



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la exportación de rambután
deshidratado hacia el mercado de Canadá**

AUTORAS:

**Gaibor Minchala, Pamela Marina
Vera Yépez, Adriana Nicole**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ing. Jácome Ortega, Xavier Omar PhD.

Guayaquil, Ecuador

19 de Septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Gaibor Minchala, Pamela Marina y Vera Yépez, Adriana Nicole**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR

f. 
Ing. Jácome Ortega, Xavier Omar PhD.

DIRECTORA (e) DE LA CARRERA

f. 
Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, a los 19 días del mes de Septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Gaibor Minchala, Pamela Marina y Vera Yépez,**
Adriana Nicole

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 19 días del mes de Septiembre del año 2016

LAS AUTORAS

f. 

Gaibor Minchala, Pamela Marina

f. 

Vera Yépez, Adriana Nicole



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Gaibor Minchala, Pamela Marina y Vera Yépez,**
Adriana Nicole

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de Septiembre del año 2016

LAS AUTORAS

f. 

Gaibor Minchala, Pamela Marina

f. 

Vera Yépez, Adriana Nicole



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/21193290-592711-473269#q1bKLVayio7VUSrOT>. The main content area is divided into two sections: document details on the left and a list of sources on the right.

Document Details:

- Documento: [gaibor_pamela y vera_adriana_FINAL.doc](#) (D21501041)
- Presentado: 2016-08-25 12:30 (-05:00)
- Presentado por: Pamela Gaibor Minchala (pamegaibor94@live.com)
- Recibido: xavier.jacome.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje: Gaibor_Pamela y Adriana_Vera_FINAL [Mostrar el mensaje completo](#)

Source List:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Gaibor_PamelayAdriana_Vera_FINAL.doc
Fuentes alternativas	
	leon_ivonne_quirola_carlos_FINAL.docx.docx
	Intriago Manuel FINAL.docx
	Desarrollo Tesis Arazá.docx

0% de esta aprox. 73 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

Link: <https://secure.orkund.com/view/21193290-592711-473269#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWyMqgFAA==>

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios, que gracias a sus bendiciones he podido llegar a finalizar esta etapa tan importante de mi vida y que ha requerido de grandes sacrificios.

A mis padres, quienes han estado a mi lado en cada momento de esta etapa y han sido mi pilar fundamental en cada paso que he dado y por quienes con su esfuerzo y dedicación ha sido posible alcanzar cada meta propuesta.

A mi abuelita Olga, otra persona fundamental en mi vida y que ha sido también un ejemplo para mi crecimiento personal y me ha dado su apoyo incondicional.

A mi familia, quienes han estado siempre al pendiente de mí y me han ayudado con sus consejos tanto en mi vida personal como profesional.

Finalmente al Dr. Omar Jácome, por haber sido nuestro guía durante todo el proceso y habernos dado las herramientas necesarias para la realización de este trabajo.

ADRIANA VERA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar deseo dedicar este trabajo a Dios que, quien con sus bendiciones y sus designios, me ha ayudado a estar donde estoy, a culminar esta etapa importante en mi vida, a pesar de todos los obstáculos que se han presentado en el camino.

A mis Padres, porque son las personas que han estado conmigo incondicionalmente. Por su sacrificio, su confianza depositada en mí y en las cosas que hago, por su guía y sus consejos, ya que siempre han sabido lo que es correcto para mí. Además, deseo agradecer al resto de mi familia por su cariño y gran apoyo.

A mi tutor, el Dr. Omar Jácome, por su entrega, paciencia y gran ayuda; ya que sin él, este proyecto no sería lo que es ahora.

Finalmente, a mis profesores de mi carrera universitaria, por su gran entrega y paciencia al compartir sus conocimientos con nosotros, sus estudiantes; y a mis amigos más cercanos, quienes de una u otra manera han sido de gran ayuda y compañía durante toda mi vida.

PAMELA GAIBOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por ser mi guía y darme la fuerza necesaria para seguir adelante y no dejarme vencer.

A mis padres, por los grandes sacrificios que han hecho y por darme la fortaleza para seguir adelante frente a las adversidades.

A mi hermana Cristina, quien ha estado siempre a mi lado, ha sido mi compañera y me ha ayudado en cada momento que la he necesitado.

A mis amigas y amigos, quienes han sido también de gran apoyo y que juntos estamos logrando cumplir con este sueño que se está volviendo una realidad.

ADRIANA VERA

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios, por haberme ayudado tanto, que no terminaría de decirlo en tan pocas líneas.

A mis padres, hermano y al resto de mi familia quienes ha sido los pilares fundamentales de mi vida. Sus sabios consejos y valores que forman parte mí, son la base fundamental que hicieron de mí, la persona que soy ahora.

Lo dedico también, a cada una de las personas que han estado conmigo en momentos buenos y malos. Sus pasos han dejado en mí una gran huella de sabiduría y experiencia, la cual seguirá teniendo validez para el resto de mi vida.

PAMELA GAIBOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Jácome Ortega, Xavier Omar PhD.

TUTOR

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

DIRECTORA (e) DE CARRERA

f. _____

Ing. Barbery Montoya, Danny Christian PhD.

COORDINADOR DEL ÁREA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CALIFICACIÓN

Gaibor Minchala, Pamela Marina

Vera Yépez, Adriana Nicole

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	XXII
ABSTRACT	XXIII
RESUMÉ	XXIV
INTRODUCCIÓN.....	25
CAPÍTULO 1: PLANIFICACIÓN Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .	26
1.1. Planteamiento del Problema	26
1.2. Justificación del Proyecto	28
1.3. Alcance del Proyecto	31
1.4. Objetivos y Preguntas de investigación	32
1.4.1. Objetivo General	32
1.4.2. Objetivos Específicos	32
1.4.3. Preguntas de Investigación	32
1.5. Revisión de la literatura	33
1.5.1. Marco Teórico	33
1.5.2. Marco Conceptual	40
1.5.3. Marco Referencial	44
1.6. Metodología.....	46
1.6.1. Tipo de investigación.....	46
1.6.2. La naturaleza de la investigación	47
1.6.3. Técnica y modelos de análisis de datos	48
CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	49
2.1. Giro del Negocio	49

2.2. Aportantes	49
2.3. La administración.....	49
2.4. Objetivos estratégicos.....	52
2.5. Control del plan de negocios	54
CAPÍTULO 3: MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	56
3.1. Análisis de mercado	56
3.1.1. Mercado de oferta	56
3.1.2. Mercado de demanda	68
3.2. Demanda Insatisfecha	74
3.3. Producto	78
3.3.1. El Rambután	78
3.3.2. Etiquetado y Embalaje	83
3.4. Precio	86
3.5. Plaza	92
CAPÍTULO 4: ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO	100
4.1. Proceso de producción	100
4.2. Ubicación del negocio.....	102
4.2.1. Instalaciones	103
4.3. Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	103
4.4. Especificaciones (materias primas, ingredientes, insumos, normas y estándares).....	105
4.5. Servicios y mano de obra directa.....	116
4.6. Abastecimiento de materias primas	117

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	121
5.1. Estructuración financiera del negocio	121
5.1.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento	121
5.2. Flujo de caja anual proyectado	123
5.3. Programa y calendario de inversiones	125
5.4. Detalle de las proyecciones de ingresos (ventas proyectadas)	126
5.4.1. Estado de pérdidas y ganancias proyectado	128
5.4.2. Balance general proyectado	132
5.5. Evaluación del negocio	133
5.5.1. Liquidez.....	133
5.5.2. Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA)	133
5.5.3. Eficiencia.....	134
5.5.4. Rotación	134
5.5.5. Apalancamiento	135
5.5.6. Punto de equilibrio.....	136
5.5.7. Periodo de Recuperación	137
5.5.8. Relación Costo-Beneficio	138
5.5.9. Análisis de Sensibilidad.....	138
5.5.10. Evaluación Económica del Proyecto	141
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	142
REFERENCIAS	145
ANEXOS	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales productos no petroleros exportados hacia Canadá.....	27
Tabla 2: Variaciones de Frutas No Tradicionales 2006-2015.....	28
Tabla 3: Debilidades de la Empresa VegaFruit S.A.	53
Tabla 4: Fortalezas de la Empresa VegaFruit S.A.	53
Tabla 5: Oportunidades de la Empresa VegaFruit S.A.....	54
Tabla 6: Amenazas de la Empresa VegaFruit S.A	54
Tabla 7: Control del plan de negocios.....	55
Tabla 8: Producción histórica de Rambután a nivel mundial 2004-2008 (TM)	56
Tabla 9: Exportaciones de productos mexicanos hacia el mundo (2015-Miles de USD).....	58
Tabla 10: Exportaciones de productos de Costa Rica hacia el mundo (2015- Miles de USD)	60
Tabla 11: Principales provincias productoras de rambután en Ecuador	64
Tabla 12: Áreas de Producción de rambután en Ecuador	64
Tabla 13: Lista de países exportadores de producto seleccionado 0813 (2015-Miles de USD)	65
Tabla 14: Exportaciones de frutas secas o deshidratadas de Ecuador hacia el mundo (2015- Miles de USD).....	66
Tabla 15: Frutas secos o deshidratadas que Ecuador exporta hacia el mundo	67
Tabla 16: Lista de los países importadores en 2015 para producto: 0810 Las demás frutas u otros frutos frescos	68
Tabla 17: Exportadores de frutos frescos a Canadá año 2015	70

