el costo unitario de los insumos.

En el estudio de las alternativas tecnológicas, la disposición de cuál resulta más conveniente se sustentó en el hecho de que todas ellas debían entregar en calidad y cantidad los requerimientos del mercado, independientemente de que la opción seleccionada pudiera aceptar un mayor nivel de manufactura.

Para una apertura del proyecto se necesita de un tamaño pequeño, para posteriormente irlo ampliando. Así que se ha decidido iniciar el proyecto con una empresa PYME.

## **PYMES**

Cuando se examina la organización económica de cualquier país encontramos la compatibilidad de empresas de distinta envergadura, de esta forma cuando analizamos sectores determinados en los distintos países, encontramos el mismo fenómeno, es decir que de ello podemos desprender que la dimensión de una empresa no esta relacionada con un determinado sector de actividad, no existe una actividad donde inevitablemente las empresas deben tener una dimensión dada para funcionar, tampoco existen países o economías dados que exijan un determinado nivel de actividad para que se conforme una empresa.

Indagando en la disposición económica de distintos países, se puede encontrar sectores más dinámicos que otros, movimientos que cuentan con ventajas comparativas frente a otros países, pero en todos se encontrara empresas pequeñas, medianas y grandes.

Actualmente, en la economía mundial se vislumbra claras tendencias hacia la internacionalización de los negocios y de los mercados, la liberación del comercio, el intercambio entre grandes bloques económicos regionales.

En este sumario se entiende que las PYMES deben consumir un papel destacado, la nueva concepción de la competencia, cobra especial relevancia el criterio de "especialización flexible" que contempla la capacidad de las compañías para responder en la forma ordenada a los cambios en el mercado externo, adaptándose a los tipos de bienes producidos, cantidad y calidad de mano de obra, insumos, etc., hasta el mismo proceso productivo debe replantearse.

Luego las PYMES se hallan su razón de ser, ya que organizan las estructuras más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un substancial factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.

**Características.-** La definición de PYMES se ha realizado en dos formas:

a) Cuantitativa: Calidad del personal o facturación.

b) Cualitativa: El C.E.D. (committee for economic development<sup>85</sup>) indica que la empresa es una PYME si cumple con dos o más de las siguientes características:

- Administración independiente (generalmente los gerentes son también propietarios).
- Capital suministrado por los propietarios.
- Fundamentalmente área local de operaciones.
- Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial en que actúa.

Sector Comercial:

- Ingreso bruto anual (sin IVA ni impuestos internos) hasta \$1.000.000
- Capital productivo hasta \$3.000.000

**Relación tamaño-productividad.-** Tanto el análisis teórico como estudios estadísticos realizados indica que existe una relación entre tamaño de empresa y productividad, dado que

---

<sup>85</sup> PORTER Michael, “Ventaja Competitiva de las Naciones”, Ed. Mc Graw Hill, Pág. 58, Bogota, 2005

mayores tamaños en la estructura significan mayor concentración en los resultados, existe también una leve correlación positiva entre concentración y productividad.

El tamaño-productividad debe examinarse por sector de la economía, en los sectores manufacturero y comercial el fenómeno de economías de escala tiene mucha importancia. En algunos casos este tema define el tamaño óptimo mínimo de una planta o empresa. Esto no quiere decir que no existan oportunidades para empresas pequeñas.

El apareamiento de nuevas tecnologías, por un lado, y la búsqueda de una admiración entre resultados económicos y sociales, por otro está llevando a la industria en otros países, a diseñar plantas industriales de un tamaño en muchos casos inferior al que hubiera adoptado una década atrás, si esta tendencia se generaliza, a largo plazo esta conducta empresaria modificará la estructura industrial.

**La importancia de las PYMES.-** La importancia de las PYMES en la economía se basa en que:

- Asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.

- Obtienen economía de escala a través de la cooperación inter-empresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

La importancia de las PYMES como unidades de producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo justifica la necesidad de dedicar un espacio a su conocimiento.

Debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las PYMES poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultaran una buena fuente generadora de empleo, sobre todo profesionales y demás personal calificado.

En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los microemprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía.

Para la aplicación legal de esta empresa se plantea la figura de una sociedad anónima, la cual le da versatilidad y funcionalidad a todo el esquema productivo que se va a proponer. Para conformar una compañía anónima se requiere observar los siguientes parámetros de ley <sup>86</sup>

## **4.2 LOCALIZACIÓN**

La localización ordenada de la empresa que se crearía con la factibilidad del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la disposición acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a juicios estratégicos, institucionales, políticos, ambientales, e incluso de distinciones emocionales.

---

<sup>86</sup> Tomado de la Ley de Compañías vigente en la República del Ecuador

El objetivo que sigue a la ubicación de un proyecto es lograr una situación de competencia basada en menores precios de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es elemental y de resultados a largo plazo, ya que una vez creada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio

De manera genérica se dice que la localización de un proyecto o de su planta industrial se orienta en dos sentidos: **hacia el mercado de consumo o hacia el mercado de insumos (materias primas)**. El criterio que define la orientación hacia estos dos sentidos estriba en el **proceso de conversión**.

Si el proceso agrega volumen al producto, el proyecto deberá orientarse hacia el mercado de consumo. Por el contrario, si el proceso resta volumen al producto, el proyecto deberá orientarse hacia el mercado de insumos, en este caso donde se produce la mayor cantidad de cacao en el Ecuador.

Por otra parte, también hay dos niveles que deben investigarse con respecto a la localización de un proyecto: **a nivel macro (regional) y a nivel micro (local)**. El tipo y tamaño del proyecto determina la profundidad de análisis en cada nivel de localización.

**Macrolocalización:** en este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup> BACA, Urbina, "Formulación y Evaluación", Ed. Norma, Pág. 35, Bogota, 2003

**Microlocalización:** en este nivel se llega a definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural, en la microlocalización incidirán en las decisiones, aspectos más detallados como los de ingeniería, costos de terreno, etc., que en última instancia estarán dimensionando el monto de la inversión requerida en el proyecto

En ambos casos, la selección del sitio que representa la ubicación para el proyecto deberá realizarse siguiendo una serie de etapas que consisten en:

- **Identificar y definir los factores locacionales, fundamentales para que se pueda llevar a cabo el proyecto.** En el caso de este proyecto agrofrutícola, el clima y el tipo de tierra son factores determinantes.
- **Identificar las alternativas de localización a nivel macro y micro, de acuerdo con los factores identificados.** Es decir, aquí se establecen las regiones o localidades que cumplen con dichos parámetros.
- **Identificar los factores de tipo institucional que limitan o que alientan la localización, y con base en ellos descartar las alternativas que no sean viables.** Aquí queremos referirnos a todos aquellos elementos restrictivos que están reglamentados y que condicionan el emplazamiento de diversos giros industriales, sobre todo de la industria contaminante (factores ambientales).
- **Seleccionar una localización preliminar mediante métodos objetivos que consideren el costo de transporte: centro de masas o programación lineal (método del transporte).** En este caso se pretende tener inicialmente una priorización de alternativas en función de los costos logísticos de transporte que

involucran, tanto al aprovisionamiento de insumos, como a la distribución física de los productos.

- **Realizar evaluaciones de tipo subjetivo con factores cualitativos que no son fácilmente cuantificables, pero que determinan la localización óptima del proyecto.** En este caso se adicionan criterios de selección de tipo subjetivo, tales como el sindicalismo, acciones políticas, hacia como las reacciones comunitarias hacia la firma que promueve el proyecto.
- **Análisis de las ventajas y desventajas de las alternativas.** Mediante ambos tipos de evaluación (objetiva y subjetiva), señalar la prioridad que tiene cada alternativa de localización, destacando además, las ventajas y desventajas de tipo cuantitativo y cualitativo que poseen cada una de ellas.
- **La selección de la localización óptima.** En este caso, se trata simplemente de establecer el sitio donde se hará el emplazamiento final de la planta industrial, con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización.<sup>88</sup>

### **Selección de la alternativa óptima.**

Al analizar ciertos factores que afectan la macro localización, se requiere diseñar una matriz de ponderación. Para esto se toma el Método Cualitativo por Puntos este permite determinar la ubicación más óptima del proyecto.

---

<sup>88</sup> FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – UN ENFOQUE DE SISTEMAS, Juan Gallardo Cervantes, McGraw Hill, México 1998.

Este método se basa en asignar un puntaje a los factores más determinantes los mismos que influyen de forma directa en el proyecto, debiendo asignar un peso o una calificación a cada uno de estos factores, esta calificación va de 1 a 10 según la importancia que se le asigne por el sector en el cual va a estar ubicada la planta de dicho proyecto.

Una vez realizada la calificación correspondiente se realiza la multiplicación del peso por la calificación dada para así obtener el puntaje total de cada factor con el fin de sumar dichas puntuaciones tendiendo que elegir el de mayor puntuación.

En el siguiente cuadro se indicara los factores y los pesos asignados para evaluar las alternativas planteadas sobre la localización. La calificación se hará de la siguiente forma:

5 = Alto; 3 = Medio; 1 = Bajo.

**CUADRO No.17**

**MATRIZ MACRO LOCALIZACIÓN**

FACTOR	Peso	SAN ANTONIO DE IBARRA		URCUQUI		VALLE DEL CHOTA	
		Calif.	Ponde.	Calif.	Ponde.	Calif.	Ponde.
Mercado de frutas al que se va a dirigir	0,2	3	0,6	5	1	5	1
Transporte, vías de acceso y comunicaciones	0,1	5	0,5	3	0,3	5	0,5
<b>Totales</b>	<b>1</b>		<b>1.1</b>		<b>1.3</b>		<b>1.5</b>

**Fuente:** Investigación propia.  
**Elaborado:** Autor.

De acuerdo a la ponderación de los factores anteriormente realizada, la zona idónea para la localización del proyecto será en el Valle del Chota, ya que en esa zona existe una actividad comercial y económica es muy atractiva, de igual forma los recursos económicos se encuentran disponibles por la mayoría de los personas que transitan en ese sector al mismo tiempo cuentan con servicios básicos, y de transporte. El proyecto se localizará en el Valle del Chota, sector norte de la ciudad de Ibarra.. El área cuenta con una completa cobertura de servicios básicos, situación que permitirá el desarrollo del proyecto con relativa facilidad.

### **GRÁFICO No.17**

#### **UBICACIÓN DE LA PLANTA**



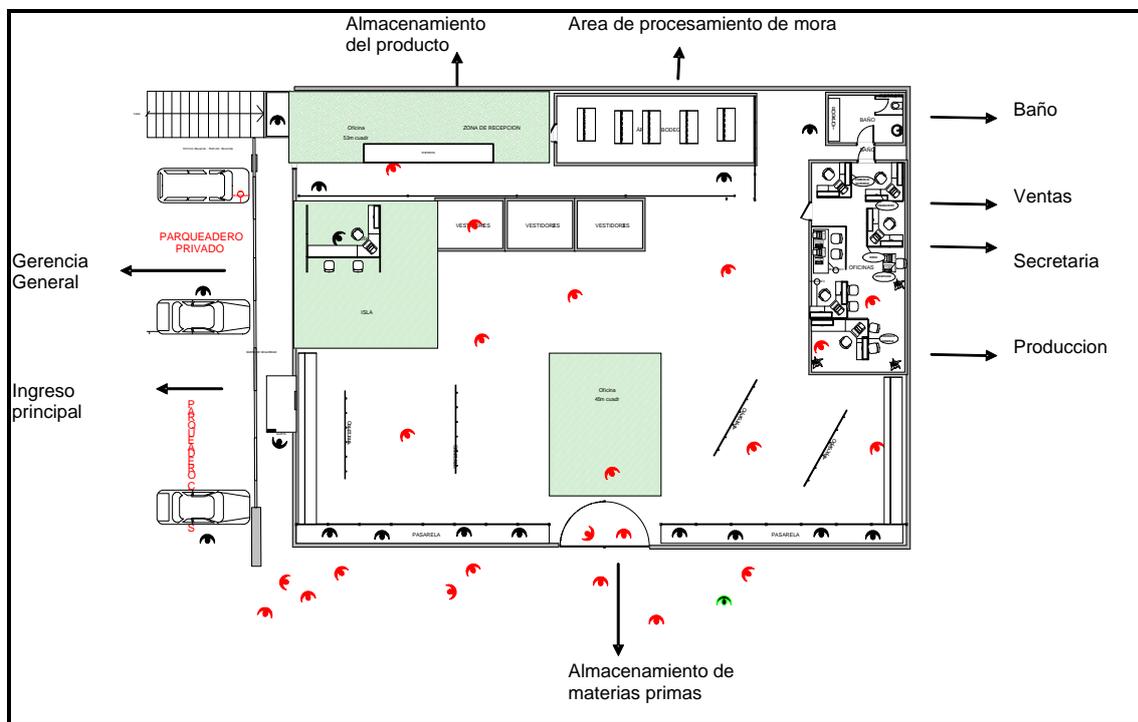
Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Autor.

#### **Distribución de la planta de mora.**

##### **1. Capacidad y tamaño óptimo**

El local en el que va a funcionar el negocio tiene un área longitudinal de 122 m<sup>2</sup> con una profundidad de 14 metros y un ancho de 8.70 metros; ofreciendo total comodidad para el desarrollo adecuado del proceso productivo por la funcionalidad y practicidad de su distribución.

**GRÁFICO No.18**  
**DISTRIBUCION DE LA PLANTA.**



Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Autor.

## 2. Accesos

Tres accesos exteriores: el primero acceso está destinado al ingreso del personal tanto administrativo como operarios, el que a su vez se dividirá para el ingreso al área de operaciones y el acceso para los administrativos a la planta superior.

El segundo acceso estará destinado al ingreso de la materia prima y los insumos directamente a la bodega de almacenaje; finalmente, el tercer acceso estará destinado para la descarga directa de productos terminados desde su bodega.

El primer acceso y el segundo tendrán la amplitud necesaria para movilizar adecuadamente las materias primas e insumos y los productos terminados respectivamente. Interiormente las bodegas de materia prima y productos terminados tendrán accesos directos al área de producción que de igual manera permite la movilización adecuada de los mismos.

### **3. Iluminación**

Las bodegas en el momento de abastecimiento y descarga contarán con la suficiente iluminación natural; sin embargo, tendrán también una angosta ventolera horizontal (50cm) en la parte superior de las puertas exteriores de las bodegas.

El área de producción cuenta con un ventanal horizontal (1.50metros) ubicado en la pared posterior de la planta a una altura suficiente para que no cause distracción en el personal de producción y que provea a la vez de una iluminación óptima para realizar las operaciones.

La oficina cuenta con amplias ventanas panorámicas, asimismo en la parte trasera se dispone de una gran ventana que permite la supervisión al área de operaciones.

### **4. Ventilación**

Las bodegas tienen la ventilación suficiente a través de las ventoleras situadas sobre las puertas de acceso. El área de producción a su vez cuenta con una ventilación natural a través del ventanal posterior, así como también por las ventanas corredizas con las que cuenta la oficina. Además el calor será direccionado desde su punto de mayor generación hacia el exterior por medio de un extractor.

## **5. Altura de los techos**

La altura total del área de producción es de 8,50 metros que facilita la iluminación y ventilación natural adecuada y equipo suspendido para iluminación y extracción de calor.

## **6. Distribución de la planta**

El área de producción y las bodegas estarán distribuidas en la planta baja del local, de la siguiente manera: las dos bodegas estarán ubicadas en la parte frontal del local, una junto a la otra y cada una tendrá 3,5 metros de ancho y 4 metros de profundidad. Al lado derecho se ubica el acceso de personal a la segunda planta y el corredor que llega al área de producción. Con un ancho aproximado de 1,70 metros y una longitud total de 4 metros. Detrás de las bodegas y el corredor funcionará el área de producción con una profundidad de 10 metros y un área total de 87 m<sup>2</sup>; que albergará a las áreas de preparación, mezcla, secado, corte y empacado.

## **7. Seguridad industrial e higiene**

Por naturaleza del proyecto, dedicado al sector alimenticio, se debe tener muy en cuenta la importancia de la seguridad industrial y la higiene, cuidando de que ninguna persona esté expuesta al peligro, como también que la elaboración del producto sea totalmente higiénica.

Por esta razón se han determinado ciertos parámetros que deben ser elementos de apoyo para el proceso productivo tales como:

- Extintores de incendios, ubicados estratégicamente
- Ventilación natural y extracción de calor
- Vestimenta y aditamentos higiénicos necesarios para obreros
- Ubicación adecuada de cuartos de baño y vestidores
- Elaboración de Manuales de Seguridad y Operaciones
- Diseño adecuado de planta, equipos, muebles y enseres

### **4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que deberán efectuarse si se implementa el proyecto; de aquí la importancia de estudiar con especial énfasis la valorización económica de todas sus variables técnicas.

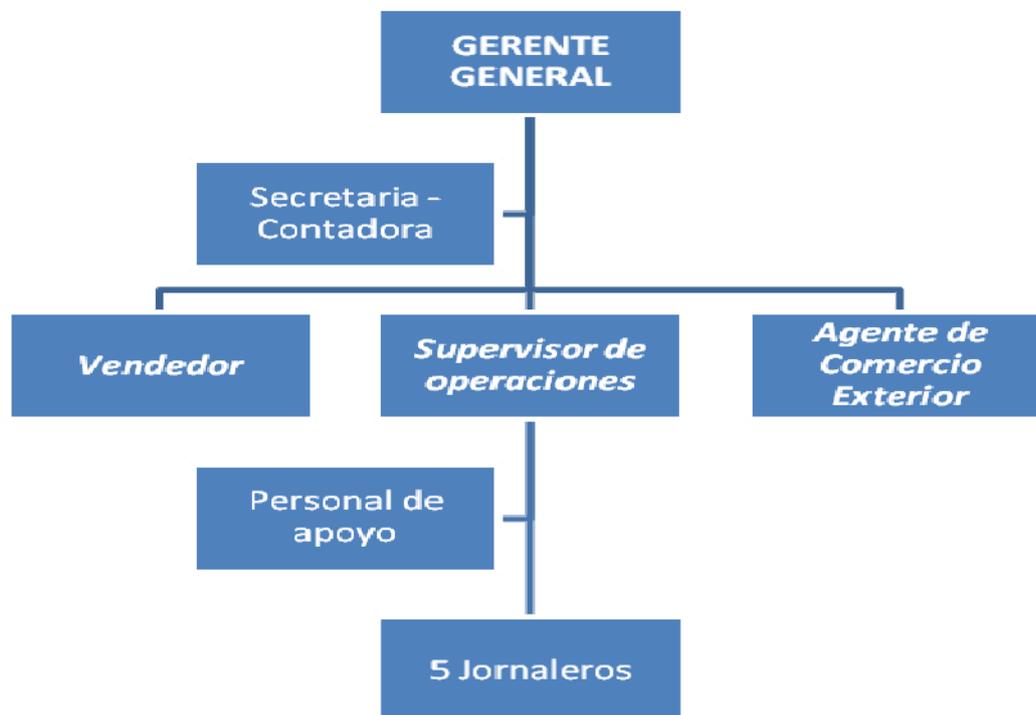
El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y

proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción. De la selección del proceso provechoso óptimo se derivarán las necesidades de equipos y maquinaria. De la determinación de su disposición en planta (layout) y del estudio de las obligaciones del personal que los operen, así como de su movilidad, podrán definirse las necesidades de espacio y obras físicas. El cálculo de los costos de operación de mano de obra, insumos diversos, reparaciones, mantenimiento y otros se obtendrá directamente del estudio del proceso productivo seleccionado.<sup>89</sup>

La estructura Administrativa operacional de la empresa propuesta es la siguiente:

**CUADRO No.18**

**ORGANIGRAMA PROPUESTO**



Fuente: investigación propia  
Elaborado por: Autor

<sup>89</sup> PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Nassir y Reinaldo Sapag Chain, MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.