Tabla 18: Países distribuidores de frutos secos a Canadá año 2015.....	72
Tabla 19: Productos importados desde Ecuador a Canadá	73
Tabla 20: Encuesta de gastos en hogares por alimentación en Canadá anuales.....	76
Tabla 21: Listado de snacks consumidos en Canadá 2014	77
Tabla 22: Diversidad de rambutanes sembrados en países asiáticos.....	80
Tabla 23: Composición nutricional del rambután	80
Tabla 24: Principales plagas y enfermedades del rambután	81
Tabla 25: Snacks Salados y Galletas de consumo en Canadá	83
Tabla 26: Tamaño de la bolsa	83
Tabla 27: Precio de exportación de rambután fresco de países de Centroamérica (USD)	86
Tabla 28: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Canadá en 2015.	88
Tabla 29: Costos de transporte interno-StarCargo.....	93
Tabla 30: Participación de las regiones canadienses en el mercado de alimentos	94
Tabla 31: Posibles distribuidores/ importadores alimenticios canadienses ..	96
Tabla 32: Arancel aplicado a la exportación de los productos 0813 de Ecuador hacia Canadá	97
Tabla 33: Impuesto PST aplicado por las provincias en Canadá	98
Tabla 34: Valor de los trámites y documentación para exportar.....	99
Tabla 35: Cotización general para la exportación desde Ecuador (Guayaquil) hasta Canadá (Montreal)	99

Tabla 36: Especificaciones del rambután seleccionado para el proceso de producción.....	105
Tabla 37: Composición del jarabe osmótico para la deshidratación del rambután	106
Tabla 38: Especificaciones para la compra del cloro desinfectante	106
Tabla 39: Características de Gaveta Robusta 40 calado vertical	107
Tabla 40: Características de la Bañera D-1	108
Tabla 41: Características de la Mesa metálica.....	108
Tabla 42: Características de Gaveta industrial cónica forte	110
Tabla 43: Características de la Paila Osmótica Industrial	112
Tabla 44: Características de la deshidratadora por bandeja	113
Tabla 45: Características de la XFS-180 doy-pack	114
Tabla 46: Perfil Nutricional del rambután fresco y deshidratado	115
Tabla 47: Mano de Obra Directa para el proceso de deshidratación del rambután	117
Tabla 48: Costo mensual del servicio de transporte de las gavetas con el rambután	117
Tabla 49: Producción de rambután por año de cosecha de una hectárea..	118
Tabla 50: Plan de inversiones de la empresa VegaFruit S.A.	121
Tabla 51: Financiamiento de la empresa VegaFruit S.A.	122
Tabla 52: Flujo de Caja Anual Proyectado	124
Tabla 53: Cronograma de actividades del Proyecto.....	125
Tabla 54: Proyección de Ventas del producto final	126
Tabla 55: Costos por empaque local e importado	127

Tabla 56: Ruta del Precio por unidad.....	128
Tabla 57: Parámetros Económicos del Proyecto	129
Tabla 58: Estado de Resultados Proyectado	130
Tabla 59: Balance General del Proyecto.....	131
Tabla 60: Ratio de liquidez	133
Tabla 61: Ratios de evaluación de rentabilidad.....	133
Tabla 62: Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital.....	134
Tabla 63: Ratios de eficiencia	134
Tabla 64: Rotación de Activos	135
Tabla 65: Ratios de administración de deudas	135
Tabla 66: Escenario Pesimista.....	139
Tabla 67: Escenario Optimista	139
Tabla 68: Escenario Inflacionista	140
Tabla 69: Análisis de Sensibilidad	140
Tabla 70: Evaluación Económica del Proyecto	141

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Exportaciones de Frutas no tradicionales	26
Ilustración 2: Evolución de las exportaciones del sector Agroindustrial.....	29
Ilustración 3: Exportaciones de Ecuador a Canadá. Periodo 2009-2013 (USD \$ Millones)	30
Ilustración 4: Las 10 principales importaciones de Canadá desde Ecuador (2013).....	30
Ilustración 5: Esquematización del contexto de la Estrategia Competitiva ...	34
Ilustración 6: Cadena de Valor.....	35
Ilustración 7: Los atributos inherentes a un producto	38
Ilustración 8: Actividades típicas de un intermediario.....	39
Ilustración 9: Estructura organizacional de la empresa “VegaFruit S.A.”	50
Ilustración 10: Participación histórica de países productores de Rambután (2004-2008)	56
Ilustración 11: Exportaciones de productos de Tailandia hacia el mundo (2015-Miles de USD)	57
Ilustración 12: Exportaciones de productos hondureños hacia el mundo (2015-Miles de USD).	59
Ilustración 13: Uso de la superficie agropecuaria en Ecuador (2014)	61
Ilustración 14: Agricultura, valor agregado (% del PIB) del Ecuador	62
Ilustración 15: Exportaciones de productos ecuatorianos hacia el mundo (2015-Miles de USD).	63
Ilustración 16: Exportaciones de frutas secas o deshidrtadas de Turquía hacia el mundo 2015.	66

Ilustración 17: Valor de mercado de frutos secos y frutos deshidratados 2006-2014 (USD millones).....	71
Ilustración 18 : Crecimiento en las categorías de snacks 2014	75
Ilustración 19: El Rambután.....	78
Ilustración 20: Modelo de la bolsa.....	84
Ilustración 21: Prototipo del diseño de la bolsa para el rambután deshidratado.....	85
Ilustración 22: Diseño del cartón para el empaque de las bolsas.....	85
Ilustración 23: Precio de venta al público del rambután fresco en Amazon (2016).....	89
Ilustración 24: Precio de venta al público del rambután en almíbar en Walmart- Canadá (2016)	90
Ilustración 25: Precio de venta al público del rambután liofilizado en Aliexpress (2016).....	90
Ilustración 26: Precio de venta al por mayor del rambután liofilizado en lata en Alibaba (2016)	91
Ilustración 27: Precio de venta al por mayor del rambután liofilizado en funda en Alibaba (2016)	91
Ilustración 28: Proceso de comercialización para la exportación de rambután deshidratado.....	92
Ilustración 29: Incoterm FOB	93
Ilustración 30: Formato de distribución de productos agroalimentarios en Canadá.....	95
Ilustración 31: Flujo del proceso de producción	100
Ilustración 32: Localización de la empresa VegaFruit S.A	102
Ilustración 33: Distribución de la empresa VegaFruit S.A.	103

Ilustración 34: Gaveta Robusta 40 calado vertical	107
Ilustración 35: Bañera D-1	107
Ilustración 36: Mesa metálica	108
Ilustración 37: Cuchillos Oster	109
Ilustración 38: Cucharón gigante	109
Ilustración 39: Banco Patrón Café	109
Ilustración 40: Delantal Industrial Impermeable, guantes de látex desechables, gorros malla-redecilla-negra y botas	110
Ilustración 41: Gaveta industrial cónica forte.....	110
Ilustración 42: Cajas de Cartón.....	111
Ilustración 43: Cinta de embalaje de 100 yardas	111
Ilustración 44: Dispensador cinta embalaje adhesiva manual industrial cajas	111
Ilustración 45: Paila Osmótica Industrial	112
Ilustración 46: Deshidratadora por bandeja (Secador 4 coches)	113
Ilustración 47 : Fundas Doy Pack	114
Ilustración 48: XFS-180 doy-pack.....	114
Ilustración 49: Mapa de la ruta Guayaquil hasta Quevedo-Buena Fe	118
Ilustración 50: Financiamiento del Proyecto.....	122
Ilustración 51: Gráfico de la evolución del Balance General	132
Ilustración 52: Ventas en equilibrio del proyecto	136
Ilustración 53: Cantidad de bolsas en equilibrio del proyecto.....	137
Ilustración 54: Periodo de recuperación del proyecto.....	138

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en la creación de una empresa, ubicada en la ciudad de Guayaquil, dedicada a la producción y exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá, país en donde se ha encontrado un elevado nivel de consumo de frutos deshidratados debido a sus altas propiedades nutritivas que contribuyen a llevar una vida más saludable para las personas que lo consumen. Este producto será exportado en forma de snack, para su fácil acceso al mercado a través de una cadena de supermercados, en la ciudad de Montreal. Además, el trabajo contiene el estudio del mercado meta el cual es Montreal, en donde se incluye el cálculo de la demanda potencial del producto. También, se incluye la descripción del rambután, sus propiedades nutricionales y su beneficio al consumirlo como producto deshidratado que le otorga un valor agregado a su comercialización. Además, se presentan los requisitos para poder entrar al mercado canadiense con respecto a sus normas de seguridad, etiquetado, embalaje, entre otras; así como también, los canales para la correcta distribución de este producto. Al mismo tiempo, se establecerán los costos implicados en la transformación y exportación de esta fruta que se comercializará bajo una marca. Finalmente, se determinó que el proyecto es financieramente viable, resultado obtenido de las proyecciones de los Estados Financieros como Flujo de Caja, Balance General y Estado de Resultados con lo que se responde a las preguntas de investigación planteadas.

Palabras Claves: RAMBUTÁN; FRUTOS DESHIDRATADOS; CANADÁ; SNACK; EXPORTACIÓN; MATRIZ PRODUCTIVA

ABSTRACT

This project focuses on the creation of a company dedicated to the production and export of dehydrated rambutan located in Guayaquil. Its export destination is Canada, where there is a high level of consumption of dried fruits due to its high nutritional properties. It helps to take a better healthy life and also its presentation allows to be easily consumed. This product will be exported as a snack, for its easy access to the market through a chain of supermarkets in the city of Montreal. In addition, the work contains the study of the target market which is Montreal, where it includes calculating the potential demand for this product. It also includes the description of rambutan, its nutritional properties and its benefit to be consumed as dehydrated product that gives added value to its commercialization. Moreover, it shows the requirements to enter the Canadian market regarding their safety, sanitary and phytosanitary standards, among others; as well as the channels for proper distribution of this product. At the same time, it will establish which would be the possible cost that it implies to create a company focused on the industrialization and export of the renowned product, under a brand. Finally, it was determined that the project is financially viable as a result obtained from projections of Financial Statements and Cash Flow, Balance Sheet and Income Statement thus responding to the research questions.

Key words: RAMBUTAN; DEHYDRATED FRUITS; CANADA; SNACK; EXPORT; PRODUCTION MATRIX

RESUMÉ

Ce projet porte sur la création d'une société dédiée à l'exportation de ramboutan déshydraté. L'exportation se fait de la ville de Guayaquil vers le Canada, parce que ce pays fait preuve d'une très grande consommation de ce produit en raison de ses propriétés nutritionnelles élevées. Pour faciliter l'accès de ce fruit sur le marché canadien, il sera vendu sous forme de collation et distribué dans une chaîne de supermarchés de la ville de Montréal. Le ramboutan possède beaucoup de vertus, il est riche en vitamine C et en potassium. C'est grâce à ses apports d'antioxydant et son influence sur le système nerveux que la commercialisation du ramboutan déshydraté a une valeur ajoutée. Ce travail, comprend en outre l'étude du marché cible qui est la ville de Montréal, il montre les conditions requises pour entrer sur le marché canadien en remplissant toutes les normes tant de sécurité, comme sanitaires, phytosanitaires entre autres, ainsi que les canaux pour la distribution correcte de ce produit. Dans cette étude, il est aussi établi quels seront les coûts potentiels de la création d'une entreprise qui pourrait industrialiser ce produit et l'exporter sous une seule marque. Enfin, il a été déterminé que le projet est financièrement viable. Ce résultat a été obtenu des enquêtes menées et des recherches sur les états financiers et la balance commerciale.

Mots Clés: RAMBOUTAN; FRUITS DESHYDRATES ; CANADA ; COLLATION ; EXPORT ; MATRIX PRODUCTION

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, la economía ecuatoriana se ha basado en la exportación de petróleo y a la comercialización de materia prima y no de productos que surgen de un proceso de industrialización. Es por esto, que el gobierno ecuatoriano, con el fin de encontrar nuevas maneras de generar riquezas y mejorar el desarrollo de la industria del país, se ha enfocado en la creación de una Estrategia Nacional para el cambio de la Matriz Productiva.

Esta estrategia ayudará a no solo depender de la exportación de productos petroleros, sino también de productos que representan la cultura del país pero con un valor agregado, es decir, que hayan pasado por un proceso de producción industrial y que tengan un gran reconocimiento en el mundo, logrando así ser competitivos al nivel de otros países.

Es por esta razón que el siguiente trabajo está enfocado en el estudio para la creación de una empresa exportadora de rambután deshidratado hacia el mercado canadiense, en donde sus habitantes son clientes potenciales para la empresa debido a su gran interés por las frutas deshidratadas y por llevar un estilo de vida saludable; además que el país, debido a su ubicación, no tiene un clima favorable para el cultivo de este tipo de frutas exóticas, convirtiéndolo en un gran importador de estas.

Es aquí en donde se analizarán todas las ventajas y las desventajas que se presentan para poder entrar a este mercado, incluyendo la cultura, estilo de vida, el aspecto político, entre otros, que son factores importantes para determinar el éxito o fracaso de este producto. Además que es importante señalar, el gran interés de las personas por consumir productos saludables que ha ido creciendo en gran medida en los últimos años.

Estas ventajas y desventajas se presentan también de manera interna, ya que la producción de rambután en el país, a pesar de ser abundante, no está siendo realmente explotado porque no le han prestado la atención que se requiere para convertir de esta fruta no tradicional, en tradicional, que ayude a mejorar la balanza comercial del país, como también su economía.

CAPÍTULO 1: PLANIFICACIÓN Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Ecuador es un país representativo por su capacidad de producción de una gran variedad de frutas consideradas como exóticas, pero éstas, no están siendo aprovechadas de una manera óptima ya que los productores se limitan a su comercialización en el exterior sólo como frutas frescas, perdiendo la oportunidad de generar un valor agregado que sea atractivo para los consumidores extranjeros. Las frutas procesadas al ser comercializadas, ayudan a promover la diversificación de exportación de productos no tradicionales del Ecuador y a generar un cambio en la matriz productiva.

Según estadísticas realizadas por PRO ECUADOR sobre las exportaciones de frutas no tradicionales por sector en el año 2015, se puede exponer que en los últimos años ha existido un incremento en las exportaciones de este sector tanto en toneladas como en su valor FOB; permitiéndole al país tener mayores oportunidades para exportar al extranjero (PRO ECUADOR, 2015). Lo mencionado anteriormente se podrá observar en la Ilustración 1.

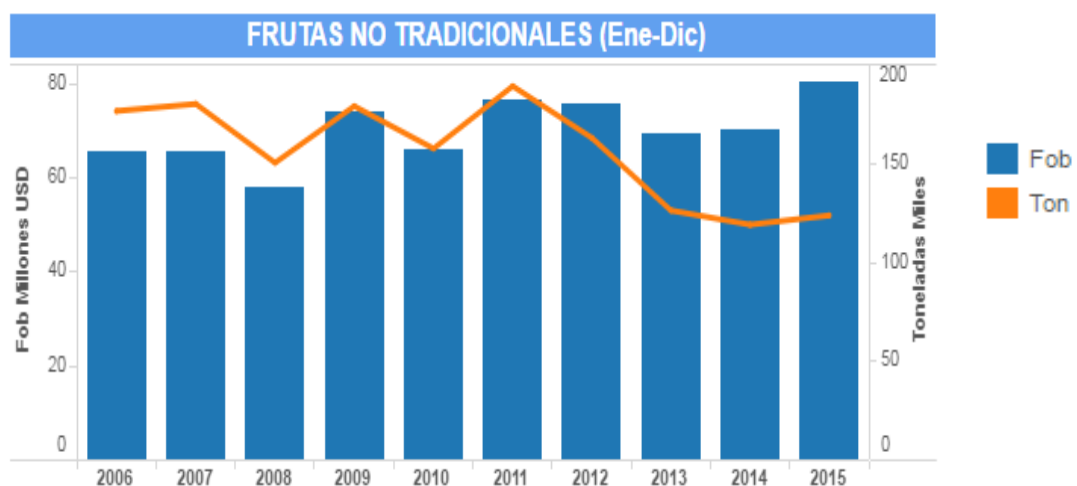


Ilustración 1: Exportaciones de Frutas no tradicionales

Fuente: PRO ECUADOR (2015)

De acuerdo a otro informe realizado por PRO ECUADOR (2013), hace más de una década Ecuador comenzó a producir frutas deshidratadas con el fin de abrirse a nuevos caminos en el mercado extranjero; razón por la cual se creó el primer

consorcio de frutas deshidratadas llamado ECUA-DEHYD en 2013, compuesto por seis pequeñas y medianas empresas dedicadas a la comercialización de frutas deshidratadas que buscan aumentar sus exportaciones hacia mercados como Canadá, Estados Unidos y Reino Unido.

El rambután también conocido en Ecuador como achotillo, es una fruta exótica producida dentro del país y cuyo consumo interno es bajo. A pesar de su bajo consumo en Ecuador, esta fruta es de gran aceptación en mercados extranjeros como es el de Europa, Estados Unidos y en especial en el mercado Canadá, el cual importa rambután desde México, Honduras, Vietnam y demás países asiáticos. Por este motivo, Ecuador tiene la posibilidad de entrar al mercado canadiense comercializando rambután de forma deshidratada, a pesar que, por el momento no se encuentra exportando esta fruta.

Adicionalmente, Canadá es un mercado potencial que no ha sido explotado por los ecuatorianos, ya que las relaciones bilaterales que se mantenían entre los dos países se han limitado especialmente al sector de la minería, política, cultural, entre otros. Según datos emitidos por el Banco Central del Ecuador en 2014, los productos mayormente exportados hacia Canadá desde Ecuador fueron: oro en bruto, rosas frescas cortadas, cacao en grano crudo, camarones y demás que se encuentran detallados en la Tabla 1.

Tabla 1: Principales productos no petroleros exportados hacia Canadá

PRINCIPALES PRODUCTOS ECUATORIANOS NO PETROLEROS EXPORTADOS A CANADÁ					
Miles USD FOB					
Subpartida	Descripción	2013	2014	% Part. 2014	Variación
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	38,508	35,901	30.25%	-6.77%
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	19,811	17,823	15.02%	-10.04%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	15,966	12,295	10.36%	-23.00%
0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	8,595	10,297	8.68%	19.80%
2008.91.00.00	PALMITOS EN CONSERVA	3,673	4,763	4.01%	29.66%
0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	4,418	4,558	3.84%	3.17%
1504.20.90.00	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES, EXCEPTO LOS ACEITES DE HIGADO	5,161	3,846	3.24%	-25.48%
1504.20.10.00	ACEITE DE PESCADO EN BRUTO	00	2,888	2.43%	*
8412.29.00.00	LOS DEMÁS MOTORES HIDRÁULICOS	652	2,869	2.42%	339.93%
0804.50.20.00	MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	2,167	2,453	2.07%	13.18%
	DEMÁS PRODUCTOS	19,149	21,000	17.69%	9.67%
	TOTAL	118,101	118,691	100.00%	0.50%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central del Ecuador, BCE.

El informe emitido por PRO ECUADOR en 2013 señala que, Canadá mantiene los niveles de importaciones más altos en el mundo, convirtiéndolo en un país extremadamente atractivo para realizar negociaciones. Una de las áreas más viables para el ingreso de los comerciantes ecuatorianos a este mercado es el área de la alimentación; estos comerciantes deberán tener conocimiento sobre las características de los consumidores canadienses, quienes eligen productos que sean buenos para su salud y fáciles de preparar (Oficina comercial del Ecuador en Toronto, 2015).