La empresa se conformará en una estructura vertical, la cual consta de:

- Un Gerente General
- Una Secretaria Contadora de gerencia
- Jefaturas de Ventas, Operaciones y Financiera Contable
- Personal de apoyo (un conserje) y operarios (cinco) subordinados bajo la Jefatura de Operaciones.
- Agente de Comercio Exterior

#### **CALCULO DE SALARIO DE LOS EMPLEADOS DE ECUAMORITA.**

En base y apego a la ley determina ; Que el Art. 328 de la Constitución del Ecuador determina que: "La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como la de su familia..."; y que, "El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, y de aplicación general y obligatoria"; y, en su Disposición Transitoria Vigésimo quinta dispone la revisión anual del salario básico con carácter progresivo hasta alcanzar el salario digno;

Que, el Código Orgánico de la Producción en el título II de la promoción del trabajo productivo digno, en su Art. 8 define: "el salario digno mensual es el que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora así como la de su familia y corresponde al costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar, el costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar serán determinados por el organismo rector de las estadísticas y censos nacionales oficiales del país, de manera anual, lo cual servirá de base para la determinación del salario digno establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales".

Por otro lado el Plan Nacional del Buen Vivir, en su objetivo 6, política 6.4, considera promover el pago de remuneraciones justas sin discriminación alguna, propendiendo la reducción de la brecha entre el costo de la canasta básica familiar y el salario básico,

Y que, el Código del Trabajo en su artículo 117 señala que: "El estado, a través del Consejo Nacional de Salarios -CONADES-, establecerá anualmente el sueldo o salario básico unificado para los trabajadores privados", Tabla de remuneraciones mínimas 2013:

### GRAFICO Nro.19

### REMUNERACIONES

REMUNERACIONES MINIMAS VIGENTES 2013

Sectorial	Desde E2	Hasta A
Agricultura y Plantaciones	318.00	B1 325.16
Producción Pecuaria	318.00	B1 330.72
Pesca, Acuicultura y Maricultura	318.89	B1 330.28
Minas, Canteras y Yacimientos	361.92	B1 543.59
Transf. Alimentos (Incluye Agroindustria)	319.04	B1 335.28
P. Industriales, Farmacéuticos y Químicos	318.89	339.72
Producción Industrial De Bebidas y Tabacos	318.00	B1 333.90
Metalmecánica	323.73	B1 334.22
Artesanías	319.56	C1 333.55
Productos Textiles, Cuero y Calzado	320.39	C2 322.39
Vehículos, Automotores, Carrocerías y Partes	D2 321.98	333.90
Tecnología: Hardware y Software (Incl. Tic's)	318.00	337.36
Electricidad, Gas y Agua	318.00	339.75
Construcción	318.00	B1 351.39
Comercialización y Venta De Productos	318.00	B2 326.68
Turismo y Alimentación	318.00	B1 321.82
Transporte, Almacenamiento y Logística	318.00	B1 337.66
Servicios Financieros	E1 318.45	325.45
Actividades Tipo Servicios	318.00	334.86
Actividades Tipo Servicios (Tit. 4to. Nivel)		372.72
Enseñanza	C3 320.23	435.64
Actividades De Salud	321.41	333.90
Actividades Comunitarias	321.18	339.88
Actividades Comunitarias Periodistas	D2 550.00	900.00

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Resumen libre preparado por JEZL Contadores Auditores, no constituye asesoramiento, para una interpretación o aplicación de la NORMA, es necesario remitirse a su texto original

Fuente : Ministerio de relaciones laborales.

Elaborado por : JEZL

Salario mínimo, Salario básico unificado, SBU 2013 \$ 318,00

Decimo cuarto sueldo 2013 \$ 318.00

Salario digno 2013 \$ 368.37

Salario digno 2012 \$ 370.00

Salario digno 2011 \$ 350,70

**La estructura ocupacional de las Comisiones Sectoriales, según el acuerdo ministerial 370 se detalla a continuación:**

NIVEL A... Jefatura

NIVEL B... Supervisión

- B1.- Supervisión General
- B2.- Supervisión Técnica
- B3.- Supervisión Operativa

NIVEL C... Operación

- C1.- Operación especializada
- C2.- Operación técnica
- C3.- Operación básica

NIVEL D... Asistencia

- D1.- Asistencia administrativa
- D2.- Asistencia técnica

NIVEL E... Soporte

- E1.- Soporte administrativo
- E2.- Soporte operativo

## **DESCRIPCION DEL PUESTO**

- **Gerente General**

### **Perfil**

- Hombre o mujer comprendidos entre 26 a 36 años de edad.
- Estudios superiores en Gestión o Administración de Empresas, Comercio Exterior.
- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares
- Inglés intermedio, Deseable otro idioma (francés, italiano, entre otros con la U.E.)

### **Competencias**

- Ser emprendedor.
- Capacidad de comunicación.
- Dotes de psicología
- Liderazgo, con motivación para dirigir.
- Tener una integridad moral y ser ético/a.
- Espíritu crítico.
- Tener carácter y capacidad para tomar decisiones en situaciones de estrés.
- Saber marcar prioridades.
- Elevada orientación al resultado y cumplimiento de objetivos.
- Capaz de asumir responsabilidad.
- Alta capacidad en la administración de equipos.
- Gran capacidad para delegar.
- Sabe motivar al personal.

- Destaca por su perseverancia y constancia.

### **Actividades**

- Planifica, organiza, dirige y controla para asegurar la cultura empresarial el desarrollo eficaz y eficiente de las actividades comerciales, y de servicio que se realizan en el establecimiento.
- Elabora el presupuesto anual del establecimiento.
- Convoca reuniones para emitir o recibir información.
- Dirige las reuniones que convoca, estableciendo el orden del día de las mismas y dejando constancia de las mismas para su evaluación y seguimiento
- Planea acciones de marketing y llevarlas a cabo.
- Establece estándares de calidad y servicios, orientados a la satisfacción del cliente.
- Evalúa al personal y aprueba sanciones, promociones, incentivos o reconocimientos.
- Establece las políticas y procesos del proyecto.
- Mantiene y desarrolla las normas internas y recibe al personal cuando se lo soliciten.
- Selecciona proveedores, negocia formas y plazos de pago, fechas de entrega, estándares de la entrega de la materia prima y precios.
- Realiza planificación de limpieza, diaria, mensual y semestral.
- Establece una tabla de salarios para el personal en base a la ley.
- Verifica que se cumplan las normas respecto a la higiene, protección contra incendios, así como todas aquellas que tengan que ver con la higiene, seguridad, salubridad del establecimiento y de las personas.
- Evalúa los resultados del establecimiento.
- Responde inquietudes enviadas a la página web del establecimiento.

- Comprueba el grado de satisfacción de los clientes, conversando con ellos, la calidad de los servicios que se presten y apoya al personal cuando sea necesario.
- Aprueba la contratación de personal.
- Autoriza la nómina del establecimiento.
- Revisa los reportes de ventas con el ejecutivo del área administrativa y ventas.
- Responsable de hacer cumplir el presupuesto de la empresa.

- **Ejecutivo de Administración y Ventas**

**Perfil**

- Hombre o mujer comprendidos entre los 26 a 36 años de edad.
- Estudios superiores en Gestión, Administración de Empresas, Marketing, Comercio Exterior.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Inglés intermedio, Deseable otro idioma (francés, italiano, entre otros con la U.E.)

**Competencias**

- Compromiso
- Determinación
- Entusiasmo
- Paciencia
- Dinamismo
- Sinceridad
- Responsabilidad
- Coraje

- Honradez

### **Actividades**

- Recpta inscripciones de clientes.
- Contratación del personal y vigila el entrenamiento de los mismos.
- Delega funciones a cada persona del equipo de trabajo.
- Supervisa el comportamiento y el trabajo de los empleados.
- Supervisa el cumplimiento de los procesos.
- Recepción de quejas de los clientes, planeamiento de soluciones y seguimientos de las mismas.
- Se encarga de la gestión del talento humano.
- Se encarga de realizar la publicidad del establecimiento.
- Conjuntamente con el gerente general se encargan de revisar las ventas.
- Se encarga de realizar el presupuesto de publicidad.
- Recibe y revisa los pedidos de cada área.
- Recibe los pagos de los clientes.
- Realiza el reporte de ventas del establecimiento.

- **Secretaria – Contadora**

### **Perfil**

- Mujer comprendida entre 20 a 24 años de edad.
- Estudiante universitaria en Administración de Empresas y/o Auditoria
- Conocimientos de inglés hablado y escrito en un 70%.
- Inglés intermedio, Deseable otro idioma (francés, italiano, entre otros con la U.E.)

### **Competencias**

- Conocimientos.
- Valores.
- Modales.
- Personalidad.
- Tacto.
- Humildad y Sencillez.

### **Actividades**

- Contesta llamada de clientes.
- Programa agenda de gerente general.
- Toma los inventarios que cada área entrega y los archiva.
- Realiza las compras de cada semana según sea el pedido de cada área, una vez autorizada por la gerencia general.
- Supervisa la puntualidad en horarios de apertura y cierre del establecimiento.
- Ayuda al Ejecutivo de administración y ventas en lo que requiera.
- Inspección de limpieza de cada área.
- Lleva registro de ingresos y egresos.
- Prepara mensualmente los reportes financieros.
- Declara los impuestos mensuales y/o anuales
- Hace la nómina del establecimiento.
- Supervisa la higiene y presentación de las instalaciones, equipos y personal favoreciendo todas aquellas acciones y recursos que permitan mantener un alto grado de las mismas.

- **Personal de Seguridad**

**Perfil**

- Hombre comprendido entre los 28 a 38 años de edad.
- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.
- Pertenecer a una empresa de seguridad autorizada.
- Especialista en protección, guardaespaldas o "consultor"

**Competencias**

- Disciplinado.
- Paciente.
- Observador.
- Minucioso.
- Tener buena memoria.

**Actividades**

- Conoce el manejo de equipos de incendio en caso de emergencia.
- Controla la entrada y salida de los proveedores, así como de clientes y empleados.
- Se responsabiliza de informar de cualquier inconveniente que se presente durante el turno de trabajo.
- Responsable de velar por la seguridad del establecimiento y de los clientes.

- **Agente de Comercio Exterior**

**Perfil**

- Hombre - Mujer comprendida entre 24 a 35 años de edad.
- Profesional graduado en Comercio Exterior

- Conocimientos de inglés hablado y escrito en un 70%.
- Experiencia mínima de 4 años en cargos similares.

### **Competencias**

- Liderazgo, con motivación para dirigir.
- Tener una integridad moral y ser ético/a.
- Espíritu crítico.
- Responsable.
- Emprendedor.
- Entusiasta.
- Honesto.

### **Actividades**

- Recpta inscripciones de clientes.
- Delega funciones a cada persona del equipo de trabajo.
- Supervisa el cumplimiento de los procesos de comercio exterior
- Recepción de quejas de los clientes, planeamiento de soluciones y seguimientos de las mismas.
- Conjuntamente con el gerente general se encargan de revisar las ventas.
- Recibe y revisa los pedidos de cada área.
- Entrega los pedidos de cada área al gerente general para ser aprobados.
- Recibe los pagos de los clientes.
- Supervisa las metas de la empresa anuales en función de las ventas y su respectiva tramitología de comercio exterior.

#### 4.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.).<sup>90</sup>

Los distintos **tipos de procesos productivos** pueden clasificarse en función de su **flujo productivo o del tipo de producto**, teniendo cada caso efectos distintos sobre el flujo de caja del proyecto.

Según el **flujo**, el proceso puede ser en **serie, por pedido o por proyecto**. El proceso de producción es en serie cuando ciertos productos, cuyo diseño básico es relativamente estable en el tiempo y que están destinados a un gran mercado, permiten su producción para existencias. En un proceso por pedido la producción sigue secuencias diferentes, que hacen necesaria su flexibilización, a través de mano de obra y equipos suficientemente dúctiles para adaptarse a las características del pedido; este proceso afectará a los flujos económicos por la mayor especialidad del recurso humano y por las mayores existencias que será preciso mantener. Un proceso de producción por proyecto corresponde a un producto complejo de carácter único que, con tareas bien definidas en términos de recursos y plazos, da origen normalmente a un estudio de factibilidad completo; ejemplos claros de estos son los proyectos de construcción y de filmación de películas, entre otros.

Según el **tipo de producto**, el proceso se clasificará en función de los bienes o servicios que se van a producir; por ejemplo, procesos extractivos, de transformación química, de montaje, de salud, transporte, etc.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Ibid. 24. Pág. 24

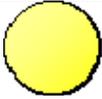
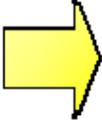
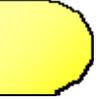
<sup>91</sup> PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Nassir y Reinaldo Sapag Chain, MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.

Muchas veces un mismo producto puede obtenerse utilizando más de un proceso productivo. Si así fuera, deberá analizarse cada una de estas alternativas y determinarse la intensidad con que se utilizan los factores productivos; esto definirá en gran medida el grado de automatización del proceso y, por ende, su estructura de costos. Los procesos de producción permiten asignar actividades y tareas de orden lógico en los servicios que se ofrecen.

### GRÁFICO No.20

#### PRODUCCION DE MORA

La simbología básica de un diagrama de flujo es la siguiente:

	<p><b>Operación</b></p>	<p>Cualquier actividad que dé como resultado un cambio físico o químico en un producto o componente del mismo. Incluye también el ensamble y desensamble de productos.</p>
<p>Ejemplos</p>  	<p><b>Inspección</b></p>	<p>Cualquier comparación o verificación de características contra los estándares de calidad o cantidad establecida para el mismo.</p>
	<p><b>Transporte</b></p>	<p>Cualquier movimiento que no sea parte integral de una operación o inspección. Se debe incluir la cantidad de distancia recorrida por el producto para cada actividad.</p>
	<p><b>Retraso</b></p>	<p>Cualquier período en el que un componente del producto esté esperando para alguna operación, inspección o transporte.</p>

	<p><b>Almacenamiento</b></p>	<p>Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.</p>
---	------------------------------	---

## **PROCESO DE PRODUCCION DE LA MORA PARA LA EXPORTACION**

Debido a las condiciones de mercado y producción de mora, en el Ecuador no existen por el momento grandes empresas exportadoras o propiedades que se dediquen al cultivo y siembra de este fruto exótico en extensiones grandes de tierra. Actualmente la mayoría de cultivos que se han investigado en el proyecto, son parcelas que no sobrepasan las cinco hectáreas y que son trabajadas de forma manual y artesanal, que difícilmente podrían cubrir al 100% la producción necesaria de mora de exportación que permita abrir nuevos mercados en especial el mercado Español que es el punto de estudio del presente proyecto. Debido a estos argumentos el proyecto contempla la producción de mora enfocada a la exportación para lo cual es necesaria la adquisición de activos tanto para el proceso de producción como para el ámbito administrativo. Para el proceso de producción se contemplara los siguientes parámetros:

### **COSECHA Y POSCOSECHA.**

#### **Método de cosecha.**

La mora de castilla es una fruta muy susceptible al magullamiento; por lo tanto, debe ser cosechada con gran cuidado. Un alto índice de magullamiento puede ocurrir durante la cosecha mientras la mora es arrancada y si el recolector sostiene varias frutas en la mano antes

de ser transferidas un recipiente, al magullar la fruta, se puede producir el derrame de jugo de las uvas dañadas, el jugo de la uva contiene azúcares que son un buen sustrato para el crecimiento del hongo *Botrytis*.

#### GRAFICO Nro.21

#### MANEJO DE LA UVA DE CASTILLA



Elaborado por : Edwin M. Chancusig E.

Las uvas destinadas para la exportación se deben recoger agarrando la fruta suavemente con el pulgar y el dedo índice arrancándola suavemente de la planta con un leve movimiento a los lados.

La fruta debe ser colocada con mucho cuidado en la caja de exportación, evitando dejarla caer, si la fruta esta suculenta los cosechadores deben ser instruidos que durante la cosecha, solamente cosechen uva por uva y no mantener mas de una uva en la mano.

En la bandeja que se lleva durante la cosecha, deben haber contenedores separados para la separación en el campo entre calidad de exportación, calidad para el mercado doméstico, y para procesamiento o desperdicio, esta forma de cosecha solo se recomienda cuando los cosechadores estén bien entrenados, en caso contrario, es mejor cosechar las frutas y colocarlas en un solo recipiente, para posteriormente realizar la clasificación de ellas en la empacadora.

## RENDIMIENTO DE PRODUCCION POR HECTAREA

Debido a la falta de productores de mora en el Ecuador que generen los volúmenes necesarios de fruta con condiciones de exportación a los mercados extranjeros, en este caso puntual hacia España, el proyecto determino la necesidad de producción propia mediante la compra de 10 Hectáreas de terreno en la Provincia de Imbabura, Valle del Chota. Luego de las 10 Hectáreas de terreno serán utilizadas 9 hectáreas para la producción netamente de la fruta y 1 hectárea para el acondicionamiento de las instalaciones necesarias para el proceso de post-cosecha. Es por esto que considerando una capacidad de producción de 9 hectáreas con un rendimiento anual de 11 TN/ha el proyecto tendrá una producción bruta de 99 Toneladas y una producción neta para exportación de 96.03 Toneladas, tomando en cuenta un 3% de desperdicios.