Según el Instituto de Promoción de Comercio (2013) en los últimos años Canadá ha presentado un crecimiento en el consumo de frutos secos o deshidratados; el consumo per cápita es de 1,5 kg., abriendo puertas a la posibilidad de la exportación del rambután como fruta deshidratada para su comercialización en Canadá. Por lo tanto se plantea la necesidad de realizar la evaluación de factibilidad técnica, comercial y financiera para la transformación o producción del rambután como fruto deshidratado para que sea exportado hacia el mercado de Canadá.

1.2. Justificación del Proyecto

Como ya se había mencionado, Ecuador es un país privilegiado en el cultivo de variedades de frutas que son únicas en sabor y calidad, diferenciándolas al resto de frutas que se cultivan en otros países. Esto se debe a que en distintas partes del Ecuador existe una diversidad de altitudes y variaciones climáticas debido a su ubicación geográfica (Zák, 2014). Este país se ha convertido en un gran exportador del sector agroindustrial, en la sección de frutas frescas destacando entre éstas al banano, mango, maracuyá, piña, sandía, frutilla, melón, entre otras, razón por la cual se ha tomado como una ventaja para el productor ecuatoriano de poder realizar exportaciones de otro tipo de frutas no tradicionales, como es el caso del rambután, pero con un valor agregado.

Tabla 2: Variaciones de Frutas No Tradicionales 2006-2015

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	TCPA
Fob%	-0,48%	-11,33%	27,36%	-10,50%	15,70%	-1,07%	-8,08%	0,76%	14,42%	2,24%
Ton%	1,99%	-16,52%	19,06%	-11,99%	20,03%	-13,87%	-22,46%	-5,68%	3,92%	-3,87%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de PROECUADOR (2015)

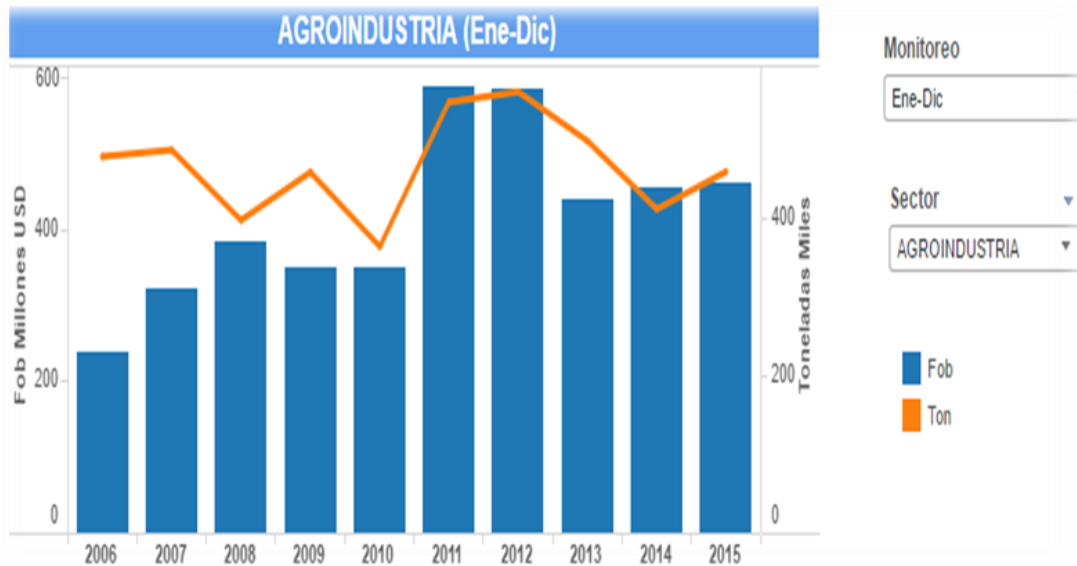


Ilustración 2: Evolución de las exportaciones del sector Agroindustrial
Fuente: PROECUADOR (2015)

El Rambután o achotillo es una fruta de producción media en el país que contiene grandes propiedades y beneficios para la salud del ser humano. A pesar de esto, el rambután no ha sido realmente explotado debido a la falta de atención y conocimiento del mismo, y aunque sigue sin ser exportado, éste podría convertirse en uno de las principales frutos con destino a diferentes países del mundo (Maridueña, Moreno, & Villafuerte, 2010). Es por esto que ha sido necesario buscar alternativas para innovarlo, decidiendo así, exportarlo como un producto deshidratado y poder entrar a mercados internacionales demandantes de este tipo de productos como es el caso de Canadá.

A principios del siglo XX, los expertos en minería, ingenieros del ferrocarril y misioneros canadienses empezaron a trabajar en Ecuador creando lazos entre estos dos países; que en el año de 1960 oficializaron sus relaciones diplomáticas bilaterales hasta en la actualidad. Estas relaciones se han ido enfocando en ciertos sectores como políticos, culturales, personales y comerciales debido a las migraciones de más de 100,000 ecuatorianos hacia Canadá y con más de 2,000 ciudadanos de Canadá hacia Ecuador (Embajada de Canadá en Ecuador, 2016).

La misma publicación de la Embajada de Canadá en Ecuador (2016) indica que productos como el cacao, mariscos, rosas, frutas tropicales y demás pertenecientes al sector agrícola son exportados a este país, complementariamente éste le exporta a Ecuador cebada, trigo y lenteja. De manera general, hasta el año 2013 hubo un

incremento en las exportaciones ecuatorianas a Canadá como se puede observar en la ilustración 3 y 4; y en 2014 el comercio entre estos dos países aumentó a \$565.8 millones, todo esto gracias a un acuerdo bilateral.

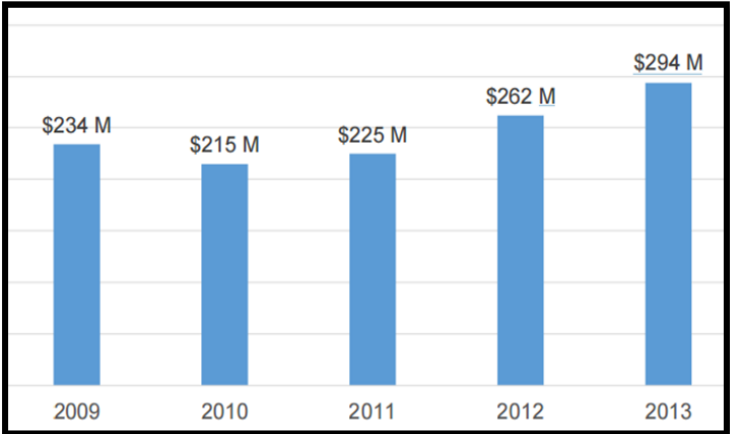


Ilustración 3: Exportaciones de Ecuador a Canadá. Periodo 2009-2013 (USD \$ Millones)
Fuente: TFO Canadá

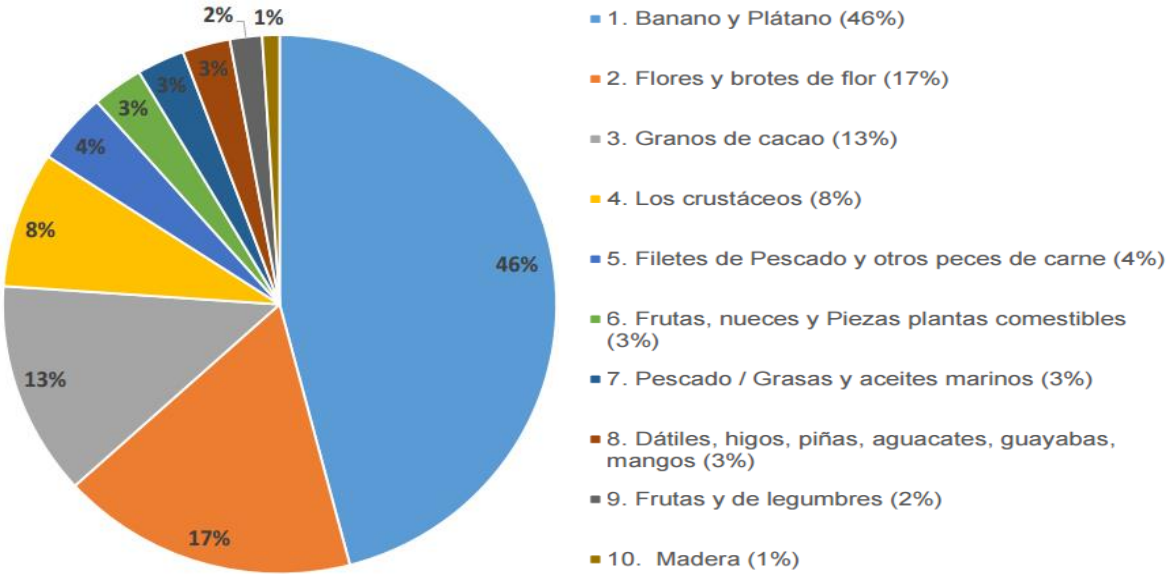


Ilustración 4: Las 10 principales importaciones de Canadá desde Ecuador (2013)
Fuente: Ministerio de Industria de Canadá, Trade Data Online (2013). TFO Canadá. Porción por código de productos del SA4

Según el informe de la Oficina Comercial del Ecuador en Toronto (2014), Canadá es uno de los principales importadores de rambután en el mundo, como también uno de los mayores consumidores de frutos deshidratados y secos. Este consumo ha ido aumentando año tras año ya que los frutos deshidratados desarrollan un rol esencial

dentro de este mercado, porque cumplen con los requerimientos y necesidades principales de sus consumidores: ser fáciles de comer y tener un fácil acceso a ellos en cualquier momento del día.