**CUADRO No.19**

### PARAMETROS TECNICOS DE CULTIVO.

Densidad de Cultivo	Distancia de Siembra	Condiciones del material de siembra
3.000 – 4.000 plantas por hectárea	2 – 2.5 m por metro cuadrado	10 – 15 cm. de alto

Fuente: Fundación ALIÑAMBI, “Agro exportación de Productos No Tradicionales”, Pág. 8. ED. ALIÑAMBI, Quito, 2012. ing. Dennis Brito  
Elaboración: Autor

**CUADRO No.20**

### RENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN TN/HA

Hectáreas	Rendimiento Tn. / Ha.	Producción bruta Tn. / Ha.	Producción Neta Tn. / Ha.
9,00	11	99	96,03

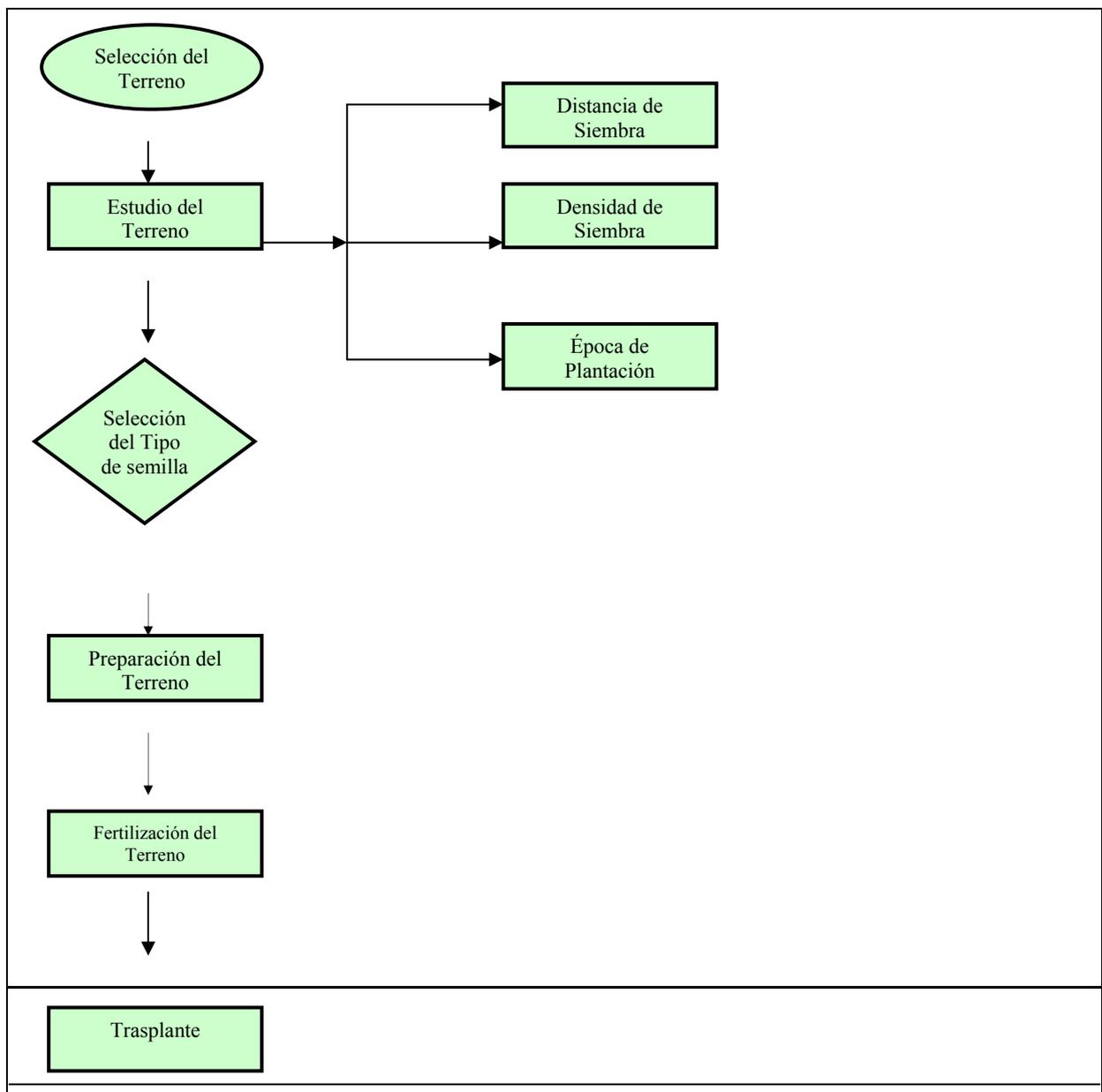
Fuente: Fundación ALIÑAMBI, “Agro exportación de Productos No Tradicionales”, Pág. 8. ED. ALIÑAMBI, Quito, 2012  
Elaboración: Autor

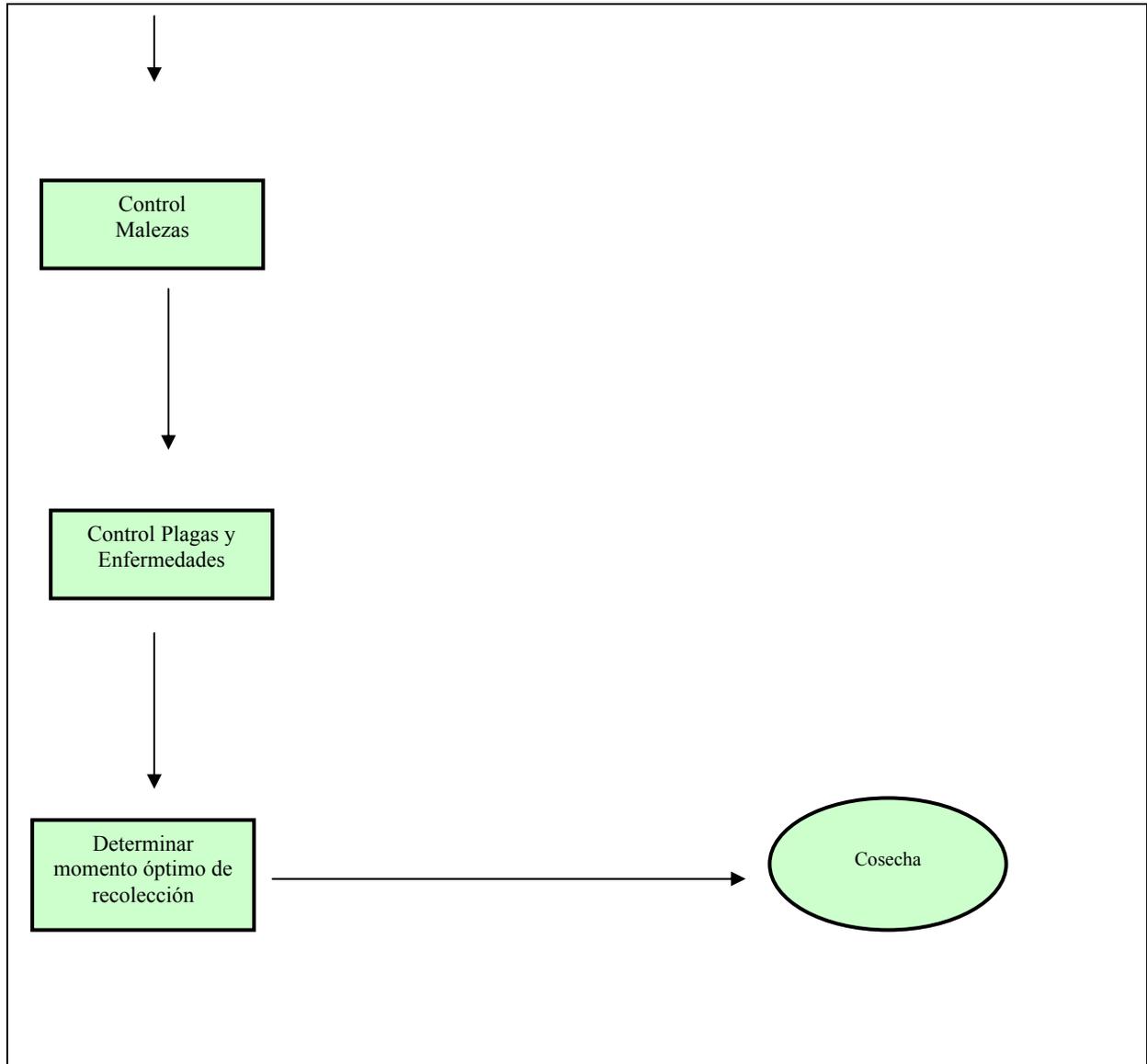
## FLUJOGRAMAS DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL NEGOCIO

A continuación se explica el flujo grama de proceso de la mora, empezando con la selección del terreno, para luego tomar en cuenta la distancia de siembra, densidad y época de plantación. Es importante tomar en cuenta la selección del tipo de semilla, preparación del terreno, fertilización, control de malezas, plagas y sobre todo determinar el momento adecuado de la cosecha, tal como lo indica el siguiente Gráfico, así:

**GRÁFICO No.22**

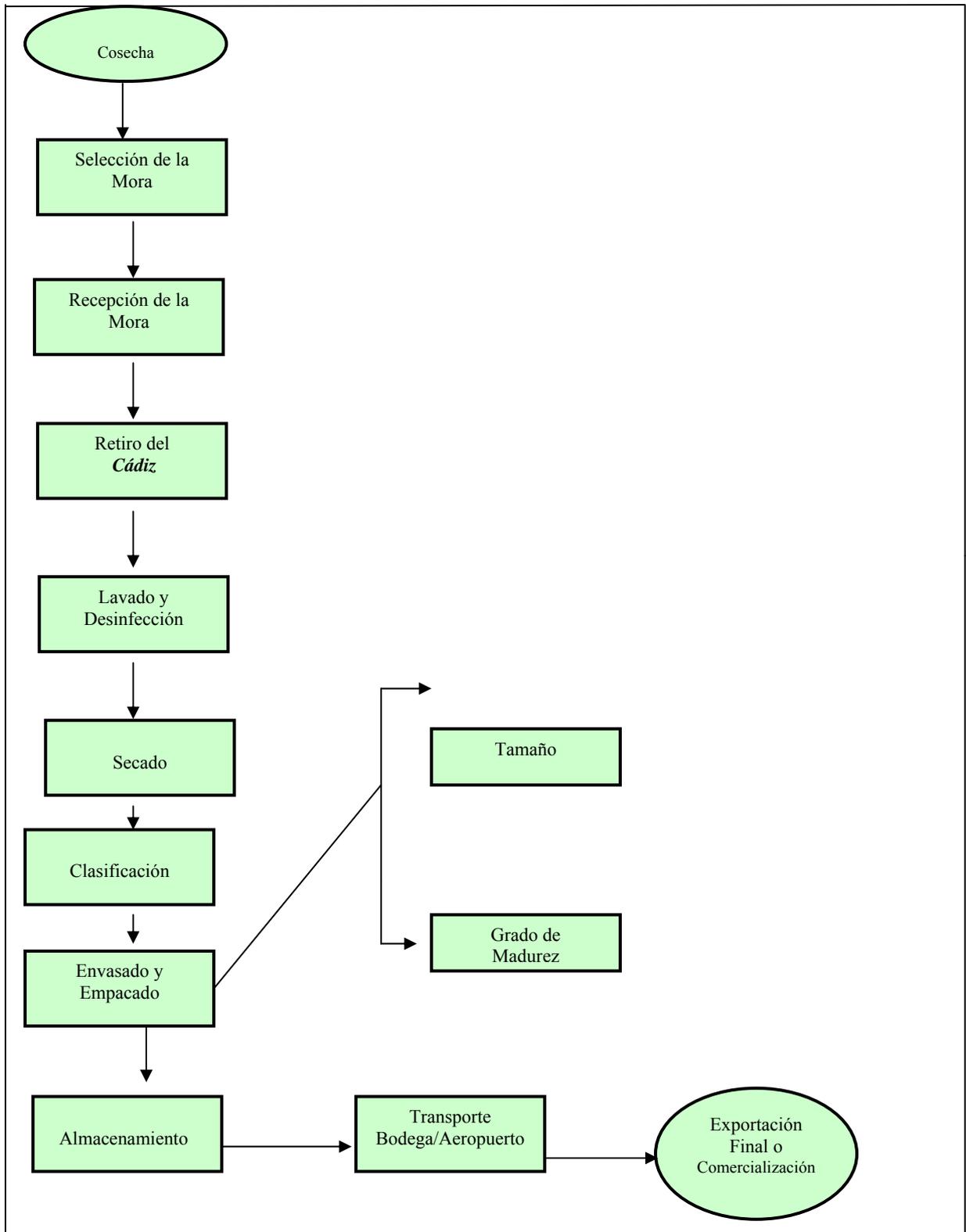
### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCION DE MORA





Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: El Autor

**GRAFICO Nro.23**  
**FLUJOGRAMA DE POST-COSECHA**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: El Autor

## **Manejo poscosecha de mora.**

### **Empaque en el campo**

Los cosechadores deben estar propiamente entrenados para el empaque en el campo. Este es un componente vital en la operación de la exportación de la mora. El objetivo del empaque en el campo es minimizar el magullamiento de la fruta, tocándola una sola vez desde la cosecha al contenedor.

Solamente las frutas maduras y firmes deben ser puestas en los recipientes designados para exportación. Los recogedores no deben poner frutas sobremaduras, no maduras, podridas o dañadas por insectos en las cajas de exportación.

Una cuadrilla de cosecha bien entrada es capaz de seleccionar la fruta de exportación en el campo, y se evita tener que reempacar la fruta y manipularla de nuevo. Manejar la fruta una vez es lo ideal. El manejo de los cosechadores y la supervisión cuidadosa del campo, es extremadamente importante para el éxito de la operación y la calidad del producto de exportación. El desempeño de los cosechadores y los seleccionadores pueden ser extremadamente variables. Los trabajadores deben ser recordados periódicamente del cuidado en el manejo de la fruta.

El magullamiento baja significativamente la calidad de la fruta y el tiempo disponible para su comercialización, por causa del ablandamiento, la decoloración y problemas con el moho gris. Los seleccionadores no deben apretar la fruta y deben colocarla suavemente en los recipientes de exportación de 160 gramos en el campo con la ayuda de una bandeja en el que se colocan las canastas vacías.

Las moras no se deben colocar en canastas de malla o contenedores con orillas puntiagudas. Las frutas no se deben poner en más de 2 capas en el contenedor de cosecha, para evitar magullamiento por compresión y la subsiguiente decoloración de las drupas.

## **Inspección de la fruta en el campo**

Después de llenar cada canasta con fruta, el cargador de campo debe ser llevado a un sitio techado con sombra y donde las canastas son removidas y la calidad del producto es inspeccionada. Cuando sea necesario, frutas individuales que no cumplen con los criterios de calidad para exportación, deben ser removidas y sustituidas. Sin embargo, si los trabajadores de campo están bien entrenados para realizar el empaque de frutas de exportación en el campo, el reemplazo individual debe ser mínimo.

## **Control de peso**

Después de la calidad haya sido adecuadamente inspeccionada, las frutas deben ser pesadas utilizando balanzas electrónicas con pantalla digital, con una precisión de 1 a 2 gramos. Las moras deben tener un peso neto entre 170-175 gr. por clamshell después del empaque, para llegar al destino de exportación con un peso neto mínimo de 160 gr. Un peso superior a 175 significa que se está regalando como producto mal empaquetado y está sujeto a sanciones monetarias rígidas.

La precisión en el peso de las bandejas de plástico (clamshell) es un paso importante en el proceso de control de calidad. Las bandejas correctamente pesadas son tapadas y colocadas directamente en la caja plana de cartón (flat) de exportación de 2 Kg. para ser enfriados por medio de aire frío forzado.

Siempre hay que mantener la fruta bajo sombra y protegida para evitar la deshidratación por el viento después de la cosecha. Un sistema eficiente debe ser desarrollado para permitir el

movimiento frecuente de las cajas de exportación del sitio techado en el campo hacia el enfriador de aire forzado frecuentemente.

### **Enfriamiento mediante aire forzado rápido**

Las moras son altamente perecederas y necesitan ser enfriadas con aire forzado frío bajo humedad relativa alta (90-95% HR), dentro de las 2 horas siguientes a la cosecha, para bajar la temperatura interna en la pulpa entre 0-1°C.

Un retraso de más de 1 hora en el enfriamiento después de la cosecha, o hacerlo en forma inadecuada, resultará en ablandamiento, pérdida de dulzura, una reducción en el brillo de la fruta y un mayor grado de descomposición. Las moras que se dejan durante 4 horas en el campo después de la cosecha, con una temperatura de 30°C en la pulpa de la fruta, perderá más de 1/3 de su valor comercial. Invertir en un cuarto frío es un componente esencial de cualquier operación orientada a la exportación de la mora.

No es simplemente colocar las moras empacadas dentro de un cuarto frío sin circulación de aire y dejarlas enfriar gradualmente, el proceso de enfriamiento tardaría demasiado tiempo y el centro de la fruta no alcanzaría enfriarse adecuadamente en el tiempo oportuno.

La tasa de enfriamiento de la fruta es de 5 a 10 veces más rápido utilizando aire forzado, comparado al aire estático.

Los cuartos fríos existentes pueden ser adaptados para enfriamiento por aire forzado, instalando suficientes enfriadores.

## **Almacenamiento Refrigerado**

Es extremadamente importante mantener la cadena fría después de enfriamiento con aire forzado. El cuarto de enfriamiento por aire forzado debe ser diseñada de tal forma que haya un flujo eficiente de fríos del área de enfriamiento a la de almacenamiento refrigerado temporal. En la mayoría de los casos, es mejor realizar el enfriamiento con aire forzado en un ambiente separado de un cuarto grande de almacenamiento refrigerado.

La mora debe ser almacenada entre 0 y 1°C; no debe permanecer almacenada por más de 1 día si son frutas para exportación.

## **4.5 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO**

### **4.5.1 MATERIA PRIMA**

Para que un proyecto pueda operar correctamente debe haber fluidez en el abastecimiento de materias primas.

La materia prima esencial para el desarrollo del proyecto son las semillas de mora, las cuales serán adquiridas en la Provincia de Imbabura para luego ser llevadas al lugar escogido para su siembra y cosecha el mismo que estará ubicado en el Valle del Chota.

De la misma manera los abonos y fungicidas necesarios para el cuidado del cultivo serán adquiridos en Ibarra, Provincia de Imbabura debido a la facilidad de adquisición que se presenta en la ciudad mencionada.