Es por eso que al escoger el proceso de deshidratación para el rambután, el consumidor no deberá preocuparse de su pronta fecha de caducidad, y tendrá la seguridad que la fruta conservará el mismo nivel de vitaminas, minerales y demás elementos nutritivos al igual que las demás frutas frescas. Asimismo, este producto contará con un proceso natural, ya que éste no requerirá de muchos productos químicos que atenten contra la salud del consumidor.

Además de poder entrar a otros mercados y hacer del Ecuador uno de los mayores exportadores de rambután deshidratado del mundo, gracias a esto se estaría fomentando a que exista una mayor diversificación de las exportaciones de los productos no tradicionales del país, ayudando también en el proceso del cambio de la matriz productiva que el gobierno ha ido enfatizando en los últimos años para mejorar la economía del país y que exista un equilibrio en su balanza comercial.

1.3. Alcance del Proyecto

El presente trabajo se limita a la realización de un estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado desde Ecuador hacia Canadá. Para la elaboración de este estudio no se realizarán encuestas en Canadá dado a la limitación de recursos como son el tiempo y el dinero; además se apoyará de información sobre niveles de consumo, índice de importación de frutas deshidratadas y frutas frescas del mercado de Canadá provenientes de fuentes secundarias oficiales.

Es importante mencionar que otro punto limitante dentro de la investigación a realizarse, es que dado a que el rambután también conocido como achotillo no forma parte de los frutos con exportaciones representativas en el Ecuador por lo tanto la información sobre este fruto es limitada, además que la comercialización de esta fruta de forma deshidratada es una innovación ya que no se lo ha hecho anteriormente. Para obtener mayor información sobre el rambután es necesario realizar entrevistas a los productores de este fruto y a los investigadores del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP).

Por último, se debe señalar que la producción del rambután en Ecuador es limitada ya que los meses de cosecha sólo se dan desde enero hasta mayo, por lo que se ha visto necesario importar esta fruta de otro país para poder continuar con el proceso de producción durante todo el año. Es importante indicar que este país deberá encontrarse dentro del mismo continente, a una distancia no muy alejada de Ecuador para que el tiempo de tránsito sea óptimo, ya que la duración de la fruta sin refrigeración es de 8 días y de esta manera poder evitar una rápida descomposición de esta fruta.

1.4. Objetivos y Preguntas de investigación

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad comercial, técnica y financiera de la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Definir el modelo de negocios para la exportación de rambután deshidratado a Canadá.
2. Realizar un estudio de mercado que implique la exportación de frutos deshidratados y el rambután fresco a Canadá.
3. Describir el proceso de producción y canales de distribución de la exportación de rambután deshidratado a Canadá.
4. Evaluar la viabilidad financiera y económica de la producción de rambután deshidratado y su exportación hacia el mercado de Canadá.

1.4.3. Preguntas de Investigación

Para el siguiente Trabajo de Titulación, se han planteado las siguientes premisas:

1. ¿Cuál sería el nivel de aceptación de la comercialización del rambután como fruta deshidratada dentro del mercado canadiense?
2. ¿Cuáles son los recursos financieros necesarios para poder producir el rambután deshidratado y exportarlo?

1.5. Revisión de la literatura

1.5.1. Marco Teórico

La Estrategia Competitiva de Michael Porter

Michael Porter es conocido a nivel mundial como líder en estrategias y competitividad; varios de sus trabajos como el análisis de las cinco fuerzas, las estrategias genéricas, la cadena de valor, los sistemas de actividad, el modelo de diamante y la industria de innovación de clúster, representan herramientas analíticas esenciales para las escuelas de negocios, empresarios, entre otros. Antes de Porter, la gestión estratégica se basaba en el marco FODA - fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas - desarrollado por el grupo de gestión general de la Universidad de Harvard, marco que carecía de una base analítica, por lo que otras estrategias lo complementaban (Jørgensen, 2008).

La estrategia competitiva de Porter trata de no ser igual a los demás, esto quiere decir que para generar una cadena de valor, es necesario escoger un grupo de actividades, las mejores, para que provoquen un efecto diferenciador sobre la competencia (Chávez, 2012). Estas estrategias transformaron el proceso de gestión estratégica en varias maneras: primero, para evaluar el atractivo de las industrias; segundo, las organizaciones industriales habían identificado las barreras que reducían la competencia a nivel industrial. Tercero, incluyó el poder de los proveedores y compradores, la amenaza de nuevos entrantes y la atracción de sustitutos en el modelo de las fuerzas competitivas. Cuarto, implementó las estrategias genéricas: liderazgo, diferenciación y concentración. Quinto, propuso cinco entornos industriales: genéricos- fragmentado, emergente, maduro, decrecido y global.

Finalmente, exploró la existencia de grupos estratégicos dentro de una industria, mostrando que había más de un modo de ser rentable en una estructura de industria heterogénea, según el informe de Jørgensen (2008). En la siguiente ilustración se puede ver el funcionamiento de la estrategia competitiva de una empresa, según Vilariño y Rodrigo (2007).

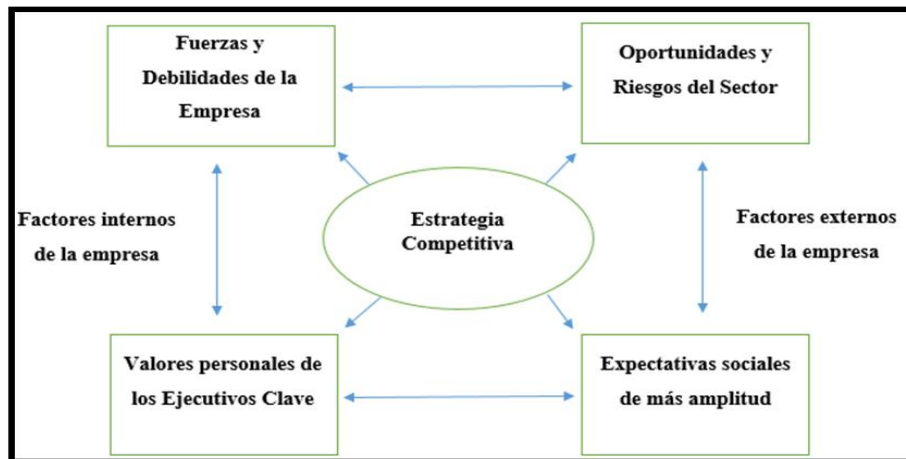


Ilustración 5: Esquematación del contexto de la Estrategia Competitiva

Fuente:Elaboración propia basado en la información de Vilariño & Rodrigo (2007)

Para un empresa, es importante entender de dónde radica la clave de su éxito, a pesar que en algunas ocasiones se presenten varios impedimentos en el mercado. Según Michael Porter, para que una empresa pueda obtener una ventaja competitiva, toma como argumento tres estrategias genéricas que son: liderazgo en costos, diferenciación, y concentración (Vilariño & Rodrigo, 2007).

La estrategia de liderazgo en costos radica en que la empresa que ofrezca los precios más bajos del mercado, en grandes cantidades y de buena calidad será líder en ventas, ya que los compradores son sensibles a los precios de los productos y éstos no tienen distinción por alguna marca; también esta estrategia se da cuando el poder de negociación se encuentra del lado del consumidor (Porter, 2009).

La estrategia de diferenciación se genera cuando una empresa ofrece a sus clientes un producto o servicio con un valor agregado y con características únicas, que los demás competidores no poseen. Por último, Porter, habla sobre la estrategia de alta segmentación, concentración o enfoque, que se da cuando las empresas dirigen su mayor esfuerzo y moldean sus estrategias para cumplir los requerimientos que existen en un mercado o una posición geográfica muy segmentada (Quero, 2008).

Adicionalmente, es importante que una empresa cree valor, y para esto se tomará como referencia al modelo de la Cadena de Valor de Michael Porter. Este modelo consiste en que la empresa debe realizar un conjunto de acciones con el fin de poder colocar y valorizar un bien o servicio de manera exitosa en un mercado

(50Minutos.es, 2016). Al sacar un mayor provecho de sus actividades y darle un valor único a su producto, esta empresa comenzará a mejorar su ventaja competitiva y a posicionarse en el mercado de una manera exitosa. Esta cadena de valor presenta tres finalidades: crear valor, reducir costos y mejorar los servicios.

La misma guía de 50Minutos.es (2016) señala que cuando la empresa desea crear valor, utiliza un sistema analítico con el fin de dividir las diferentes actividades que realiza, determinar cuál es el costo de cada una de ellas y hacer que su cadena cuente con una distribución de recursos eficaz para poder posicionarse estratégicamente con su producto en el mercado. Para poder reducir los costos, la empresa debe hacer que el costo de la compra de su materia prima sea bajo, que haya una optimización en su proceso de fabricación, que al momento de concebir el producto final éste sea innovador, de calidad y que su funcionalidad tenga una mayor diferenciación. Una vez realizado estos pasos, la empresa podrá incrementar su productividad y hacer de su crecimiento beneficioso y sostenible.

Estas actividades de valor pueden ser clasificadas en primarias y de apoyo. Las actividades primarias participan en el proceso de fabricación del producto, su comercialización hasta el cliente, y a su vez, en la ayuda que se ofrece en el servicio de post venta. Las actividades de apoyo refuerzan a las primarias y a la inversa, ya que éstas brindan las materias primas, el talento humano, la tecnología, entre otras actividades de manera global. En la presente ilustración, se puede observar las divisiones y subdivisiones de las categorías genéricas que se derivan de las actividades primarias y de apoyo; categorías que están subordinadas a la industria y a la estrategia que aplique la empresa (Vergíu, 2013).



Ilustración 6: Cadena de Valor
Fuente: Vergíu (2013)

Como se puede apreciar en la Ilustración 6, la cadena de valor presenta un sistema de actividades interdependientes, enlazadas a través de nexos, señalados por las líneas punteadas, que quieren decir que existe una relación entre la manera de realizar una actividad y el costo o productividad de la otra. Al mismo tiempo, estos nexos crean una ventaja competitiva en la empresa ya que permiten que ésta se optimice y se coordine.