## **4.5.2 MANO DE OBRA**

### **DISPONIBILIDAD Y COSTO DE MANO DE OBRA.**

El personal mayormente contratado son trabajadores con experiencia en agricultura, debido a que demuestran más capacidad de trabajo y se concentran mejor en el mismo, conservando la equidad de género, por lo tanto los operarios requeridos para el proyecto serán hombres y mujeres.

Existe la disponibilidad inmediata dentro de la misma ciudad, puesto que no se requiere un alto grado de especialización porque los procesos son sencillos y se maneja maquinaria fácil de utilizar. La productividad se basa en la estandarización de los procesos y en la formación de las actividades, las cuales tienen sus bases en un control adecuado de la duración de las mismas y las cantidades de materia prima.

### **FUNCIONES DEL CLIMA LABORAL.**

Las organizaciones son sistemas sociales, si se desea trabajar en ellas o dirigir las, es necesario comprender su funcionamiento. Las organizaciones combinan ciencia y personas, tecnología y humanidad. la tecnología es bastante problemática por sí sola, pero cuando se le agregan las personas, se obtiene un sistema social inmensamente más complejo que desafía virtualmente toda comprensión. no obstante, la sociedad debe entender las organizaciones y utilizarlas de la mejor manera posible, porque son necesarias para lograr los beneficios que la tecnología pone a su disposición.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> KEITH Davis. "EL COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO", Pág. 25, Sexta Edición. Edit. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

Además, son necesarias para la paz mundial, para el éxito de los sistemas escolares y otras metas que las personas desean alcanzar. La supervivencia de la sociedad moderna depende de las organizaciones.

Según se puede observar, el comportamiento humano dentro de las organizaciones es impredecible debido a que se origina en necesidades muy arraigadas de las personas y sus sistemas de valores.

Sin embargo, se entiende parcialmente dentro de los marcos de referencia de las ciencias de la conducta, la administración y otras disciplinas, y éste es precisamente el objetivo de esta obra.

No existen fórmulas simples y prácticas para trabajar con las personas, ni existe una solución ideal para los problemas de la organización.

Todo lo que se puede hacer es incrementar la comprensión y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo.

Las metas son difíciles de alcanzar, pero poseen un gran valor. Si se está dispuesto a pensar en las personas como seres humanos se puede trabajar eficazmente con ellas. Véase la siguiente situación en la que la motivación del gerente aumentó después de varios años de tener un desempeño mínimo y pasivo.

Las empresas de hoy y del futuro tendrán que potenciar y cuidar de los recursos humanos como la estrategia más importante para ser competitivos. Las mejores instalaciones de

cualquier establecimiento hotelero son valoradas por los clientes cuando éstas cuentan con personas que son capaces de transmitir profesionalidad, honestidad en lo que hacen u ofrecen, y una actitud abierta y positiva que permite la relación cálida y humana por encima de cualquier otra consideración.

Con estas razones se debe lograr que los empleados alcancen a un alto nivel de motivación y por ende de satisfacción con la actividad que están realizando.

En la gestión del talento humano se deben tomar en cuenta los siguientes pasos que se describen a continuación:

- Planificación del personal
- Selección del Personal.

En esta parte, se va a hacer la búsqueda de las personas más adecuadas para los puestos de trabajo, por medio de varios procesos.

#### ○ **Reclutamiento**

Se da a conocer la existencia del puesto de trabajo a través de un medio externo como es la prensa, donde se expondrá el perfil que deben tener las personas que acudan al llamado.

#### ○ **Preselección de candidatos reclutados**

Una vez recogidas todas las candidaturas a través de la hoja de vida se pasa a su clasificación.

Se reunirá a todas aquellas personas que fueron más calificadas para hacer una primera entrevista, donde se comprobará los datos de la hoja de vida, además de conocer otros datos como su situación familiar, objetivos profesionales, características de los trabajos que ha venido desempeñando, entre otros.

Aquí también los candidatos podrán aclarar cualquier duda o inquietud que tengan acerca del puesto, o de la empresa, etc.

Se habla sobre horarios, salarios y responsabilidades.

Una vez hecha las primeras entrevistas se escogerán a los candidatos más apropiados para el puesto.

- **Selección final**

Una vez que se encuentre a las personas que acepten las condiciones del establecimiento, se habrán encontrado las personas que van a cumplir con el cargo.

- **Contratación**

Se realiza el respectivo contrato, según lo que la ley establezca y según el acuerdo de ambas partes. En el contrato se debe estar claramente especificado el nombre de las partes, puesto, lugar de trabajo, sueldo, períodos de pago, sanciones, funciones y firmas.

- **Inducción**

Una vez que este todo el equipo de trabajo conformado, se hará un proceso de sociabilización entre la empresa y ellos mismos. Se les dará a conocer el reglamento interno, beneficios, obligaciones, misión y visión de la empresa. Se les llevará a conocer las instalaciones del establecimiento, dueños del establecimiento, estructura organizacional, etc.

- **Capacitación**

La capacitación constante es de vital importancia para tener la calidad total en nuestros servicios y satisfacer las necesidades del cliente.

Se establecerá planes de capacitación de acuerdo a la detección de necesidades, se establecerá los objetivos de capacitación y el contenido de la misma de acuerdo al cargo.

- **Acciones para contribuir a la motivación**

Para garantizar la motivación y satisfacción de los empleados se debe hacer que en la empresa se trabaje en equipo, puesto aquí tendremos el desarrollo dentro del establecimiento.

Se debe empezar por tener una dirección común con los demás, con esto podemos llegar a cumplir el objetivo o meta de una forma más fácil y rápida. Informando siempre de todo lo que suceda en la empresa y a la vez estimular, reconocer y elogiar cuando se ha hecho un buen trabajo.

Cuando dentro del establecimiento de recreación no este funcionando algo bien con un empleado, se debe hablar en el momento oportuno y a solas. Escuchar a los empleados ante cualquier sugerencia o problema que exista.

### **4.5.3 TECNOLOGÍA**

Este factor tiene relación directa con la disponibilidad de tecnología, maquinaria y equipos para la concreción o ejecución del proyecto planteado.

Tomando en cuenta este factor a continuación se detalla las adquisiciones que se realizara para la consecución del proyecto:

#### **Maquinarias y Equipos**

1 Montacargas Bocat, 2 Tanques de Lavado, 1 Bazuca, 1 succionador de basura, 3 Balanzas, 2 Deshidratadores de fruta, 30 empaquetadoras, 30 etiquetadoras, 1 Bomba estacionaria para riego, 1 Túnel de Secado, 1 maquina empaquetadora.

#### **Equipos de Oficina**

5 teléfonos, 5 calculadoras, 5 papeleras, 5 grapadoras medianas, 5 perforadoras.

#### **Utensilios y Herramientas**

5 Azadones, 5 Tijeras de campo, 10 Basureros industriales, 4 Basureros pequeños, 10 Escobas.

### **Equipos de Computación**

5 Computadoras, 1 Impresora multifunción, 1 Escáner, 1 Fax.

### **Muebles y Enseres**

7 Escritorios, 5 Sillas giratorias, 8 sillas de reunión, 5 archivadores

#### **4.5.4 DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PRODUCTO**

Con el propósito de considerar los impactos climáticos como un criterio de decisión acerca de las obras o actividades que puedan acarrear una significativa degradación de la característica ambiental, es ineludible realizar una serie de actividades consecutivas, concatenadas de manera lógica.

A ese conjunto de tácticas, se le da el nombre de proceso de estimación del impacto ambiental.

En general, este transcurso es objeto de ordenación, que define en detalle los procedimientos a ser seguidos.

La ordenación puede establecer criterios y formas sobre tipos de actividades sujetos a la elaboración previa de un estudio de impacto ambiental, el contenido mínimo de este estudio y las modalidades de consulta pública entre otros asuntos.

Si bien las diferentes autoridades establecen tales procedimientos de acuerdo con sus particularidades y legislación vigente, cualquier sistema de evaluación de impacto ambiental debe, precisamente tener un cierto número mínimo de componentes, que definen como serán ejecutadas ciertas tareas obligatorias.

Esto hace, que los sistemas de EIA vigentes en las más diversas jurisdicciones guarden innumerables semejanzas entre sí.

Cada jurisdicción puede conceder mayor o menor importancia a algunas de estas actividades o hasta, incluso, omitir alguna de ellas pero, esencialmente, el proceso será siempre muy semejante.

Se lo puede dividir en tres etapas, cada una de las cuales agrupa diferentes actividades:<sup>93</sup>

- la etapa inicial,
- la etapa de análisis detallado y
- etapa post-aprobación, en caso de que la decisión fuese favorable a la implantación de la obra. Las etapas iniciales tienen como función determinar si es necesario evaluar de manera detallada los impactos ambientales de una futura acción y, en caso afirmativo, definir el alcance y la profundidad de los estudios necesarios.

Es trascendental señalar que, en la presunción de no ser considerada necesario la promoción de un estudio de impacto ambiental, hay otros instrumentos que permiten un control gubernamental sobre esas actividades y sus impactos ambientales.

---

<sup>93</sup> GOBIERNO VASCO, “ Caracterización y vías de gestión de residuos generados en la CAPV Vitoria”, Gobierno Vasco (Eusko Jaularitza), 2005

Así, muchos naciones adoptan alguna forma de conceder licencias ambientales que se fundamenta en diferentes normas técnicas o jurídicas, que regulan la acción licenciada tales como, entre otras, normas y patrones de emisión de contaminantes, el manejo de los residuos sólidos, reglas que determinan el mantenimiento de un cierta participación de cobertura vegetal y la zonificación (u ordenamiento), que establece condiciones y limitantes para el ejercicio de una serie de actividades en función de su localización.

La etapa de examen detallada es empleada en casos de actividades que tengan el potencial de causar impactos significativos. Está combinada por una serie de actividades que van desde, la tesis del contenido del estudio de impacto ambiental hasta su eventual aprobación, a través del proceso de toma de decisiones propia de cada jurisdicción.

Posteriormente, en caso de que la obra sea constituida, la evaluación de impacto ambiental continúa, a través de la aplicación de medidas de gestión preconizadas en el estudio de impacto ambiental mediante el monitoreo de los impactos reales causados por la actividad, no más, en consecuencia, como ejercicio de previsión de las secuelas futuras, sino a través de la comparación entre la situación posterior a la institución de la obra y la situación anterior.

Una buena exposición de impacto ambiental suministrará elementos e informaciones de gran valor para la gestión ambiental de la obra, principalmente si se adopta un sistema de gestión ambiental, según el modelo preconizado por la ISO 14000.

Las principales etapas del proceso son presentadas a continuación:

Se trata de seleccionar, entre las numerosas acciones humanas, aquellas que tienen el un potencial de causar alteraciones ambientales significativas. Debido a la comprensión acumulada sobre el impacto de las acciones humanas, se sabe que existen cuantiosos tipos de acciones que realmente han causado impactos explicativos, mientras que otras, causan impactos insignificantes o se conocen ampliamente las medidas para controlar sus impactos.

## **CONCEPTOS Y DEFINICIONES**

La gestión ambiental, utiliza varios términos del lenguaje común. Al contrario de lo que ocurre en las diversas esferas de la ciencia, palabras tales como impacto, evaluación e incluso la palabra ambiente o el término medio ambiente no fueron acuñadas a propósito para expresar algún concepto preciso, sino que fueron tomadas de lo vernáculo.<sup>94</sup>

Por esta razón es preciso definir con la mayor claridad posible, lo que se entiende por expresiones tales como “impacto ambiental”, entre otras.

En esta sección se presentarán algunas definiciones de los términos “contaminación”, “impacto ambiental” y “evaluación del impacto ambiental”.

Contaminación, se entiende, frecuentemente como la liberación, en las aguas, aire o suelo, de toda y cualquier forma de materia o energía, con intensidad, en cantidad, en concentración, o con características tales que puedan causar daños a la biota, incluyendo los seres humanos.

---

<sup>94</sup> ESCUELA POLITECNICA NACIONAL, “Evaluación de Impacto Ambiental”, Pág.15-20, Ed. E.P.N, Quito, 2003,

Aunque se encuentren muchas variaciones de esa definición, acostumbran coincidir en dos aspectos:

- La contaminación es una realidad de carácter negativo, que provoca daños.
- La contaminación es producida por la presencia o liberación de formas de materia energía. Por lo tanto, se la puede representar en unidades físicas mensurables; en consecuencia, se pueden establecer límites o patrones.

Impacto ambiental acostumbra tener una definición más amplia, tal como:

“Cualquier alteración al medio ambiente, en uno o más de sus componentes, provocada por una acción humana”<sup>95</sup>

“Alteración de la calidad ambiental que resulta de la modificación de los procesos naturales o sociales provocada por la acción humana”

El cambio en un parámetro ambiental, en un determinado período y en una determinada área, que resulta de una actividad dada, comparado con la situación que ocurriría si esa actividad no hubiera sido iniciada.

La definición propuesta, tiene la característica interesante de introducir la dimensión dinámica de los procesos del medio ambiente como base para comprensión de las alteraciones ambientales.

---

<sup>95</sup> WORLD BANK , ” Desarrollo Asistido”, Pág. 25, Ed. Prentice Hall, Washington 1999

Un ejemplo de la aplicación de este concepto, podría ser dado mediante la siguiente situación: supongamos una determinada área ocupada por una formación vegetal que ha sido, en el pasado, alterada por la acción del hombre a través del corte selectivo de especies arbóreas.

### **Definición de Impacto Ambiental**

Se define como impacto ambiental como la alteración, modificación o cambio originado por los efectos de la acción humana sobre el medio ambiente, estos efectos que se producen pueden ser positivos o negativos.

### **Contaminación del Suelo**

El suelo se puede degradar cuando se acumulan en él sustancias a unos niveles tales que repercuten negativamente en el comportamiento de los suelos.

Estas sustancias, a esos niveles de concentración, se vuelven tóxicas para los organismos del suelo, lo que repercutirá en una degradación química que provoca la pérdida parcial o total de la productividad del suelo.

### **Medidas para controlar la Contaminación del Suelo.**

Se hará un tratamiento con la basura ya que es la mejor forma de disminuir los residuos sólidos no solo de nuestro establecimiento sino que se transmitirá y se hará tomar conciencia

sobre este tema a los empleados y a nuestros clientes para poner en práctica en todo momento y en todo lugar.

La basura es todo aquello que se desecha después de haber utilizado y la gran parte de los desechos son reciclables y reutilizables, el problema es que se mezclan y terminan como basura.

**Reciclar:** Es la acción que se realiza cuando separamos los residuos y los ponemos en diferentes recipientes bien diferenciados y etiquetados.

Con los desechos inorgánicos: Se tendrá varios basureros con diferentes colores:

- El color amarillo será para el papel y cartón.
- El color negro para latas y metales.
- El color azul para plástico y vidrio.

Para finalizar esta labor, el establecimiento buscará un lugar donde entregar lo recolectado.

Con los desechos orgánicos: El basurero color verde será para los restos de comida, fruta, lácteos, y poda de jardines.

Con estos desechos se podrá hacer abono orgánico para plantas dentro del establecimiento y con ello lograremos que se aproveche al máximo todos los recursos incluso los desperdicios.

## **Contaminación del Aire**

En la cocina por los procesos de cocción y preparación de los alimentos, se genera la expulsión de vapores y olores que pueden molestar tanto empleados y clientes como a los vecinos del establecimiento.

### **Medidas para controlar la Contaminación del aire**

- En el área de la cocina tendrá una campana extractora de olores que mediante sus filtros permitirá que el aire expulsado sea de mejor calidad y sus efectos en el ambiente queden neutralizados.
- Mantener en buen estado las estufas a gas.
- Cuando se compre productos como aerosoles, aires acondicionados y extintores verificar que no contengan gases nocivos.
- No quemar basura ni desperdicios dentro del establecimiento.
- En la temporada de invierno puede incrementarse la existencia de mosquitos u otros insectos, se deberá usar insecticidas naturales que no contaminen la capa de ozono.

## **Contaminación Acústica**

La contaminación acústica esta en función del ruido, que es cuando éste se considera un contaminante, es decir, un sonido molesto que puede producir efectos fisiológicos, como la pérdida de audición y psicológicos como la irritabilidad e insomnio lo que dañara la calidad de vida de las personas de no ser controlada.

El ruido desciende principalmente de actividades industriales, sociales y del transporte realizadas por el hombre.

### **Medidas para Controlar el Ruido**

- La música que se pondrá en el área de recreación artística, en la sala de video y la cafetería no pasará de los 50 decibeles que está dentro de los parámetros normales.
- Dentro del establecimiento se utilizará material aislante para que de esta manera no provoque ningún ruido a los vecinos del establecimiento.

### **Contaminación del Agua**

En la contaminación del agua se hace referencia a la introducción o presencia de contaminantes en el agua que impliquen alteración en su calidad en relación a usos posteriores.

Este proyecto, no encarna una fuente de contaminación del medio hídrico pues la evacuación de sus aguas es por medio del alcantarillado y no son a altas temperatura como lo hacen las industrias.

### **Medidas para Controlar y Ahorrar el Agua**

- No arrojar papeles ni otros elementos a los inodoros.
- Cuando un empaque este en mal estado se cambiará inmediatamente con el fin de evitar los goteos.
- Se debe utilizar detergentes biodegradables.
- Instalar en los desagües unas pequeñas mallas para de esta manera separar los desechos sólidos del agua.
- Para regar el césped se usará los dispensadores que usarán solo el agua necesaria.

## **Políticas de Gestión Ambiental**

- Para la iluminación de las áreas se usará luces fluorescentes para tener un bajo consumo para el ahorro de energía eléctrica.
- Los aparatos eléctricos en el momento que no se los este usando se los deberá tener desconectado.
- Se realizará charlas y capacitación al equipo de trabajo para crear conciencia ambiental.

## **4.6 MARCO LEGAL DEL PROYECTO**

### **4.6.1 Tipo de Compañía**

La empresa para constituirse debe reunir los siguientes requisitos para su funcionamiento legal:

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. La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas según lo dispuesto en el artículo 143 de la Ley de Compañías.<sup>96</sup>

La escritura de fundación contendrá:

- 1) El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- 2) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3) El objeto social debidamente concretado;

---

<sup>96</sup> SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, “Ley de Compañías”, Pág., 15, Quito, 2007

- 4) Su denominación y duración;
- 5) El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6) La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7) El domicilio de la compañía;
- 8) La forma de la administración y las facultades administrativas;
- 9) La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10) La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los formularios que tengan la representación legal de la compañía;
- 11) Las normas de reparto de utilidades;
- 12) La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- 13) La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Ley de Compañías Art. 150

## **COMPAÑÍA ANONIMA**

### **1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO**

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.