Estudio de Mercado

Kotler, Bloom y Hayes (2004) indican que el estudio de mercado se fundamenta en reclutar, planear, estudiar y notificar de manera metódica los datos importantes para la situación del mercado que la organización puede enfrentar. A partir de esto se puede considerar al estudio de mercado, como un instrumento de la administración para poder tomar decisiones; así mismo, éste permite que los administradores desarrollen nuevos productos y también mejorarlos en caso que sea necesario tanto en productos como en servicios. Además, se pueden establecer estrategias de mercadeo necesario para el tipo de negocio que se va a realizar o modificar. La investigación de mercado brindará las respuestas necesarias para la correcta toma de decisiones de una empresa.

Elementos del estudio de mercado:

Mercado: De acuerdo a Kotler y Armstrong (2012) al mercado se lo puede definir como el conjunto de clientes reales y potenciales ya sea éste de un producto o servicio. Aquellos compradores que poseen una necesidad o un deseo en común, se los pueden satisfacer por medio de intercambios.

Estructura del mercado: La estructura del mercado se encuentra conformada, adicional a los aspectos de su entorno general, por los agentes que operan en él, estos son:

- a) Fabricantes de bienes y prestadores de servicios: Pueden llegar a intervenir dentro de la organización del mercado si éstos se mantienen en un pequeño número o si son empresas reconocidas dentro del mercado.

b) Intermediarios: Aquellos que se responsabilizan de aproximar los productos desde los fabricantes a los consumidores; éstos pueden llegar a tener gran participación en el mercado.

c) Compradores: Tienen gran influencia en la estructura del mercado dado a su comportamiento en el momento de realizar las compras.

Las empresas se deben enfocar en dirigir sus acciones mercantiles hacia los compradores potenciales. Es necesario que se conozca cuáles son los posibles compradores y buscar la manera más directa para aproximarse a ellos, es por eso que el mercado meta se conformará por los posibles compradores a los que se quiere transformar en clientes.

Para establecer cuál es el mercado meta al que se quiere llegar, la empresa necesitará realizar una segmentación de mercado, donde se va dividir al mercado por medio de grupos en los cuales los compradores tendrán características similares. La segmentación del mercado permitirá a la empresa seleccionar el segmento que generará un mayor volumen de ventas, expectativas de desarrollo, menor competencia y grandes beneficios (Salinas, Martínez, & Sánchez, 2009).

Clientes: Se puede definir al cliente como persona o empresa que efectúa una compra. La compra puede ser realizada a su nombre y disfrutar del bien obtenido, como también puede ser comprado para otro (Bengoechea, 1999).

De modo que sea fácil la venta de un producto, es de importancia conocer las características claves de los clientes potenciales, entre estas: donde viven, cuáles son sus ingresos, cuáles son sus gustos, etc. Esta información se la obtiene de los segmentos a los cuales va dirigido el producto y se debe analizar la necesidad de ellos referente al producto, para conocer si con éste se está satisfaciendo la necesidad existente en ellos (Salinas, Martínez, & Sánchez, 2009).

Los principales aspectos que se deben conocer del consumidor para determinar la estrategia comercial a aplicarse son los siguientes:

- Quién decide, quién compra, quién paga
- Qué se compra y por qué
- Cuándo se compra y con qué frecuencia
- Dónde y cuánto se compra

El producto: El producto es considerado según Staton, Etzel y Walker (2007) como un grupo de caracteres perceptibles e intangibles que incluyen todo aquello relacionado con el empaque, color, precio, calidad y marca, incluyendo los servicios y la notoriedad del vendedor; el producto puede ser un objeto, un servicio, un lugar, una persona o inclusive una idea. El producto es uno de los elementos principales que la empresa posee para poder determinar las estrategias que va a utilizar, además de ser el inicio para su gestión comercial. Muchas veces el éxito comercial depende de la oferta de buenos productos, aunque no quiere decir que sea una garantía. En la siguiente figura se podrán observar los atributos necesarios que debe tener un producto.

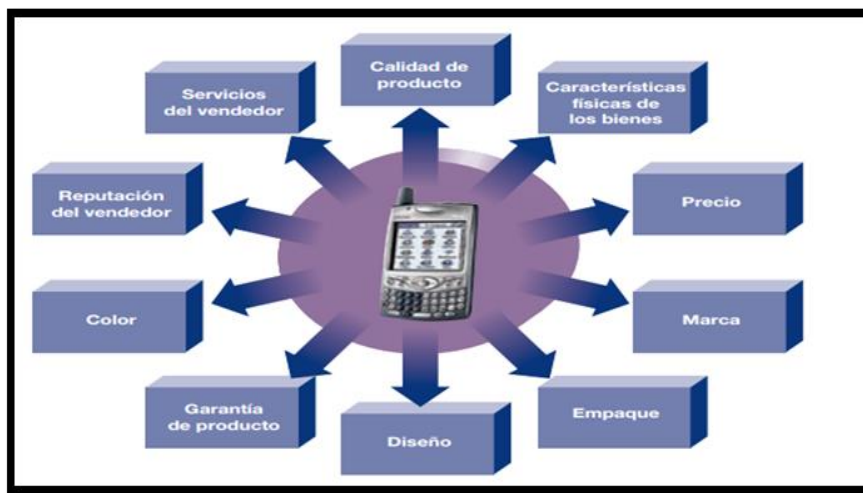


Ilustración 7: Los atributos inherentes a un producto

Fuente: Staton, Etzel y Walker (2007)

El precio: Los autores Kotler y Armstrong (2012) consideran al precio como la porción de dinero a cobrar por un bien o servicio. Es decir, el precio es el total de los valores que los compradores entregan por los beneficios de poseer o utilizar el bien o servicio. Para la fijación del precio de los productos existen distintos métodos que se pueden aplicar de acuerdo al criterio con el que la empresa cuente:

- a) Basado en los costos: En este método se le agrega el costo del producto el porcentaje de la ganancia que la empresa espera alcanzar por la venta del producto, este puede variar de acuerdo a las decisiones que toma la empresa. Dentro de este precio se considera a la demanda y a los competidores.
- b) Basado en el comprado: La empresa puede tomar como referencia la apreciación del consumidor con respecto al valor que cree tener del producto.

En este caso, la empresa se enfrenta a que si está cobrando un valor mayor al que los consumidores esta dispuestos a pagar, la ventas serán menores; pero si el precio es menor, las ganancias serán menores a las deseadas.

c) Basado en la competencia: Se realiza un análisis de los precios que maneja la competencia en donde se encuentran tres escenarios: los precios son iguales, menores o mayores al de la competencia (Salinas, Martinez, & Sánchez, 2009).

Canal de distribución: De acuerdo a Staton, Etzel y Walker (2007) un canal de distribución se refiere al conjunto de personas y organizaciones que llevan a cabo la entrega de derechos de un producto al momento que éste pasa de las manos del productor al consumidor o cliente final.

El canal de un producto se ocupa solamente de llegar a la última persona o empresa que lo compra, pero no se realiza ningún cambio significativo a la forma del producto. Una vez que la forma del producto ha sido alterada estará surgiendo un nuevo producto, por lo que se iniciaría un nuevo canal.

Dentro de la Ilustración 8 se explican las actividades realizadas por un intermediario dentro del canal de distribución, quien es el encargado de proporcionar información pertinente tanto a los productores o vendedores como a los compradores, ya que el intermediario es la persona que está en contacto con ellos y permite que sea más sencillo tanto la entrega de un producto o servicio como la recepción del mismo.

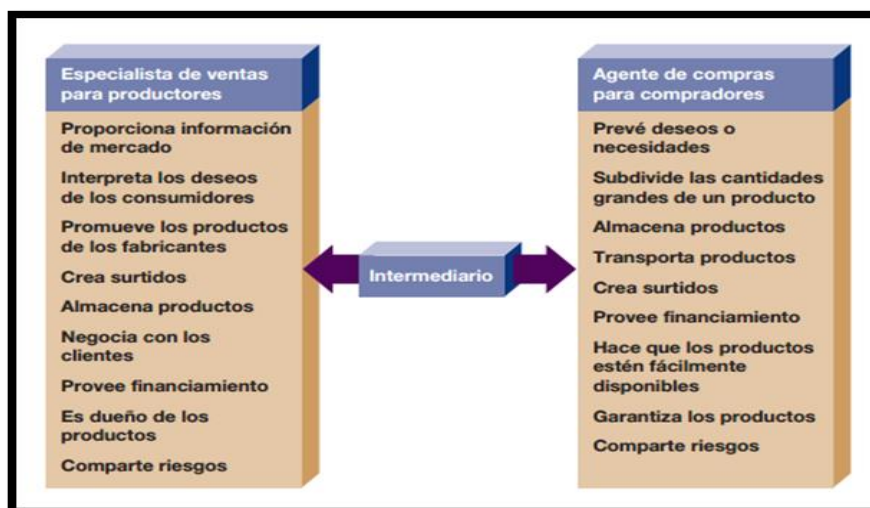


Ilustración 8: Actividades típicas de un intermediario
Fuente: Staton, Etzel y Walker (2007)

1.5.2. Marco Conceptual

Técnicas de evaluación financiera

Todo proyecto de inversión o plan que requiere de un capital para poder producir un determinado bien o servicio y que son efectuados por una institución pública o privada, se lo realiza con la finalidad de poder maximizar los ingresos y lograr un beneficio en pro de la sociedad del país en que se encuentra dicha institución (Pérez, Pérez , & Bruzeta, 2010).

Para esto, es necesario que la empresa entre en un proceso de gestión de proyectos, el cual implica identificar, formular, evaluar, negociar, gerenciar y evaluar el proyecto; y que le servirá como una herramienta para poder optimizar sus recursos de una manera eficaz y eficiente (Miranda, 2005).