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.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

## **CAPACIDAD**

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

## **FUNDACION DE LA COMPAÑIA**

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos

legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

Suscrito el capital social, un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

- a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;

d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,

e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la junta general, las personas que hayan sido designadas otorgarán la escritura pública de constitución.

Si dentro del término indicado no se celebrare la escritura de constitución, una nueva junta general designará las personas que deban otorgarla, así mismo dentro del término referido en el inciso anterior y, si dentro de este nuevo término no se celebrare dicha escritura, las personas designadas para el efecto serán sancionadas por la Superintendencia de Compañías, a solicitud de parte interesada, con una pena igual al máximo del interés convencional señalado por la Ley, computado sobre el valor del capital social y durante todo el tiempo en que hubiere permanecido omiso en el cumplimiento de su obligación; al reintegro inmediato del dinero recibido y al pago de daños y perjuicios.

### **Nombre de la Compañía**

El nombre de la compañía será el mismo que deberá ser aprobado por la secretaria general de la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías de Portoviejo.

Esta entidad será la encargada de aprobar el nombre de la compañía una vez que se compruebe que esta consista en una razón social o una denominación objetiva la cual no pueda confundir con una compañía ya existente, (Según Art. 92 de la Ley de compañías). El nombre del presente proyecto será; **EMPRESA ECUAMORITA FORWARDING AGENT**

Los requisitos legales y documentación para llevar el proyecto en orden son:

### **Solicitud para la aprobación de la Compañía.**

Según art. 136 de la Ley de Compañía se tendrá que presentar a la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:

- Copias certificadas de la escritura de Constitución de la Compañía.
- Solicitud suscrita por el abogado pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.
- Nombre aprobado por la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías.
- Presentar al Señor Superintendente de Compañías, minuta o tres copias certificadas de la escritura pública de constitución solicitándoles, con firma del abogado la respectiva aprobación.
- Solicitar el extracto que permite realizar la publicación de prensa.
- Por la naturaleza del objeto social, la compañía deberá afiliarse a una de las cámaras de producción, en este caso en particular a la Cámara de de la Pequeña Industria de Imbabura.

### **Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)**

- Original y copia de la cedula de identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Planilla de pago de luz y teléfono.
- Dirección exacta del negocio.
- Para personas jurídicas incluir la escritura de constitución de la empresa.
- Presentar el nombramiento del representante legal.

### **Inscripción del representante legal en el registro mercantil.**

- Escritura de constitución de la compañía sentada las razones marginales Resolución de la superintendencia de compañía en la que se aprueba la constitución de la compañía.
- Certificado de una de las cámaras de producción a las cuales este afiliada de Acuerdo al objeto oficial constitutivo.
- Para la inscripción de los nombramientos de los representantes legales se necesitaran 5 ejemplares para el cargo de gerente y 5 para el cargo del presidente y se anexara las correspondientes cédulas de identidad como también el acta de la junta general de socio donde se nombran a dichos administrados.
- Publicación en la prensa del extracto que se permite realizar.

### **Permiso de Construcción.**

- 1 Original y 7 copias del plano
- El plano debe estar firmado por el ingeniero, y arquitecto responsable

- Si la construcción pasa de 150 metros de construcción debe ir la firma del ingeniero eléctrico.
- Línea de fábrica (pedir solicitud en el Municipio) con un costo de \$2

### **Patente Municipal.**

- Copia simple de la escritura de la constitución
- Copia de los nombramientos de presidente y gerente debidamente inscritos en el registro mercantil.-
- Copia del R.U.C.
- Copia de la Cédula del Representante Legal
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia del último pago, de luz, agua o teléfono.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

### **Permiso Sanitario de Funcionamiento.**

- Todos aquellos establecimientos que brinden los servicios de alimentos, bebidas, alojamiento y recreación, deberán someterse a exámenes médicos, para comprobar que su estado de salud sea el apropiado este permiso se otorga únicamente después de haber obtenido el carné de salud que es otorgado por el municipio de cada ciudad, en este caso del Municipio del Mercado español.

### **Permiso de Funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.**

- ❖ Formulario de inspección en tesorería.
- ❖ Croquis de prevención adjunta
- ❖ Al haber realizado la inspección:
- ❖ Informe de inspección.
- ❖ Patente municipal.

#### **Número patronal emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.**

- Toda la documentación de la compañía debidamente legalizada.
- Hacer solicitud para asignación de número patronal.

#### **Registro y Afiliación Anual de Funcionamiento dado por el Ministerio de Agricultura.**

- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula.
- Copia de la papeleta de votación.
- Lista de precios que ofrecerá el establecimiento.
- Certificado de la cámara de la Pequeña Industria.

#### **Licencia Anual de Funcionamiento.**

- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula.
- Copia de papeleta de votación,
- Certificado de registro del ministerio de Agricultura
- Certificado de la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura.

- Copia de la patente municipal.

**Certificado de la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura.**

- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del R.U.C.
- Dos fotos tamaño carné.
- Cuota de afiliación del seguro de registro oficial.

# **CAPITULO V**

## **LOGÍSTICA Y TRAMITOLOGÍA DE EXPORTACIÓN**

### **5.1. LOGÍSTICA: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL**

#### **5.1.1. LOGÍSTICA**

##### **5.1.1.1. Concepto**

La logística es un proceso de planificación, implantación, control del flujo y almacenamiento eficiente y eficaz en términos de costo de materias primas, productos semiacabados, productos terminados y las informaciones correlativas desde un lugar de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de obedecer las exigencias de los clientes.

La logística en forma más concreta coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto, y el tiempo correcto; valiéndose de un buen servicio al cliente, un excelente transporte, una gran gestión de inventarios y con un rápido procesamiento de pedidos.

### **5.2. ASPECTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL QUE INCIDEN EN LA LOGISTICA.**

Se han tomado en cuenta algunos aspectos del comercio internacional que inciden en la logística de un proyecto, a continuación enumeraremos algunos de estos aspectos, que en el transcurso de este capítulo se irán desarrollando como son:

## 1. Contrato de Compra- Venta

- Objeto del contrato
- Detalle del producto
- Condiciones de contratación INCOTERMS
- Entrega ( fecha y condiciones de entrega)

## 2. Distribución Física Internacional

- Transporte
- Embalaje y marcado
- Almacenaje

## 3. Con respecto al Producto

- Nomenclatura Arancelaria
- Aranceles
- Preferencias arancelarias
- Medidas no arancelarias
- Regulaciones y Normas: Licencias, Cuotas, Prohibiciones
- Documentación para la exportación
- Régimen Aduanero
- Procedimientos Aduaneros.

### **5.3. REQUISITOS DE EXPORTACIÓN**

#### **5.3.1 Exportación a Consumo:**

La exportación a consumo, según la Ley Orgánica de Aduanas, es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior <sup>97</sup>

#### **Proceso de exportación.**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

---

<sup>97</sup> Ley Orgánica de Aduanas

Factura comercial original.

-Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

-Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

-Canal de Aforo Documental

-Canal de Aforo Físico Intrusivo

-Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

### **REGISTRO DE OCE (OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR).**

Cuando un exportador decide realizar un proceso de exportación por primera vez es fundamental como primer paso registrarse como Operador de Comercio Exterior ante la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador).

El proceso para registrarse como Operador de Comercio Exterior es el siguiente:

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

#### Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

#### Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- Aquí se podrá:
  1. Actualizar base de datos
  2. Crear usuario y contraseña
  3. Aceptar las políticas de uso
  4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

### **FACTURA COMERCIAL**

Documento elaborado por el exportador o el expedidor de fletes, requerido por el comprador extranjero, para comprobar la propiedad y hacer los arreglos de pago necesario al exportador. Debe contener información básica sobre la transacción, como la descripción de los bienes, la dirección del remitente y del vendedor, y los términos y condiciones de entrega y pago. En algunos casos se utiliza la factura comercial para tasar los derechos arancelarios.

### **CERTIFICADO Y CONTROLES FITOSANITARIOS**

Esta podrá ser exigida para productos sensibles y estratégicos. La concesión de las licencias de importación normalmente no suele entrañar dificultad y su solicitud corre a cargo del importador. Si el producto pertenece a la categoría del AMF y está sujeto a cupos, el

exportador tendrá que facilitar al importador una licencia o certificado de exportación, a fin de que el último pueda solicitar la licencia de importación (doble sistema de control).

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

En el caso de ESPAÑA el organismo que se encarga de emitir el permiso Fitosanitario es el SANIM (Inspección Sanitaria de importación), luego el encargado de solicitar y obtener el permiso fitosanitario de importación para la mora es el importador.

## **CERTIFICADO DE ORIGEN**

Documento que certifica cuál es el país donde se fabricó el producto (es decir, su origen). El certificado de origen, es un documento de exportación común, se requiere al realizar exportaciones a varios mercados extranjeros. Puede requerirse para obtener un trato arancelario preferencial conforme a acuerdos de libre comercio.

## **DECLARACIÓN DE ADUANA**

Documento que tradicionalmente acompaña a los bienes exportados y que contiene información tal como la naturaleza de los bienes, su valor, el destinatario y su destino final. Se requiere para fines estadísticos y acompaña a todos los bienes controlados que se exportan con un permiso apropiado.

## **PROVIDENCIA**

Documento que emite la SENAE para la autorización del proceso aduanero.

## **LISTA DE EMPAQUE - PACKING LIST:**

### **Material de Empaque**

Son necesarios materiales apropiados de empaque para proteger la calidad de la mora después de la cosecha y mejorar la apariencia del producto al momento de su comercialización. Los dos componentes más importantes de los materiales son las bandejas plásticas y las cajas planas de cartón.

Las moras destinadas para el mercado español serán empacadas en bandejas transparentes de plástico de 125 gramos.

Además, los importadores usualmente exigen una almohadilla blanca o morada colocada al fondo de las bandejas. Esto ayuda a evitar las magulladuras de las frutas durante el tránsito y absorbe cualquier liberación del jugo.

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

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque

- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.
- Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.
- Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.
- Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

## **5.4 CONVENIOS, DOCUMENTOS Y ESTADISTICAS**

### **5.4.1 DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL (DFI)**

#### **Concepto**

Es el conjunto de actividades involucradas en el traslado de los bienes, materias primas, insumos o productos terminados desde el punto de origen en el país exportador hasta el lugar de consumo, es decir, la Distribución Física Internacional trata todo lo relacionado con el movimiento del producto desde el productor hasta el usuario final, incluyendo las etapas correspondientes a depósitos regionales y canales indirectos utilizados.

#### **Objetivo**

El objetivo de la DFI es dado en importancia y lugar: “Producto en el lugar indicado en el momento que se necesita”.

## **Segmentos de la Distribución Física Internacional**

Los tres segmentos que recorre la mercadería durante el proceso de la Distribución Física Internacional son:

1. Transporte interno en Origen: Desde las bodegas del exportador o productor hasta el lugar de acopio en origen para el transporte internacional como son aeropuertos, navieras, compañías de transporte terrestre, etc.

En este punto se debe procurar que el transporte interno, de la fruta desde las bodegas del exportador hacia los punto de acopio, comercializadoras o centros de distribución, sean en vehículos limpios, preferiblemente refrigerados pero si no es así, al menos se la transporte en horas en que las temperaturas no sean muy altas, (después de las 6 pm o antes de las 9 am).

2. Transporte Internacional: Desde el puerto de origen en donde fueron embarcadas son llevadas a otro puerto en destino donde se procede al desembarque y a la nacionalización de las mercancías.
3. Transporte interno en destino: Este es el último segmento de la DFI en donde la mercadería es llevada desde el puerto de destino hasta las bodegas del importador.

## **5.5. CONDICIONES, PREVIAS PARA LA EXPORTACION**

### **5.5.1 TRANSPORTE AEREO Y SUS TARIFAS HACIA ESPAÑA**

El transporte aéreo es aquel que nos proporcionara mas rapidez, fiabilidad, seguridad, menores costos de seguro y embalaje, pero a la vez representa mayores costos para la exportación en lo referente a tarifas.

En el caso de la mora si la exportación se la va a realizar por vía aérea se requiere de una temperatura templada sin necesidad de refrigeración.

**Se realizó una cotización del flete vía aérea por medio de LOGISTICS UNLIMITED S.A.**

**Y determina lo siguiente:**

**VIA AEREA / DESTINO: MADRID**

En el caso de chartear el avión, el peso máximo que podría colocar son 10 ton., y en este caso la tarifa como sigue:

TARIFA: USD2.45/kg.

XXC: USD50.00

AWA: USD25.00

AEROLINEA: LAN

AEROPUERTO DE SALIDA: QUITO, ECUADOR

SALIDAS: DIARIAS

TIEMPO DE TRANSITO: 1 DIA

RUTA: DIRECTA

En el caso de hacer envíos parciales, la tarifa como sigue:

+ 300 KG.

TARIFA: USD2.55/kg.

XXC: USD50.00

AWA: USD25.00

AEROLINEA: LAN

AEROPUERTO DE SALIDA: QUITO, ECUADOR

SALIDAS: DIARIAS

TIEMPO DE TRANSITO: 1 DIA

RUTA: DIRECTA

**GASTOS LOCALES ORIGEN+ IVA:**

- MANEJO DOCUMENTACION: 70.00
- ADM. EMBARQUE: USD70.00
- TRANSMISION: USD25.00

**5.5.2 TRANSPORTE MARITIMO Y SUS TARIFAS HACIA ESPAÑA**

El transporte marítimo como su nombre lo indica es aquel que se lo realiza por los mares y recorre grandes distancias, con este tipo de transporte se logra bajar las tarifas de la exportación y transportar grandes volúmenes de mercancías pero a la vez son más los riesgos que se corre como exportador por ejemplo: más tiempo de tránsito entre origen y destino, seguros y embalajes más costosos, altos riesgos de saqueo y deterioro del producto, etc.

Para el caso de la mora si la exportación se la va a realiza vía marítima se requiere de un contenedor refrigerado a 9 grados centígrados de 40 pies.

### CUADRO No21

#### TARIFAS MARITIMAS

Puerto de Origen	Puerto de Destino	Tipo de Contenedor	Valor del flete a ESPAÑA
Guayaquil	Valencia	40 Pies Refrigerado	USD 5250.00

FUENTE: MEDITERRANEA SIPING COMPANY.

ELABORACION: Autor

En el cuadro se puede observar una tarifa promedio del valor del flete hacia ESPAÑA, cabe indicar que la cotización que se pidió tiene como puerto de origen Esmeraldas y como puerto de destino Valencia.

El tiempo aproximado de Transito entre la salida del Ecuador y el arribo a ESPAÑA es de 26 días, ruta Cristóbal

### CUADRO Nro.22

#### CONTENEDOR REFRIGERADO - Reefer Container

Uso: Se utiliza generalmente para el transporte de carga que requiere de temperaturas constantes. Regulación de la temperatura mediante sistema frigorífico propio del contenedor.

Tamaño	Detalle	Tamaño Interno			Capacidades Máximas		
		Largo	Ancho	Alto	Tara	Carga	Volumen
20	Reefer	5.45 Mts	2.26 Mts	2.10 Mts	3200 Kgs.	21800 Kgs.	27 m3
40	Reefer	11.50 Mts	2.28 Mts	2.10 Mts	4400 Kgs.	26000 Kgs.	57 m3
40	Reefer High Cube	11.50 Mts	2.25 Mts	2.36 Mts	4200 Kgs.	26000 Kgs.	66 m3



Fuente: [www.acecarga.net/tipos\\_contenedores.htm](http://www.acecarga.net/tipos_contenedores.htm)

Elaboración: [www.acecarga.net/tipos\\_contenedores.htm](http://www.acecarga.net/tipos_contenedores.htm)

### **5.5.3 INCOTERMS**

Es necesario tener un conocimiento claro acerca de los incoterms ya que son los términos de negociación en los que se realiza la transacción entre el vendedor/productor y comprador/importador.

Básicamente los incoterms nos permiten definir la responsabilidad de cada una de las partes involucradas en el negocio así también como los gastos en los que incurrirá cada una de las mismas.

El término de negociación que será utilizado para consecución del proyecto basado en la norma INCOTERM 2000 será el Termino FCA.

#### **5.5.3.1 FCA (Free Carrier)**

El comprador escoge la compañía y el medio de transporte y paga el flete principal.

El vendedor cumple sus obligaciones cuando entrega las mercancías al transportista designado por el comprador, en el lugar convenido.

Si el lugar no está definido, el vendedor selecciona el sitio que mejor le convenga como lugar de entrega.

## 5.5.4 ENVASE, EMPAQUE, Y EMBALAJE DE LA MORA PARA LA EXPORTACIÓN HACIA ESPAÑA

### 5.5.4.1 Logotipo / Etiqueta de empresa Ecuamorita Forwarding Agent

#### GRAFICO Nro.24

#### DISEÑO



Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Autor

### 5.5.4.2 Envase

**Concepto.-** Es el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo, sirve para proteger la mercancía, distinguirla de otros productos y presentarla al consumidor final.

El tipo de envase que propone ECUAMORITA FORWARDING AGENT para el proyecto de prefactibilidad de exportación de mora a ESPAÑA será

## CUADRO No25

### TIPO DE ENVASE PARA EL PROYECTO

ENVASE	DIMENSIONES
Canastillas de 125 gramos	143mm X 96mm X 25mm

Fuente:

Investigación Propia  
Elaboración: Autor

## GRAFICO Nro.25

### CONTENEDOR

#### Mora Ref: Contenedor 125



#### Ficha Técnica

- **Dimensiones** (Largo x Ancho x Alto)  
143 x 96 x 25 mm.
- **Material**  
PET
- **Capacidad aprox.**  
125 a 250 grs.

#### Cantidad de Empaques X Caja Contenedor 125



#### Cajas de Cartón:

- Ref: 60x40x10 - 32 unidades

#### Ficha Técnica

- **Dimensiones** (Largo x Ancho x Alto)  
60x40x10 cm.
- **Material**  
Cartón Corrugado
- **Calibres**  
930 / 1130
- **Empaques**  
Contenedor 125: **32** unidades  
Contenedor 250: **16** unidades  
K 40: **10** unidades  
Kit 500 h80: **10** unidades  
Kit 508 h75: **8** unidades  
K 30 : **12** unidades  
Kit 6 : **4** unidades  
Kit 8 : **4** unidades  
Alvéolos 60x40: **1** tendido  
Sirve para Granel, Malla y K 230

#### Cantidad de Cajas X Pallet



	Pallet 160	Pallet 200	Pallet 240
Caja Baja (60x40x10)	<b>70</b>	<b>90</b>	<b>110</b>
Caja Media (60x40x14)	<b>50</b>	<b>65</b>	<b>80</b>
Caja Alta (60x40x22)	<b>30</b>	<b>40</b>	<b>50</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: Autor

### **5.5.4.3 EMPAQUE**

Se lo define como cualquier material que encierra un artículo ya sea con su envase o sin su envase con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor, en otras palabras son los materiales de agrupación de uno o varios envases.

En el mercado interno y externo se encuentra varios tipos de empaques y presentación de la fruta: Mora empacada en bolsa o canastilla, para facilitar su consumo y exhibición, no da un aspecto de frescura.

De acuerdo con estas presentaciones del producto se tienen diferentes tipos de empaque como la bolsa de plástico, la canastilla de plástico, caja de polietileno y la bandeja de icopor.

### **5.5.4.4 Características del Empaque**

Un empaque debe cumplir con las siguientes características:

- El material de empaque no debe afectar a las características del producto, ni causar algún tipo de daño al consumidor.
- Deben ser resistentes para precautelar el producto de daños al momento del transporte, almacenamiento, apilamiento, etc.
- Fácil de armar, llenar, cerrarlo y con una excelente ventilación para evitar la acumulación del calor lo cual es perjudicial para la fruta.
- Debe ser económico con respecto al precio del la fruta.

#### **5.5.4.5. Formas de empaque de la Mora para exportación**

El tipo de empaque que propone ECUAMORITA FORWARDING AGENT para el proyecto de prefactibilidad de exportación de mora a ESPAÑA será:

**CUADRO No.26**

#### **EMPAQUE Y ENVASE**

EMPAQUE	ENVASE
Cajas de 1.5 kg	12 canastillas plásticas de 125 g.

Fuente: Estudio de Pre factibilidad de la Mora. Profiagro  
Elaboración: Autor

#### **5.5.5 EMBALAJE**

Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercadería. En una forma más concreta es la caja o envoltura con que se protegen las mercaderías para su transporte.

En este punto de la selección del embalaje es importante usar las instrucciones que da el comprador ya que el conoce acerca de los requerimientos que se necesitan para ingresar al país de destino, o la mejor manera de embarcar el producto para sus fines convenientes en destino. Por ejemplo el comprador puede pedir embalar únicamente una clase de producto por contenedor, pedir embalajes en contra del agua por condiciones climáticas, etc.

## **Procedimiento para el embalaje de la mora**

A continuación se detallará un procedimiento estándar que se sigue para el embalaje de la mora, el cual es el más recomendado por los productores ecuatorianos:

1. Se llenan canastillas plásticas redondas o cuadradas hasta completar aproximadamente 125 g de fruta. Dependiendo del mercado se utilizan canastillas plásticas con tapa y hoyos de respiración, para este caso se utilizaran las canastillas de plástico (**selección de envase**).
2. Las canastillas se cubren con papel celofán amarrado con liga y son colocadas en cajas de cartón.(**selección de empaque**)
3. Las cajas se colocan en otras mas grandes dependiendo de las instrucciones del comprador, se puede colocar de 2 a 3 cajas en una grande para motivos del transporte del producto o por tener una más rápida y fácil manipulación del producto.
4. Finalmente el producto embalado es colocado en pallets los cuales son unidades de carga de madera, metal, aluminio, plástico que facilitaran las operaciones de manipulación, y el desembarque de la fruta en origen por medio de carretillas, elevadoras, o transpalets.

## **ETIQUETEO**

Procedimiento que permite identificar al producto en lo referente a su origen, nombre, contenido, peso neto, fecha de caducidad, condiciones de uso y conservación, datos del exportador, etc. Dependiendo del lugar de origen la etiqueta del producto debe llevar la siguiente leyenda en el caso de nuestro país **Hecho en Ecuador**

### **Etiqueta ecológica**

Los productos orgánicos, o con la denominación “Eco”, son productos cuya producción no tienen un impacto en el medio ambiente, y requieren de una certificación que lo compruebe, para que los consumidores al pagar un precio superior por estos productos, se aseguren que el producto fue diseñado, producido y empacado, de una forma amigable con el medio ambiente. Cada país, tiene sus organizaciones certificadoras, aunque existe la EU Ecolabel, establecida para toda la Unión Europea. Existen etiquetas ecológicas a nivel de cada país y a nivel de la Unión Europea.

Los planes para la asignación de etiquetas ecológicas tienen como objetivo el ofrecer al consumidor la posibilidad de poder elegir productos cuyo diseño, producción, envasado y desechado al final de su vida, se realiza respetando las normas medioambientales.

El uso de tales etiquetas alienta a las industrias de producción y transformación a hacer un uso más sostenible de los recursos naturales.

### **5.5.6 MARCADO**

Procedimiento mediante el cual se colocan las indicaciones necesarias en el embalaje de la mercancía con el fin de que las personas que manipulan la carga tengan pleno conocimiento del lugar de destino de la carga, forma en la que tenga que ser manipulada la carga por ejemplo las leyendas mas utilizadas para el marcado de las mercancías son: Frágil, mantener en seco, este lado hacia arriba, etc.

### **5.5.7 ESTANDARES EUROPEOS DE CALIDAD**

En ESPAÑA existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del Mercado Español, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento en ESPAÑA, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la Calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores.

Los exportadores que deseen entrar al mercado Español, deben estar actualizados en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad por parte de ESPAÑA y la Unión Europea.

Algunos de estos requisitos se encuentran contemplados bajo la norma ISO 9000 aplicable al establecimiento y control de un sistema de calidad) o la ISO 14000 (aplicable al cuidado del medio ambiente), son algunas de las normas ISO, que poseen las organizaciones o empresas

Españolas, conscientes que el mercado demanda cada vez más, productos o servicios con las especificaciones y nivel de calidad esperados. Los sistemas de calidad ISO, cubren las áreas de compra, materias primas, diseño, planeación, producción, tiempo de entrega, empaque, garantía, presentación, mercadeo, instrucciones de uso, servicio posventa, etc, y por lo tanto se espera que sus proveedores, se encuentren igualmente dentro de un sistema de control de calidad para su producción y despachos.

El nuevo modelo ISO 9000, Serie 2000, es una mezcla del modelo de Michael Porter y el EFQM (European Foundation of Quality Management), donde se comienza con la normalización de la forma como la organización identifica las necesidades de sus clientes y termina con la evaluación de si el cliente realmente esta satisfecho con el producto o servicio.

# CAPITULO VI

## INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

### 6.1.1 INVERSIONES.

Aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. Las decisiones de inversión son muy importantes pues implican la asignación de grandes sumas de dinero por un período de largo plazo, de esto dependerá el éxito o el fracaso de una organización.

Las inversiones tienen relación directa para poner en marcha el proyecto, así como la forma en que se financiarían dichas inversiones. Por lo tanto las inversiones, determinan la cuantificación de todo aquello que la empresa requiere para operar y generar un bien o servicio; estas inversiones pueden clasificarse en tres grandes rubros que son:

**ACTIVOS FIJOS:** Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos tangibles.<sup>98</sup>

**ACTIVOS DIFERIDOS:** Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones,

---

<sup>98</sup> NASSIR, Sapag, Chain, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Pág. 54, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

**CAPITAL DE TRABAJO:** Son aquellos que la empresa necesita para operar en un período de explotación.

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y que sus pasivos circulantes mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

### **INVERSIÓN TOTAL.**

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 251.566,68 USD, en Activos Diferidos: 1.309,00 USD, y, en Capital de Trabajo: 9.160,47 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de 262.036,15 USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

**CUADRO No. 27**

**INVERSIÓN TOTAL.**

Activo Fijo	251.566,68
Activo Diferido	1.309,00
Capital de Trabajo	9.160,47
<b>TOTAL</b>	<b>262.036,15</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

**6.1.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.**

**CUADRO No. 28**

**INVERSIÓN FIJA.**

<b>COSTO</b>	<b>TOTAL USD.</b>
Edificaciones	11.934,00
Vehículo	15.300,00
Maquinaria y Equipo	14.305,50
Utensilios y Accesorios	571,2
Equipos de Computación	2.988,60
Equipos de Oficina	408
Muebles y Enseres	2059,38
Terreno	204.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>251.566,68</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

## CONSTRUCCIONES.

CUADRO No. 29

### CONSTRUCCIONES.

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Área de Recepción y pesaje de la Mora	M <sup>2</sup>	50	20,00	1.000,00
Área Selección y retiro de Cádiz	M <sup>2</sup>	25	20,00	500,00
Área de Lavado y Desinfección	M <sup>2</sup>	25	20,00	500,00
Área de Secado	M <sup>2</sup>	25	20,00	500,00
Área de Clasificación de la Fruta	M <sup>2</sup>	20	20,00	400,00
Área de Envasado y Empacado	M <sup>2</sup>	50	20,00	1.000,00
Almacén para el Producto Final (Cuarto Frío)	M <sup>2</sup>	70	20,00	1.400,00
Baños y Vestidores	M <sup>2</sup>	20	20,00	400,00
Oficinas Administrativas	M <sup>2</sup>	100	40,00	4.000,00
Estacionamientos y áreas de carga y descarga	M <sup>2</sup>	100	20,00	2.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				11.700,00
2% Imprevistos				234,00
<b>TOTAL</b>		485,00		<b>11.934,00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

## MAQUINARIA Y EQUIPO.

**CUADRO No. 30**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Montacargas Bocat	Unidad	1	3.900,00	3.900,00
Tanques de lavado	Unidad	2	500,00	1.000,00
Bazuca, Marca Star, 10 qq.	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Succionador de basura	Unidad	1	570,00	570,00
Deshidratador de frutas	Unidad	2	500,00	1.000,00
Bombas estacionara	Unidad	1	1.485,00	1.485,00
Maquina empaquetadora	Unidad	1	3.000,00	3.000,00
Balanzas	Unidad	3	150,00	450,00
Tunel de secado	Unidad	1	120,00	120,00
<b>SUBTOTAL</b>				14.025,00
2% Imprevistos				280,5
<b>TOTAL</b>				<b>14.305,50</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

## UTENSILIOS Y ACCESORIOS.

**CUADRO No. 31**  
**UTENSILIOS Y ACCESORIOS**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Etiquetadoras	Unidad	30	4,00	120,00
Empacadoras	Unidad	30	8,00	240,00
Basureros Grandes	Unidad	10	10,00	100,00
Azadones	Unidad	5	15,00	75,00
Tijeras	Unidad	5	3,00	15,00
Escobas	Unidad	10	1,00	10,00
<b>SUBTOTAL</b>				560,00
2% Imprevistos				11,20
<b>TOTAL</b>				<b>571,20</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

## EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

**CUADRO No. 32**  
**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	5	540,00	2.700,00
Impresora	Unidad	1	130,00	130,00
Scanner	Unidad	1	100,00	100,00
<b>SUBTOTAL</b>				2.930,00
2% Imprevistos				58,60
<b>TOTAL</b>				<b>2.988,60</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

## EQUIPOS DE OFICINA.

**CUADRO No. 33**  
**EQUIPOS DE OFICINA**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	5	30,00	150,00
Fax	Unidad	1	100,00	100,00
Calculadora	Unidad	5	15,00	75,00
Papelera	Unidad	5	8,00	40,00
Basurero	Unidad	5	2,00	10,00
Grapadora	Unidad	5	2,00	10,00
Perforadora	Unidad	5	3,00	15,00
<b>SUBTOTAL</b>				400,00
2% Imprevistos				8,00
<b>TOTAL</b>				<b>408,00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

## MUEBLES Y ENSERES.

**CUADRO No. 34**  
**MUEBLES Y ENSERES**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	5	190,00	950,00
Silla giratoria	Unidad	5	65,00	325,00
Sillas	Unidad	8	18,00	144,00
Archivador	Unidad	5	120,00	600,00
<b>SUBTOTAL</b>				2.019,00
2% Imprevistos				40,38
<b>TOTAL</b>				<b>2.059,38</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

## TERRENO.

**CUADRO No. 35**  
**TERRENO**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Terreno	M <sup>2</sup>	100.000	2,00	200.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				200.000,00
2% Imprevistos				4.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>204.000,00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

### 6.1.3 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tienen las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está

condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

**CUADRO No. 36**  
**INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL USD.</b>
Licencias	50,00
Gasto de Organización y Constitución	1.170,00
Gsto Patentes	89,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.309,00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

### **GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.**

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal.

Para empezar el funcionamiento de la empresa comercializadora de de la mora es necesario realizar inversiones que en un principios constituyen desembolsos que se deben asumir antes de percibir ingresos de esta manera se transforman en gastos que se incurre hasta que la planta alcance su funcionamiento adecuado.

Todos estos rubros están constituidos como capacitación al personal de la planta para el procesamiento de la mora y la utilización de medios informáticos y electrónicos, que facilitará la modernización de la Empresa ECUAMORITA FORWARDING AGENT

### **GASTOS DE ORGANIZACIÓN.**

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, estos comprenden honorarios de abogado, notarías, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

**CUADRO No. 37  
GASTOS DE ORGANIZACIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO USD.</b>
Honorarios de abogado	300,00
Notario	200,00
Inscripción Registro Mercantil	60,00
Publicación Registro Oficial	600,00
Constitución Comercializadora	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>1170,00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

### **GASTOS DE PATENTES.**

Para el funcionamiento de la planta es necesario obtener permisos municipales que permitan el funcionamiento.

**CUADRO No. 38  
GASTOS DE PATENTES**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO USD.</b>
Permiso Fito Sanitario	64,00
Derechos de patente de funcionamiento	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>89,00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

#### 6.1.4 CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado, es decir mensual y anual.

Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a este proyecto es necesario considerar el período inicial de producción, además se debe tomar en cuenta la fecha en que se recibirá el ingreso de divisas, de acuerdo a las condiciones de pago.

El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de producción:

- **Materia Prima.-** Son aquellos materiales que se transforman por parte del producto final.
- **Materiales Directos.-** Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del producto final.
- **Mano de Obra Directa,-** Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en productos utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- **Mano de Obra indirecta.-** Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.

- **Materiales Indirectos.**- Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del producto terminado.
- **Suministros y Servicios.**- Corresponde a gastos por concepto de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguro y repuesto de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- **Gastos Administrativos.**- Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- **Gastos Ventas.**- Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento de comercio exterior como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

Para la determinación del Capital de Trabajo es necesario el costo de comercialización durante el período de gracia, se describe a continuación.

**CUADRO No. 39  
CAPITAL DE TRABAJO.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL USD.</b>	<b>VALOR ANUAL USD.</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Compras	206,55	2478,60
Materiales Directos	61,81	741,70
Mano de Obra Directa	2543,52	30522,21
<b>TOTAL</b>	<b>2.811,88</b>	<b>33742,51</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Materiales Indirectos	3.121,20	37454,40
Mano de Obra Indirecta	787,28	9447,35
Insumos	306,00	3672,00
Mantenimiento	183,93	2207,19
Gastos Administrativos	2.147,61	25771,32
<b>GASTOS DE COMERCIALIZACION</b>	<b>2819,04</b>	<b>33828,51</b>
Seguro	104,73	1256,77
<b>TOTAL</b>	<b>6.348,60</b>	<b>76.183,14</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>9.160,47</b>	<b>109.925,66</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

## 6.2 FINANCIAMIENTO.

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos

La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

### 6.2.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta que el monto de endeudamiento no es muy alto, se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobados, como puede ser la Corporación Financiera Nacional. El proyecto será financiado el **69,09%** correspondiente al total de la inversión con la Corporación Financiera Nacional con un plazo de 10 años, con una tasa de interés del 12% anual para créditos, con pagos semestrales.

### 6.2.2 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.

El proyecto se encuentra financiado con el **30,91%** con recursos propios y el **69,09%** restante por un préstamo a través de los fondos de la CFN.

**CUADRO No. 40  
ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.**

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	251.566,68	96,00%	28,62%	75.000,00	67,38%	176.566,68
Activos Diferidos	1.309,00	0,50%	0,38%	1.000,00	0,12%	309,00
Capital de Trabajo	9.160,47	3,50%	1,91%	5.000,00	1,59%	4.160,47
<b>Inversión Total</b>	<b>262.036,15</b>	<b>100,00%</b>	<b>30,91%</b>	<b>81.000,00</b>	<b>69,09%</b>	<b>181.036,15</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

## TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

Las condiciones del crédito son:

1. **Monto** 181.036,15
2. **Interés** = 12 % anual = 6,00% semestral
3. **Plazo** 10 Años
4. **Período de pago** = Semestral = 20 periodos
5. **Forma de amortización** Dividendo Constante

### Amortización Dividendo Constante.

Una vez conocido el tipo semestral, pasamos a calcular el valor de  $A_0$  (valor actual de una renta unitaria, pospagable, de 20 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 5,83%)

$$A_0 = (1 - (1 + i)^{-n}) / i$$

$$\text{luego, } A_0 = (1 - (1 + 0,6)^{-20}) / 0,0583$$

$$\text{luego, } A_0 = 11,47$$

A continuación se calcula el valor de la cuota constante

$$\text{luego, } M = 15.785,81$$

Por lo tanto, la cuota constante semestral se eleva a 15.783.56 dólares

**CUADRO No. 41**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>PERIODO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>SALDO</b>
0				181.036,15
1	4.921,39	10.862,17	15.783,56	176.114,76
2	5.216,67	10.566,89	15.783,56	170.898,09
3	5.529,67	10.253,89	15.783,56	165.368,42
4	5.861,45	9.922,11	15.783,56	159.506,97
5	6.213,14	9.570,42	15.783,56	153.293,83
6	6.585,93	9.197,63	15.783,56	146.707,91
7	6.981,08	8.802,47	15.783,56	139.726,82
8	7.399,95	8.383,61	15.783,56	132.326,88
9	7.843,94	7.939,61	15.783,56	124.482,93
10	8.314,58	7.468,98	15.783,56	116.168,35
11	8.813,46	6.970,10	15.783,56	107.354,90
12	9.342,26	6.441,29	15.783,56	98.012,63
13	9.902,80	5.880,76	15.783,56	88.109,83
14	10.496,97	5.286,59	15.783,56	77.612,87
15	11.126,78	4.656,77	15.783,56	66.486,08
16	11.794,39	3.989,16	15.783,56	54.691,69
17	12.502,06	3.281,50	15.783,56	42.189,64
18	13.252,18	2.531,38	15.783,56	28.937,46
19	14.047,31	1.736,25	15.783,56	14.890,15
20	14.890,15	893,41	15.783,56	0,00

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

### **6.3 PRESUPUESTO DE COSTOS**

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los productos, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de comercialización.

Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo.

Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Fijos y Variables.

### **COSTOS VARIABLES.**

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

#### **a.- Compras.**

Son aquellos que intervienen en el proceso de producción y comercialización y terminan formando parte de la venta final; constituye la base del proyecto, en el presente caso de estudio estará constituido las compras necesarias para producir la mora y se comprara a \$ 0.09 la planta pilón, que es la semilla de la mora.

La inversión de este rubro es de **2.478,60** USD, anuales.

### **CUADRO No. 42**

#### **COMPRAS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>HECTAREAS</b>	<b>V. TOTAL</b>
Plantas pilón	Unidad	3.000	0,09	9,00	2.430,00
<b>SUBTOTAL</b>					2.430,00
2% Imprevistos					48,60
<b>TOTAL</b>					<b>2.478,60</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

#### **b.- Materiales Directos.**

Son aquellos materiales que forman parte del producto, así tenemos el siguiente rubro que corresponde a la cantidad de 741,700 USD, anuales.

**CUADRO No. 43**

**MATERIALES DIRECTOS.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Costo por unidad</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Lombricompost (NP ) qg / Ha.	5,00	8	37,50	450,00
Dipel ( Litros / Ha)	20,53	1	23,10	277,16
Subtotal			60,60	727,16
2% Imprevistos			1,21	14,54
<b>Total Insumos</b>			<b>61,81</b>	<b>741,70</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

**c.- Mano de Obra Directa.**

Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los productos finales utilizando herramientas y equipos. La mano de obra directa para el proyecto se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa en el proceso de compra y bodegaje de la mora, ese rubro es 30.522,21 USD, anuales.

**CUADRO No. 44**  
**MANO DE OBRA DIRECTA.**

<b>DETALLE</b>	<b>Pago mensual (5 operarios)</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Operarios	2.493,65	29.923,74
Subtotal	2493,645	29.923,74
2% Imprevistos		598,4748
<b>Total</b>		<b>30.522,21</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

**d.- Insumos.**

En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de comercialización de la mora, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de 3.672,00 USD, anuales.

**CUADRO No. 45  
INSUMOS.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD SEMESTRAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO SEMESTRAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Agua potable	m <sup>3</sup>	360	720	300,00	600,00
Luz Eléctrica	Kilowatts	1.500	3.000	900,00	1.800,00
Teléfono	Minutos	3.000	6.000	600,00	1.200,00
<b>SUBTOTAL</b>				1.800,00	3.600,00
2% Imprevistos				36,00	72,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.836,00</b>	<b>3.672,00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

### **COSTOS FIJOS.**

Son aquellos que no guardan con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venta o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

#### **a.- Mano de Obra Indirecta.**

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano indirecta es de 9.447,35 USD, anuales.

**CUADRO No. 46****MANO DE OBRA INDIRECTA.**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Supervisor de Operaciones	771,84	4.631,06	9.262,11
Agente de Comercio Exterior	771,84	4.631,06	9.262,11
Subtotal			9.262,11
2% Imprevistos			185,24
<b>TOTAL</b>			<b>9.447,35</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

**b.- Reparación y Mantenimiento.**

Este valor está dado en función de los activos fijos que dispone la empresa de comercialización y venta de la mora

**CUADRO No. 47  
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE ANUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vehículos	15.300,00	10%	765,00	1.530,00
Maquinaria y Equipos	14.305,50	2%	143,06	286,11
Construcción	11.934,00	2%	119,34	238,68
Equipos de computación	2.988,60	2%	29,89	59,77
Equipos de oficina	408	2%	4,08	8,16
Muebles y Enseres	2059,38	2%	20,59	41,19
Subtotal			316,95	2.163,91
2% Imprevistos			6,34	43,28
<b>TOTAL</b>			<b>323,29</b>	<b>2.207,19</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

### c.- Seguros.

El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de una manera se garantiza la actividad de comercialización de la empresa.

### CUADRO No. 48

#### SEGUROS.

CONCEPTO	VALOR INICIAL	%	SEGURO SEMESTRAL	SEGURO ANUAL
Vehículos	15.300,00	6,00%	459,00	918,00
Construcciones	11.934,00	1,10%	65,64	131,27
Maquinaria y Equipos	14.305,50	1,05%	75,10	150,21
Equipos de Computación	2.988,60	1,05%	15,69	31,38
Equipo de Oficina	408	1,05%	2,14	4,28
Muebles y Enseres	2059,38	1,05%	10,81	21,62
<b>TOTAL</b>			<b>169,38</b>	<b>1.256,77</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

### d.- Depreciación.

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

**CUADRO No. 49**  
**DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Vehículo	15.300,00	20,00%	5	3.060,00
Edificaciones	11.934,00	5,00%	20	596,70
Maquinaria y Equipos	14.305,50	10,00%	10	1.430,55
Utensilios y Accesorios	571,2	3,00%	10	17,14
Equipos de Computación	2.988,60	33,33%	3	996,10
Equipo de Oficina	408	20,00%	10	81,60
Muebles y Enseres	2059,38	10,00%	10	205,94
<b>TOTAL</b>				<b>3.328,02</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

**e.- Amortización.**

Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto. Por lo tanto consiste en ir dando de baja al activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad.

**CUADRO No. 50**  
**AMORTIZACIÓN.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Licencias	50,00	20%	5	10
Gastos de Organización Constitución	1.170,00	20%	5	234
Gasto Patentes	89,00	20%	5	17,8
<b>TOTAL</b>				<b>261,8</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa.

**CUADRO No. 51  
GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

<b>GASTOS PERSONALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Gerente General	1	2.137,41	12.824,46	25.648,92
Secretaria - Contadora	1	534,35	3.206,12	6.412,23
<b>TOTAL PERSONAL</b>			12.824,46	25.648,92
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Suministros de Oficina	1	10	60,00	120,00
2% Imprevistos			1,20	2,40
<b>Total Suministros de oficina</b>			61,20	122,40
<b>TOTAL</b>			<b>12.885,66</b>	<b>25.771,32</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

## **GASTOS DE COMERCIALIZACION.**

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y producción y comercialización de la mora. Se comercializara el producto vía en términos FOB

**CUADRO No. 52**  
**GASTOS DE COMERCIALIZACION.**

<b>GASTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>GASTOS PERSONALES</b>				
Vendedor	1	890,59	5.343,53	10.687,05
<b>Total Personal</b>				10.687,05
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Promoción	1	850,00	5.100,00	10.200,00
Representación	1	750,00	4.500,00	9.000,00
<b>Transporte</b>				
Pago flete interno	1	196,03	1.176,18	2.352,36
<b>Gastos de Administración</b>				
Pago agente afianzado	1	70,00	420,00	840,00
Pago Trámites	1	30,00	180,00	295,35
<b>Subtotal</b>			11.376,18	22.687,71
2% Imprevistos			227,52	453,75
<b>Total Gastos Generales</b>				23.141,46
<b>TOTAL COSTO VENTAS</b>			11.603,70	<b>33.828,51</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

**GASTOS FINANCIEROS.**

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido por la CFN es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

**CUADRO No. 53**  
**GASTOS FINANCIEROS**

<b>PERIODO</b>	<b>INTERÉS</b>
0	
1	10.862,17
2	10.566,89
3	10.253,89
4	9.922,11
5	9.570,42
6	9.197,63
7	8.802,47
8	8.383,61
9	7.939,61
10	7.468,98
11	6.970,10
12	6.441,29
13	5.880,76
14	5.286,59
15	4.656,77
16	3.989,16
17	3.281,50
18	2.531,38
19	1.736,25
20	893,41

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

La determinación del costo está dada por la operación matemática de dividir el costo total para el número de unidades producidas en un período, en este caso durante la comercialización anual.

Los Costos Totales establecidos para el primer año se detallan a continuación.

**CUADRO No. 54**  
**COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1.**

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras		2.478,60
Materiales Directos		37.454,40
Mano de Obra Directa		30.522,21
Mano de Obra Indirecta	9.447,35	
Insumos		3.672,00
<b>GASTOS DE COMERCIALIZACION</b>	<b>33828,51</b>	
Reparación y Mantenimiento	2.207,19	
Seguros	1256,77	
Depreciación	3.328,02	
Amortización	261,8	
<b>Subtotales</b>	<b>50.329,65</b>	<b>74.127,21</b>
<b>Total de Costo de Producción</b>	<b>124.456,86</b>	
Gastos Administrativos	25.771,32	
Gastos Financieros	21.429,05	
<b>Subtotales</b>	<b>47.200,37</b>	
<b>Costo Total</b>	<b>171.657,24</b>	
<b>Unidades Vendidas</b>	<b>96,03</b>	
<b>Costo Producción Tn.</b>	<b>1.787,54</b>	
<b>Costo Producción Kg.</b>	<b>1,79</b>	
<b>Costo Ha.</b>		<b>19.073,03</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

**CUADRO No. 55**

<b>COSTOS DE COMERCIALIZACION PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO</b>										
<b>AÑO: 2.013 - 2.022</b>										
<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Materia Prima	2.478,60	2.701,67	2.944,82	3.209,86	3.498,75	3.813,63	4.156,86	4.530,98	4.938,77	5.383,25
Materiales Directos	37.454,40	40.825,30	44.499,57	48.504,53	52.869,94	57.628,24	62.814,78	68.468,11	74.630,24	81.346,96
Mano de Obra Directa	30.522,21	33.269,21	36.263,44	39.527,15	43.084,60	46.962,21	51.188,81	55.795,80	60.817,42	66.290,99
Insumos	3.672,00	4.002,48	4.362,70	4.755,35	5.183,33	5.649,83	6.158,31	6.712,56	7.316,69	7.975,19
<b>VARIABLES</b>	<b>74.127,21</b>	<b>80.798,66</b>	<b>88.070,54</b>	<b>95.996,89</b>	<b>104.636,61</b>	<b>114.053,91</b>	<b>124.318,76</b>	<b>135.507,45</b>	<b>147.703,12</b>	<b>160.996,40</b>
Mano de Obra Indirecta	9.447,35	10.297,61	11.224,40	12.234,60	13.335,71	14.535,92	15.844,16	17.270,13	18.824,44	20.518,64
Reparación y Mantenimiento	2.207,19	2.405,83	2.622,36	2.858,37	3.115,63	3.396,03	3.701,67	4.034,83	4.397,96	4.793,78
Seguros	1256,77	1.369,88	1.493,17	1.627,55	1.774,03	1.933,70	2.107,73	2.297,42	2.504,19	2.729,57
Depreciación	3.328,02	3.328,02	3.328,02	2.331,92	2.331,92	2.331,92	2.331,92	2.331,92	2.331,92	2.331,92
Amortización	261,8	261,8	261,8	261,8	261,8					
<b>FIJOS</b>	<b>16.501,13</b>	<b>17.663,15</b>	<b>18.929,75</b>	<b>19.314,24</b>	<b>20.819,09</b>	<b>22.197,57</b>	<b>23.985,48</b>	<b>25.934,30</b>	<b>28.058,52</b>	<b>30.373,91</b>
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>90.628,35</b>	<b>98.461,82</b>	<b>107.000,30</b>	<b>115.311,14</b>	<b>125.455,70</b>	<b>136.251,48</b>	<b>148.304,24</b>	<b>161.441,75</b>	<b>175.761,64</b>	<b>191.370,31</b>
Gasto Administrativo	25.771,32	28.090,74	30.618,91	33.374,61	36.378,32	39.652,37	43.221,08	47.110,98	51.350,97	55.972,56
<b>GASTOS DE COMERCIALIZACION</b>	<b>33828,51</b>	<b>36.873,08</b>	<b>40.191,66</b>	<b>43.808,91</b>	<b>47.751,71</b>	<b>52.049,36</b>	<b>56.733,80</b>	<b>61.839,85</b>	<b>67.405,43</b>	<b>73.471,92</b>
Gasto Financiero	21.429,05	23.357,67	25.459,86	27.751,25	30.248,86	32.971,26	35.938,67	39.173,15	42.698,73	46.541,62
<b>Total gastos</b>	<b>81.028,89</b>	<b>88.321,49</b>	<b>96.270,42</b>	<b>104.934,76</b>	<b>114.378,89</b>	<b>124.672,99</b>	<b>135.893,56</b>	<b>148.123,98</b>	<b>161.455,14</b>	<b>175.986,10</b>
<b>Costo total</b>	<b>171.657,24</b>	<b>186.783,31</b>	<b>203.270,72</b>	<b>220.245,90</b>	<b>239.834,59</b>	<b>260.924,47</b>	<b>284.197,80</b>	<b>309.565,73</b>	<b>337.216,77</b>	<b>367.356,41</b>
Unidades producidas	96,03	104,00	113,00	123,00	134,00	146,00	159,00	173,00	188,00	204,00
<b>Costo Unitario</b>	<b>1787,54</b>	<b>1795,99</b>	<b>1798,86</b>	<b>1790,62</b>	<b>1789,81</b>	<b>1787,15</b>	<b>1787,41</b>	<b>1789,40</b>	<b>1793,71</b>	<b>1800,77</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

### **6.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS.**

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de la producción y comercialización y venta de de la mora.

El presupuesto tomará como base la demanda total del producto a satisfacer en el estudio de mercado, teniendo muy en cuenta como limitante, la máxima capacidad de producción instalada de la planta, de esta manera los datos se encuentran planificados en base a la producción y el volumen de ventas.

### **INGRESOS POR VENTAS.**

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

### **PRECIO DE VENTA.**

Para establecer el precio de venta de la mora es necesario analizar el costo de oportunidad de mercado ya que se establecerá en base al costo de producción, considerando como un criterio la tasa activa y pasiva de interés, más la suma de la tasa de riesgo país otorgado por el Banco Central del Ecuador, más la tasa de inflación anual.

La tasa de interés en el mercado financiero está determinada por la tasa activa correspondiente 12% anual, mientras que la tasa pasiva es de 4% anual.

El riesgo país que registra el Banco Central del Ecuador es de 5,61% anual mientras que la tasa de inflación anual es de 3.32%.

De acuerdo al criterio anteriormente mencionado se obtiene una tasa del 18.2 % que representa el costo de oportunidad de mercado, la misma que permite ser competitiva durante los diez años de vida del proyecto por cuanto se mantendrá el precio de venta constante durante ese período, obteniendo un margen de utilidad, ya que los costos disminuirán al transcurrir los años debido a que se incrementan las utilidades producidas y se disminuyen los gastos.

**CUADRO No. 56**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO</b>										
<b>AÑOS: 2013 – 2022</b>										
<b>VENTAS</b>	<b>AÑOS</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Unidades producidas Tn.	96,03	104,00	113,00	123,00	134,00	146,00	159,00	173,00	188,00	204,00
Precio Unitario	\$ 2.681,31	\$ 2.711,95	\$ 2.734,26	\$ 2.739,64	\$ 2.756,31	\$ 2.770,09	\$ 2.788,36	\$ 2.809,35	\$ 2.834,06	\$ 2.863,22
<b>Total Ingresos</b>	<b>257.485,86</b>	<b>282.042,79</b>	<b>308.971,49</b>	<b>336.976,22</b>	<b>369.345,27</b>	<b>404.432,93</b>	<b>443.348,57</b>	<b>486.018,20</b>	<b>532.802,50</b>	<b>584.096,69</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

## **6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA Y PLAN DE PRODUCCIÓN**

La evaluación de proyectos permite una medición del nivel de utilidad que obtiene dicho empresario como justo rédito al riesgo de utilizar sus recursos económicos en la alternativa de inversión elegida.

Los beneficios de la evaluación de proyectos permitirán determinar si es factible o no, es decir que por medios matemáticos, financieros facilitará analizar las proyecciones para la toma de decisiones, ya que permitirá evitar posibles desviaciones y problemas a largo plazo. De esta manera se mide una mayor rentabilidad de los recursos al poner en marcha el proyecto con relación a los intereses que percibiría por parte de la banca.

Las técnicas utilizadas cuando la inversión produce ingreso por si misma, es decir que permite medir por medio de los indicadores financieros tales como: Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

### **6.4.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.**

Este balance se realiza al constituirse una sociedad y contendrá la representación de las aportaciones realizadas por los socios.

Está constituido en forma ordenada por todas las cuentas contables de la empresa al momento de comenzar el ciclo contable, es decir se encuentra conformada por cuentas de activo, pasivo y patrimonio de este modo permitirá establecer la situación financiera de la empresa.

**CUADRO No. 57**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**AÑO 2013**  
**EN DÓLARES.**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activo Disponible</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Caja Bancos	9.160,47	Préstamo por pagar	181.036,15
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>181.036,15</b>
<b>Activo Fijo</b>			
Vehículos	15.300,00		
Construcciones	11.934,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria y Equipos	14.305,50	Capital Social	<b>81.000,00</b>
Utensilios y Accesorios	571,2		
Equipos de Computación	2.988,60		
Muebles y Enseres	2059,38		
Equipos de Oficina	408		
Terreno	204.000,00		
<b>Activo Diferido</b>			
Gastos de organización	1.309,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>262.036,15</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>262.036,15</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Autor

Los resultados en el análisis del estado de situación inicial evidencia que el valor por activos corresponde a **262.036,15** USD, pasivos corresponde a **181.036,15** USD, donde consta el pasivo a largo plazo por el préstamo otorgado a través de la Entidad Bancaria, mientras que los recursos propios correspondientes al patrimonio es de **81.000,00** USD.

#### **6.4.2 ESTADO DE RESULTADO.**

Es el documento contable que corresponde al análisis o al detalle de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado.

Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico de la empresa, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la organización.