Dentro de este proceso se encuentran tres maneras de evaluar la factibilidad de invertir en un proyecto y todas éstas se encuentran basadas en el análisis costo beneficio, en donde se mide si los beneficios de una inversión son superiores a los costos vinculados a un proyecto en un determinado periodo de tiempo; y para lo cual es importante reconocer cuáles son los costos generados y al mismo tiempo tratar de economizarlos; las posibles ganancias adicionales, entre otras (Harvard Business Press, 2009).

El análisis costo-beneficio, es la primera herramienta para evaluar financieramente un proyecto privado, pues en éste se evalúa el nivel de rentabilidad que un proyecto puede producir a un inversionista que pertenece al sector privado. Luego se encuentra la evaluación económica o de eficiencia, que valora los resultados de un proyecto y lo que éstos pueden generar sobre toda una economía, es decir es un análisis costo-beneficio a nivel económico. Y por último, la evaluación costo-beneficio a nivel social que tiene por objetivo, de manera rentable, fijar precios (bienes y servicios) a niveles sociales, focalizados principalmente en los sectores más pobres para que éstos puedan ahorrar más y mejoren su economía (Lira, s.f.).

Lo que siempre se busca de un proyecto es que éste pueda generar un flujo de ingresos y de gastos actualizados que se reflejan en el análisis costo-beneficio; y para poder determinar si este proyecto es rentable implementarlo o no, se utilizan

varios instrumentos analíticos como los indicadores financieros, que se detallarán más adelante (Knight, Thomas, Angus, & Case, 2012).

Para poder empezar a evaluar financieramente un proyecto, se debe calcular la base de estos indicadores financieros o dinámicos de evaluación, al cual se lo denomina flujo de fondo, de caja o efectivo, en donde se puede observar la diferencia entre los ingresos y egresos estimados de cada año de evaluación del proyecto. También es necesario tener en consideración el nivel de riesgo que se encuentra ligado al proyecto y que determina si se lo rechaza o no (Pérez, Pérez, & Bruzeta, 2010). Este riesgo financiero se entiende como aquella posibilidad de conseguir rendimientos diferentes a los que espera generar el inversor y que se presentan cuando existe un cambio en las variables financieras (Lizarzaburu, Berggrum, & Quispe, 2012).

Para poder evaluar la factibilidad económica/financiera de un proyecto, se utilizan los indicadores financieros como: el Retorno Neto y el Periodo de Recuperación. El primero, también conocido como retorno sobre la inversión (ROI), según Phillips (2011), mide el beneficio logrado por realizar una inversión; esta herramienta ayuda mucho a la empresa a evaluar su rendimiento desde una perspectiva financiera. El segundo, representa el tiempo en el cual se tardará en recuperar la inversión que ha realizado la empresa, es decir, el tiempo que transcurre mientras el flujo de efectivo se acumula para igualar a la inversión inicial.

Otras herramientas analíticas son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el análisis del punto de equilibrio y el análisis de sensibilidad. Dentro del contexto del VAN y la TIR, es necesario comprender el valor de dinero en el tiempo, cuya premisa constituye que el dólar que reciba una persona hoy, tendrá un valor superior al dólar que reciba la persona en cinco años, ya sea por términos de inflación u otros; por eso, al momento de emprender un negocio, es necesario evaluar el ingreso que generará en un futuro (Sapag, 2011).

El valor actual neto es una fórmula que indica el valor de un negocio y si éste es conveniente hacerlo o no, a través del criterio que si el VAN es mayor a 0, el negocio se acepta porque está creando un valor; pero si es menor a 0, éste se rechaza porque destruye valor, y cuando el VAN es igual a 0, el negocio puede ser llevado a cabo pero si se lo analiza a nivel financiero, es mejor no ponerlo en marcha.

En el VAN intervienen tres criterios: la inversión inicial, los flujos futuros y la tasa de retorno o descuento. En otras palabras, el VAN representa la diferencia entre los dólares actuales que se obtienen de los ingresos o flujos de beneficios, y los dólares actuales de las inversiones u otros egresos (Fernández, 2007).

La tasa interna de retorno (TIR), se lo representa de manera porcentual, y es la tasa de interés que hace que el valor actual neto se reduzca a 0. Es considerada también como un medio de decisión de los empresarios ya que para ellos representa tasa mínima de retorno exigida que debe obtener una inversión para que ésta sea rentable (Escribano, 2011).

Para el gerente de la empresa es importante conocer si el bien o servicio que brinda generará alguna utilidad y cuál es el grado de actividad en que se empieza a producir este beneficio; para lograr esto, se requiere del análisis del punto de equilibrio, este indicador le dice al gerente cuánto debe vender para poder recuperar la inversión que había realizado. El punto de equilibrio, es aquel punto donde la empresa no presenta ni ganancias ni pérdidas (Keat & Young, 2004).

Finalmente, para Lledó (2003), el análisis de sensibilidad es una herramienta que ayuda a optimizar la calidad de información para la toma de decisiones del inversionista. Propone un escenario de incertidumbre y considera cuáles serían las variables de riesgo que podrían afectar los resultados (VPN) que este inversionista estaba esperando y lo prepara para otros futuros escenarios.

La Deshidratación

La deshidratación es uno de los métodos más antiguos para la preservación de los alimentos. Su finalidad es poder conservar los alimentos con todos sus nutrientes, además permite que éstos puedan estar disponibles sin importar cuál sea la época del año (Cantor, 2008).

La deshidratación es uno de los métodos de post cosecha más usados que ayudan a vencer los problemas relacionados con la sobre producción de alimentos, el manejo post cosecha y la corta duración. La deshidratación se aplica para reducir el contenido de humedad de la fruta a un nivel que puede prevenir el crecimiento de moho y hongos y así minimizar su degradación.

Diferentes técnicas de deshidratación se pueden aplicar para reducir la actividad del agua y lograr así el objetivo de la conservación de la fruta. También puede ayudar en el desarrollo de nuevas variantes de productos tales como frutas deshidratadas, frutas en polvo seco y etc. (Law, Waje, Thorat, & Mujumdar, 2008).

Métodos de deshidratación

- a) Deshidratación por aire caliente: Este proceso de deshidratación se lo realiza a través de la transmisión de calor por convección y existe un contacto directo del fruto con el aire caliente por lo que provoca la evaporación. Uno de los factores importantes para este proceso es la temperatura del aire, ya que cuando la temperatura va aumentando se acelera el proceso por lo que es necesario tener mucho cuidado, puesto que un aumento excesivo de temperatura puede afectar a la calidad del fruto.

El tiempo para el secado va a depender de la cantidad de aire que se va a pasar por el fruto y se debe establecer la cantidad del fruto que se va a deshidratar por unidad de tiempo (Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria , s.f.).

- b) Deshidratación solar: De acuerdo a Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Corpoica) este método es el más antiguo y el más sencillo para la deshidratación de frutos, este proceso permite el ahorro de energía y cuidado del medio ambiente. Para llevar a cabo este proceso es necesario que el fruto sea extendido al aire libre, siendo expuestos a la radiación solar. La utilización de secadores solar ofrece una temperatura más alta y la humedad es más baja, por lo que el periodo de secado es más breve y la humedad del fruto resultaría menor a la óptima. Además, a través de este método, el fruto se encuentra más expuesto a contaminarse con hongos y levaduras.

- c) Deshidratación osmótica: Para llevar a cabo el proceso de deshidratación osmótica, el fruto es sumergido en una solución altamente concentrada que permite la salida del agua del fruto hacia el exterior para que luego exista una entrada de la solución y sea posible el restablecimiento del equilibrio y así se pueda conservar la fruta con sus mismos nutrientes o hasta se puede mejorar la calidad del fruto (Panades, Núñez de Villavicencio, & Acosta, 2003).

1.5.3. Marco Referencial

Para realizar el marco referencial del actual trabajo de titulación, se ha tomado en consideración Proyectos de Investigación de Pregrado y de Postgrado en materias de Comercio Exterior, Negocios Internacionales, y Administración de empresas. Gracias a de estos trabajos, se efectuará un análisis de sus resultados, métodos y variables que servirán como base y guía para poder desarrollar este proyecto de una manera adecuada.

a) En el Proyecto para la exportación de rambután (achotillo) a la Comunidad Económica Europea, los autores Maridueña, M., Moreno, M. y Villafuerte, G. (2010), introducen al rambután como una fruta no tradicional poco tratada, pero con gran potencial para ser exportada. También, este proyecto indica las épocas y los lugares de cultivo de esta fruta en el Ecuador, sus características y usos, ya que además de ser un alimento, con esta fruta se puede producir aceite, el cual es generalmente usado para fabricar velas, jabones, etc. Asimismo, a través de las hojas de la planta del rambután se puede producir un té que ayuda disminuir los dolores de garganta de las personas que lo consumen.

Para el proceso de compra del rambután, los autores establecieron contacto con dos de los mayores productores de esta fruta en la provincia de Los Ríos; esta compra era por cada árbol que producía rambután. Al momento de recolectar esta fruta, se la hacía cuando ésta alcanzaba un nivel de madurez a tal punto que soporte la manipulación y llegue en condiciones óptimas hacia su destino y una vez ahí, las frutas eran sometidas a un proceso de limpieza y clasificación por tamaño para luego ser empacadas y almacenadas a una temperatura correcta, evitanado la pérdida de su calidad.

Los autores diseñaron una cadena de valor del proceso de post- producción y exportación del rambután, y establecieron que el canal de distribución del producto hacia el mercado europeo sería marítimo, el cual es el más conveniente debido a que su costo es menor.