**CUADRO No. 58**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>										
<b>AÑOS: 2013 – 2022</b>										
<b>EN DÓLARES</b>										
<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Ventas Netas	257.485,86	282.042,79	308.971,49	336.976,22	369.345,27	404.432,93	443.348,57	486.018,20	532.802,50	584.096,69
- Costo de Producción	90.628,35	98.461,82	107.000,30	115.311,14	125.455,70	136.251,48	148.304,24	161.441,75	175.761,64	191.370,31
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>166.857,51</b>	<b>183.580,97</b>	<b>201.971,20</b>	<b>221.665,09</b>	<b>243.889,57</b>	<b>268.181,45</b>	<b>295.044,33</b>	<b>324.576,45</b>	<b>357.040,87</b>	<b>392.726,38</b>
- Gastos de Administración	25.771,32	28.090,74	30.618,91	33.374,61	36.378,32	39.652,37	43.221,08	47.110,98	51.350,97	55.972,56
-GASTOS DE COMERCIALIZACION	33.828,51	36.873,08	40.191,66	43.808,91	47.751,71	52.049,36	56.733,80	61.839,85	67.405,43	73.471,92
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>107.257,67</b>	<b>118.617,16</b>	<b>131.160,63</b>	<b>144.481,57</b>	<b>159.759,54</b>	<b>176.479,72</b>	<b>195.089,44</b>	<b>215.625,62</b>	<b>238.284,46</b>	<b>263.281,90</b>
- Gastos Financieros	21.429,05	23.357,67	25.459,86	27.751,25	30.248,86	32.971,26	35.938,67	39.173,15	42.698,73	46.541,62
<b>= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN</b>	<b>85.828,62</b>	<b>95.259,49</b>	<b>105.700,77</b>	<b>116.730,33</b>	<b>129.510,68</b>	<b>143.508,46</b>	<b>159.150,77</b>	<b>176.452,47</b>	<b>195.585,73</b>	<b>216.740,28</b>
- 15% de Participación Trabajadores	12.874,29	14.288,92	15.855,12	17.509,55	19.426,60	21.526,27	23.872,62	26.467,87	29.337,86	32.511,04
<b>= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>72.954,33</b>	<b>80.970,56</b>	<b>89.845,66</b>	<b>99.220,78</b>	<b>110.084,08</b>	<b>121.982,19</b>	<b>135.278,15</b>	<b>149.984,60</b>	<b>166.247,87</b>	<b>184.229,24</b>
- 25% Impuesto a la Renta	18.238,58	20.242,64	22.461,41	24.805,19	27.521,02	30.495,55	33.819,54	37.496,15	41.561,97	46.057,31
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>54.715,74</b>	<b>60.727,92</b>	<b>67.384,24</b>	<b>74.415,58</b>	<b>82.563,06</b>	<b>91.486,64</b>	<b>101.458,62</b>	<b>112.488,45</b>	<b>124.685,90</b>	<b>138.171,93</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

### **6.4.3 FLUJO DE CAJA.**

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”.<sup>99</sup>

El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo.

---

<sup>99</sup> NASSIR, Sapag, Chain, “Evaluación y Formulación de Proyectos”, Ed. Mc Graw Hill, Pag. 65, Bogotá, 2006

**CUADRO No. 59**

<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>								
<b>Años</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>Depreciación y Amortización del diferido (+)</b>	<b>Capital de trabajo (+)</b>	<b>Valor Residual (+)</b>	<b>Inversión (-)</b>	<b>Préstamo (+)</b>	<b>Amortización del k (-)</b>	<b>Flujo de efectivo (=)</b>
0					262.036,15	181.036,15		-81.000,00
1	54.715,74	3.589,82					10.138,06	48.167,51
2	60.727,92	3.589,82					11.391,12	52.926,62
3	67.384,24	3.589,82					12.799,07	58.175,00
4	74.415,58	2.593,72			2.988,60		14.381,03	59.639,68
5	82.563,06	2.593,72					16.158,52	68.998,26
6	91.486,64	2.331,92					18.155,72	75.662,85
7	101.458,62	2.331,92					20.399,77	83.390,77
8	112.488,45	2.331,92			2.988,60		22.921,18	88.910,60
9	124.685,90	2.331,92					25.754,23	101.263,59
10	138.171,93	2.331,92	9.160,47	216.940,40			28.937,46	337.667,27

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

#### 6.4.4 VALOR ACTUAL NETO.

El Valor Actual Neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Por medio de este instrumento se podrá medir si existe riesgo o no al invertir en este proyecto, lo que permitirá al accionista la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio, es decir el Valor Actual Neto se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto.

Para proceder al cálculo se establecerá una tasa que representa el costo de oportunidad de la siguiente forma:

$i = \text{tasa pasiva (recursos propios)} + \text{tasa activa (recursos de terceros)} + \text{riesgo país} + \text{inflación.}$

$i = 0,04 (30,91 \%) + 0,012 ( 69,09 \%) + 5,61 + 9$

**$i = 24,14 \%$**

**CUADRO No. 60**  
**VALOR ACTUAL NETO**  
**EN DÓLARES**

<b>VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)</b>		
<b>USD.</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>
	<b>EFFECTIVO</b>	
0	-81.000,00	-81.000,00
1	48.167,51	38.801,88
2	52.926,62	34.345,61
3	58.175,00	30.411,09
4	59.639,68	25.114,79
5	68.998,26	23.406,20
6	75.662,85	20.676,35
7	83.390,77	18.357,26
8	88.910,60	15.766,74
9	101.263,59	14.465,73
10	337.667,27	38.857,46
<b>TOTAL</b>		<b>179.203,12</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

#### **6.4.5 TASA INTERNA DE RETORNO.**

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

**FÓRMULA:**

$$TIR = tm + (TM - tm) * (VAN^{tm} / (VAN^{tm} - VAN^{TM}))$$

$$TIR = 69 \%$$

**CUADRO No. 61**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO</b>			
<b>INVERSIONISTA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA</b>
	<b>EFFECTIVO</b>	<b>MENOR 52%</b>	<b>MAYOR 54%</b>
0	-81.000,00	-81.000,00	-81.000,00
1	48.167,51	31.689,15	31.277,60
2	52.926,62	34.820,15	34.367,94
3	58.175,00	38.273,03	37.775,98
4	59.639,68	39.236,63	38.727,06
5	68.998,26	45.393,59	44.804,06
6	75.662,85	49.778,19	49.131,72
7	83.390,77	54.862,35	54.149,85
8	88.910,60	58.493,81	57.734,15
9	101.263,59	66.620,78	65.755,58
10	337.667,27	222.149,52	219.264,46

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

#### 6.4.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

**CUADRO No. 62**

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
	EFFECTIVO		
0	-81.000,00	-81.000,00	-81.000,00
1	48.167,51	38.801,88	-42.198,12
2	52.926,62	34.345,61	-7.852,51
3	58.175,00	30.411,09	22.558,59
4	59.639,68	25.114,79	47.673,37
5	68998,25815	23406,19779	71.079,57
6	75.662,85	20.676,35	91.755,93
7	83.390,77	18.357,26	110.113,19
8	88.910,60	15.766,74	125.879,93
9	101.263,59	14.465,73	140.345,65
10	337.667,27	38.857,46	179.203,12

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

#### 6.4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto, el producto ocasiona pérdidas.

Matemáticamente para la determinación del punto de equilibrio tenemos la siguiente fórmula:

- **Punto de equilibrio de producción física:**

Fórmula:

$$PE = CF / (Pu - Cvu)$$

Donde:

Pu = Precio de venta unitario

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

CVu = Costo variable unitario

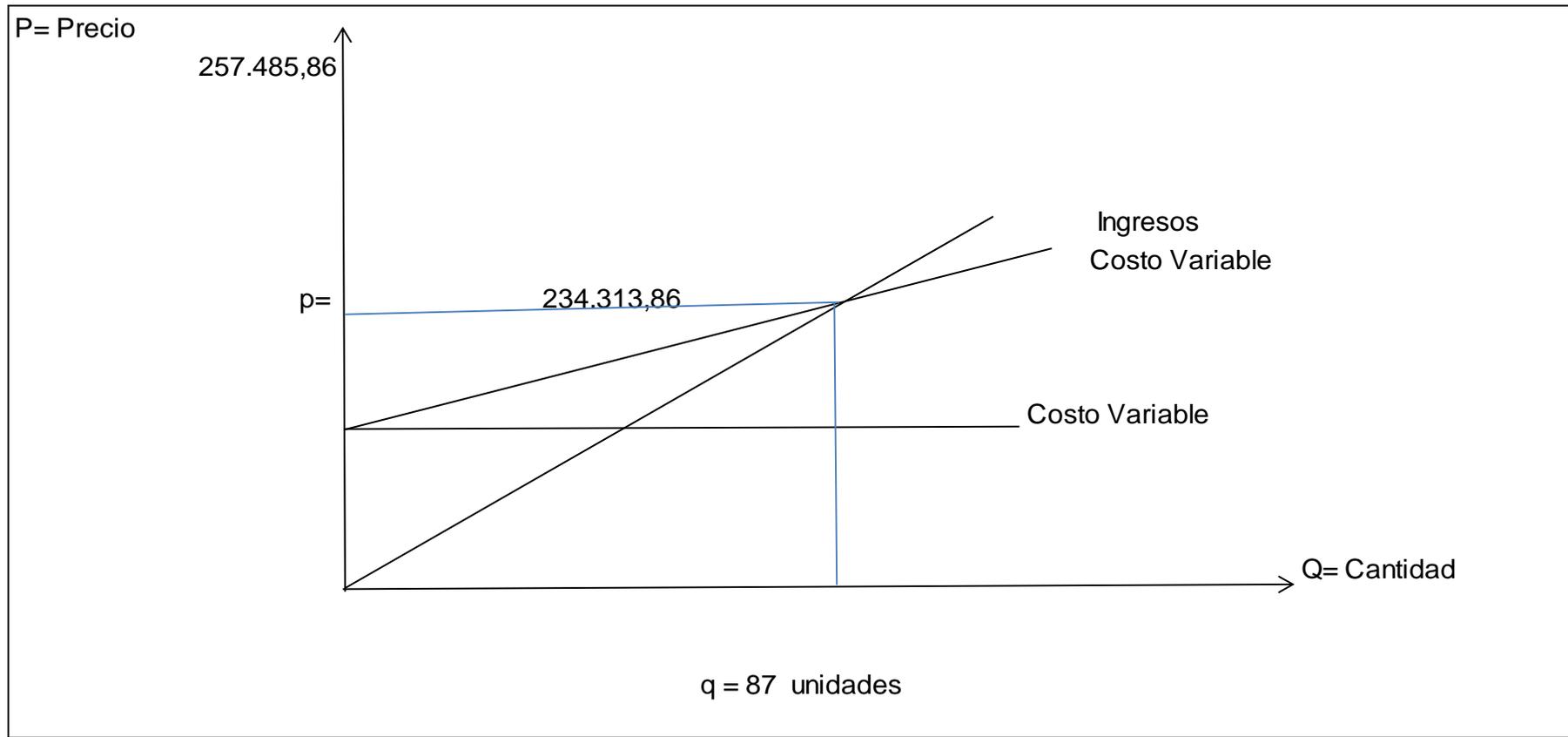
**CUADRO No. 63**  
**ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**EN DOLARES.**

<b>AÑOS</b>	<b>Ventas Totales</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Pto. Equilibrio USD. CF/1-(CV-VT)</b>	<b>Precio de vta. unitario</b>	<b>Pto. Equilibrio Q CF/(VT-CV)</b>
1	257.485,86	16.501,13	74.127,21	96,03	171.657,24	0,09	1787,54	0,09
2	282.042,79	17.663,15	80.798,66	104,00	186.783,31	0,09	1795,99	0,09
3	308.971,49	18.929,75	88.070,54	113,00	203.270,72	0,09	1798,86	0,09
4	336.976,22	19.314,24	95.996,89	123,00	220.245,90	0,08	1790,62	0,08
5	369.345,27	20.819,09	104.636,61	134,00	239.834,59	0,08	1789,81	0,08
6	404.432,93	22.197,57	114.053,91	146,00	260.924,47	0,08	1787,15	0,08
7	443.348,57	23.985,48	124.318,76	159,00	284.197,80	0,08	1787,41	0,08
8	486.018,20	25.934,30	135.507,45	173,00	309.565,73	0,07	1789,40	0,07
9	532.802,50	28.058,52	147.703,12	188,00	337.216,77	0,07	1793,71	0,07
10	584.096,69	30.373,91	160.996,40	204,00	367.356,41	0,07	1800,77	0,07

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Autor

**GRAFICO No.26**  
**ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**EN DOLARES.**



FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

# **CAPITULO VII**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 CONCLUSIONES.**

Después de haber analizado los conceptos y teorías que se encierran este proyecto de investigación, se puede concluir que la comunicación organizacional es una de las áreas más importantes que está creciendo día a día en las organizaciones, ya que se ha visto que aunque se cuenten con todos los recursos humanos y tecnológicos para alcanzar las metas deseadas, sin la existencia de una comunicación efectiva entre los miembros de la misma y de herramientas que faciliten la circulación de la información, es imposible que las instituciones se mantengan estables

- En el Ecuador la necesidad de ingresar con más y nuevos productos a los Competitivos mercados mundiales nos conlleva a fortalecer las exportaciones de nuestro país introduciendo al mercado mundial productos con altos niveles de competitividad en cuanto a precio y calidad del producto, la realidad del Ecuador en estos momentos en cuanto a variedad de productos para la exportación nos indica que no contamos con una gama diversa de alternativas.
  
- El Ecuador exporta la mora a los mercados del hemisferio norte con buenas perspectivas de incremento de volúmenes. Un aspecto que todavía no se ha explotado en el Ecuador, es la posibilidad de la extracción de calcio, por el altísimo contenido de este mineral que tiene la fruta.

- El periodo útil de producción de la planta es de 9 a 11 meses, desde el momento de la primera cosecha. A partir de entonces disminuye la productividad y la calidad de la fruta, es decir, durante el primer año de producción la recolección de la mora se lleva a cabo una o dos veces por semana, a partir del segundo año de producción, los rendimientos decaen y se observa una reducción notoria en el tamaño del fruto.
- Es la cantidad estimada de mora que una persona puede consumir al año, luego según datos de la FAO se estima esta cantidad en 1.61 kg al año.
- Luego, existe una Demanda Insatisfecha de 74.603.68 Tn. positiva en el mercado Español, lo que significa que el Estudio de Mercado es viable para el mercado de la mora en España.
- La demanda insatisfecha de España para el año 2013 será de 74.603.68 Tn y el presente proyecto plantea exportar a dicho país 96.03 TN. representando el 0,12 % de dicha demanda insatisfecha francesa.
- Debido a las condiciones de mercado y producción de mora, en el Ecuador no existen al momento grandes empresas exportadoras o propiedades que se dediquen al cultivo y siembra de este fruto exótico en extensiones grandes de tierra.
- La logística es un proceso de planificación, implantación, control del flujo y almacenamiento eficiente y eficaz en términos de costo de materias primas, productos semi acabados, productos terminados y las informaciones correlativas desde un lugar de

origen hasta el punto de consumo, con el propósito de obedecer las exigencias de los clientes.

- Sin embargo, un buen distribuidor del producto debe tener ciertas características que lo hacen ser mejor que otros, por ejemplo, deben tener calidad profesional; cualquiera puede ser distribuidor de productos, pero no cualquiera es un profesional en su actividad, esto implica estar entrenados para el trabajo, tener una buena organización, que el personal tenga una mentalidad orientada hacia el mercado.
- La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 251.566,68 USD, en Activos Diferidos: 1.309,00 USD, y, en Capital de Trabajo: 9.160,47 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de 262.036,15 USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.
- El periodo de recuperación de la inversión está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto. Dicha recuperación es al tercer año de funcionamiento. El T.I.R es al 69% y el Valor Actual Neto es usd \$ 179.203,12.

## 7.2 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda al gobierno ecuatoriano incrementar los niveles de exportación de mora ya que es un producto muy poco conocido por nuestros productores y los mercados mundiales pero con buenas expectativas para la exportación, por lo que se desea que este producto llegue a competir en el mercado Español en calidad y precio.
- Se recomienda al gobierno ecuatoriano que deberían, existir grandes empresas exportadoras o propiedades que se dediquen al cultivo y siembra de este fruto exótico en extensiones grandes de tierra.
- Es recomendable para el Ministerio de la Producción participar en las ferias internacionales ya que esta opción es una de las mas convenientes para el exportador ya que mediante esta estrategia el productor puede exponer su fruta personalmente en las diferentes ferias europeas captando así mayor cantidad de contactos que podrían ser futuros clientes.
- Se recomienda a la gente ecuatoriana que no se vean detenidos por barreras políticas o económicas para la exportación, producción, o la implementación de una empresa, ya que como nos hemos dado cuenta en este proyecto de investigación se puede apreciar lo que un emprendedor puede hacer.
- Se recomienda a la Superintendencia de Control de poder del Mercado en realizar talleres o seminarios para indicar como es el manejo y la forma en que un producto no tradicional como lo es la mora se vea bien reflejada en el exterior.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ansoff, H.I. Corporate Strategy. New York, NY: McGraw Hill. 2000.
- BACA URBINA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”,Editorial MC Graw Hill, 5, Tercera edición.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. “Información estadística mensual”. Quito, 2012.
- GOOGLE, buscador Frutas tropicales ecuador versión 2008, no tradicionales exportación [http:// http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/mora\\_de\\_castilla.html](http://http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/mora_de_castilla.html)
- BARRENO, Luís. “Manual de formulación y evaluación de proyectos”. Quito, 2004. Ed. 1 era.
- CALDAS, Marco; “Preparación y evaluación de proyectos “, 1995 , Tercera edición, Quito- Ecuador.
- COOLIARD, Claude-Albert. Instituciones de RP internacionales. Fondo de Cultura Económica Ediciones. Madrid 1999.

- Gallardo, Anahí. Interacción ambiente y organización. Reporte de investigación DCSH UAM-Azcapotzalco. 2009.
- KATZ, Daniel. 1999. Psicología Social de las Organizaciones, Ed. Trillas. México.
- KOTLER, P., CÁMARA D., GRANDE I., CRUZ I., Dirección de Marketing. Edición del Milenio. Editorial Prentice Hall. Décima Edición. Madrid, 2000.
- GOOGLE, web; Plantacion y evolución de la mora de castilla [http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/mora\\_de\\_castilla.html](http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/mora_de_castilla.html) pdf
- KOTLER, Philip – ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. sexta edición, Pearson Educación de México, universidades, 2003; p. 305.
- MINTZBERG, Henry. El proceso estratégico, México, Prentice Hall Hispanoamericana. 2003.
- PORTER, Michael E. Estrategia Competitiva. Editorial Continental Trigésima Primera Edición. México, 2003.
- GOOGLE, INGENIERIA AGRICOLA 2005, <http://www.angelfire.com/ia/2/ingenieriaagricola/mora.htm>

- PORTER, Michael E. Ventaja Competitiva. Editorial Continental Trigésima Primera Edición. México, 2003.
- SAPAG N, SAPAG R. Preparación y evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Editorial McGraw- Hill Interamericana. Chile, 2000.
- STANTON J. William - ETZEL J. Michael. Fundamentos de Marketing. 13 ed. México: Mc-Graw Hill, 2003, p.276.