Además, los autores indicaron que países como Tailandia, España y Países Bajos eran los mayores productores y exportadores de rambután en el mundo; asimismo, ellos demostraron que los precios del rambután a nivel mundial y en especial en

Europa, son sensibles y varían. El promedio de los precios por kilogramo de rambután fresco, se encontraba entre 9 a 12 euros en el 2008.

Al final, los autores determinaron que llevar a cabo este proyecto de exportación de rambután hacia la Comunidad Europea, sería atractivo para los futuros inversionistas que estén interesados en entrar a este sector de la exportación; porque a pesar de ciertas dificultades, el proyecto obtuvo una TIR de 25%, una TMAP de 17% y un VAN de \$ 29,754,09 dólares, haciendo factible y rentable su realización.

b) En el trabajo de titulación Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador; la autora, Ramírez (2015), realizó un estudio basado en la Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) en los países de Canadá, Colombia y España; como también un estudio del Ecuador y su gran participación en el sector de la agricultura debido a su clima y posición geográfica.

Para este trabajo, la autora decidió comercializar la pulpa de mora de castilla, cuyo cultivo se da especialmente en la provincia de Imbabura, donde el clima es óptimo para su producción, y y fruta que también ha sido escasamente explotada por los agricultores. A su vez, esta fruta tiene un nivel elevado de perecibilidad, su fecha de caducidad máximo es hasta el tercer día de su cultivo, y en el cuarto día, ésta se empieza a fermentar. A pesar de eso, no todo representa una desventaja, ya que esta fruta fermentada puede ser utilizada por los productores con el fin satisfacer mercados que aprecian el estado en que se encuentra este tipo de fruta.

Para elegir el mejor mercado a exportar, Ramírez (2015), realizó un análisis político, económico, social y tecnológico (PEST), además de la matriz POAM a los países de Canadá, Colombia y España, el cual en primer lugar, muestra de manera cualitativa los factores del análisis Pest, les da un valor, para luego de haber sumado dichos valores, elegir el país que presente una mayor calificación de esos índices como fue el caso de Canadá. Una vez identificado el país a exportar, la autora realizó un estudio de mercado y concluyó que existe un elevado consumo de productos naturales por parte de la población canadiense de mayor edad y que esta población seguirá creciendo al pasar de los años.

El crecimiento de las importaciones de productos naturales entre 2009 y 2013 fue de \$43 millones, debido a que los consumidores canadienses llevan un estilo de vida sano. Además, la autora identificó que existe poca competencia por parte de otros países al entrar en el mercado de Canadá en términos de abastecer a este país con frutas no tradicionales, como es el caso de la mora, y que son pocas las exportaciones que van desde Ecuador hacia el mercado canadiense.

Igualmente, la autora hizo un análisis de esta fruta, su nivel producción, quiénes la iban a proveer, implementando una cadena de distribución para la exportación de este producto a un mercado meta definido como Quebec, el cual a pesar que no presenta una densa población, brinda las oportunidades a sus importadores ya que es aquí donde se encuentran las mayores cadenas de brókeres para poder comercializar el producto dentro de ese país.

Finalmente, los resultados de todos estos estudios arrojaron que, comercializar la pulpa de mora de castilla a Canadá es factible ya que éste es un país con un nivel de vida elevado, con uno de los menores índices de riesgos para hacer negocios, con un nivel de inflación bajo y que brinda grandes oportunidades para los exportadores ecuatorianos y demás países. Por lo tanto, la empresa productora de la pulpa de mora de castilla, sí se encuentra capaz de proveer y abastecer a la demanda insatisfecha de este tipo de frutas pertenecientes a la ciudad de Quebec que corresponde al 3,26% de su población.

1.6. Metodología

1.6.1. Tipo de investigación

Para el desarrollo de los objetivos específicos planteados en este trabajo, los métodos de investigación adecuados que se han empleado son el descriptivo y correlacional. Estos métodos han sido escogidos para poder tener una amplia visión, en general, sobre el tema de la exportación, la parte financiera, analizar las variables que ésta implica al momento de entrar a un nuevo mercado internacional, buscar la relación que existe entre estas variables dependientes e independientes y los pasos que se deben seguir para el correcto desarrollo del tema.

Este trabajo también contará con un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo ya que a pesar de que no se realizará algún tipo de encuesta directa a los consumidores canadienses, se obtendrá información de fuentes primarias, a través de breves entrevistas a los principales productores del rambután del país, además de fuentes secundarias. El proceso formal del trabajo será de tipo hipotético-deductivo ya que se han planteado preguntas de investigación que deberán ser respondidas al final de este proyecto de manera asertiva, tratando también de resolver el problema que se encuentra implícito en ellas, a través del análisis del comportamiento del consumidor canadiense, su entorno y sin olvidarse de la investigación aplicada de la parte económica- financiera que determinará su factibilidad o no.

A su vez será de tipo no experimental y como se había mencionado anteriormente, descriptivo-correlacional para conocer mejor cuál es el estado actual del sector agrícola del Ecuador, el nivel de exportaciones de las frutas frescas y deshidratadas, además del mismo sector a nivel internacional, como también reconocer todas las variables que en éste intervienen con el fin de medir el nivel correlativo de éstas, en las cuales intervienen los recursos, la productividad y la producción, que con una adecuada estructura para analizar la planificación financiera y al evaluar el proyecto se podrá determinar en un periodo de corto plazo (investigación sincrónica), las posibilidades de éxito o fracaso del mismo.

1.6.2. La naturaleza de la investigación

La información que se obtendrá de fuentes primarias, será a través de entrevistas acerca de la producción del rambután a los obreros de campo del Instituto Ecuatoriano de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) y a los dos principales productores de esta fruta, que pertenecen a la zona de Quevedo. Esta entrevista se puede ver reflejada en el Anexo 1 del presente proyecto.

La información perteneciente a fuentes secundarias se obtendrán a través de bases históricas cuyo tiempo límite de antigüedad no sea mayor de 5 años; puesto que se tomará en consideración las evoluciones de todas las industrias que pertenecen al sector de la agricultura a nivel nacional e internacional, y el uso de indicadores económicos como los ratios financieros, entre otras cifras numéricas pertenecientes al sector ya mencionado.

1.6.3. Técnica y modelos de análisis de datos

A partir de la información que se dispondrá gracias a los estados financieros del presente proyecto, se procederá a aplicar las técnicas de evaluación financiera que conduzca a determinar su viabilidad .

El Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias, y el Flujo de Caja proyectado serán parte del análisis financiero y de las técnicas de evaluación de proyectos. Además, éstos formarán parte de las variables que se analizaron en el marco conceptual de este trabajo de investigación. El uso del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), será para poder fijar cual va a ser la tasa de descuento o la rentabilidad mínima que exige el inversionista para llevar a cabo este proyecto.

Igualmente, el empleo de los ratios financieros como el apalancamiento, retorno sobre la inversión, liquidez, rotación de inventarios, entre otros; el análisis del punto de equilibrio, el periodo de recuperación y el análisis de sensibilidad, servirán como base para poder evaluar todos los resultados que se hayan obtenido de los cálculos financieros y concluir determinando si este estudio es factible o no (Sánchez, 2015).

En primera instancia se proyectarán los resultados de la empresa y de exportación del producto a Canadá para el horizonte temporal definido, definiendo costos y gastos de operación, y la utilidad del ejercicio para cada uno de los años. Posteriormente, se proyectará el Balance General para el periodo objeto de estudio con la información del plan de inversiones de activos fijos y capital de trabajo, y también con el esquema de financiamiento de la empresa. Se incorporarán los movimientos sobre nuevas inversiones que se produzcan durante el período de análisis.

La elaboración de los flujos de caja se realizará a partir del Estado de Resultados y las variaciones en el Balance General de la empresa, los cuales servirán para aplicar las técnicas financieras como son la Tasa interna de retorno y el Valor Actual Neto calculado con la Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), la cual tendrá su base sobre los bonos del tesoro de Estados Unidos.

CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

2.1. Giro del Negocio

Para la elaboración del presente trabajo se conformará una empresa, la cual tendrá tres funciones principales la primera de éstas será la transformación de la fruta rambután en fruta deshidratada, la segunda función es realizar la exportación del producto hacia el mercado de Canadá y la tercera es desarrollar el papel de importadora de rambután fresco desde Costa Rica. La empresa se formará a modo de compañía anónima y se encontrará ubicada en el km 10.5 vía a Daule, zona conocida como industrial en la ciudad de Guayaquil. La empresa se encontrará constituida bajo el nombre de VegaFruit S.A. que aparecerá como razón social en el RUC de la empresa.

2.2. Aportantes

La empresa se encontrará conformada por dos socias, quienes son las personas que están llevando a cabo del presente trabajo, el capital aportado para el desarrollo del proyecto será entregado en parte iguales por las socias que representan el 26% del capital total necesario para el funcionamiento de la empresa, esto quiere decir que el aporte de las socias es de \$128,839 así mismo se solicitará financiamiento, que corresponde al 74% de la inversión, a la Cooperativa Ahorro y Crédito JEP que será de un valor estimado de \$369,523. Las socias de esta empresa cumplirán también las funciones de los altos cargos dentro del funcionamiento de la empresa VegaFruit S.A.

2.3. La administración

En lo que respecta a la estructura organizacional de la empresa VegaFruit S.A., se encuentra desarrollada de forma vertical, ya que existen niveles jerárquicos donde cada uno de los supervisores debe monitorear las actividades que realizan sus subordinados, con este modelo los directivos pueden tener un mayor control de las tareas realizadas por los miembros de la empresa, dentro de la Ilustración 9 se puede observar la estructura de la empresa. La empresa cuenta con un Gerente General con su respectivo asistente, así mismo para el proceso de producción se

tiene al Jefe de producción con sus operadores y el supervisor de calidad, además de contar con el departamento financiero y de comercio exterior.

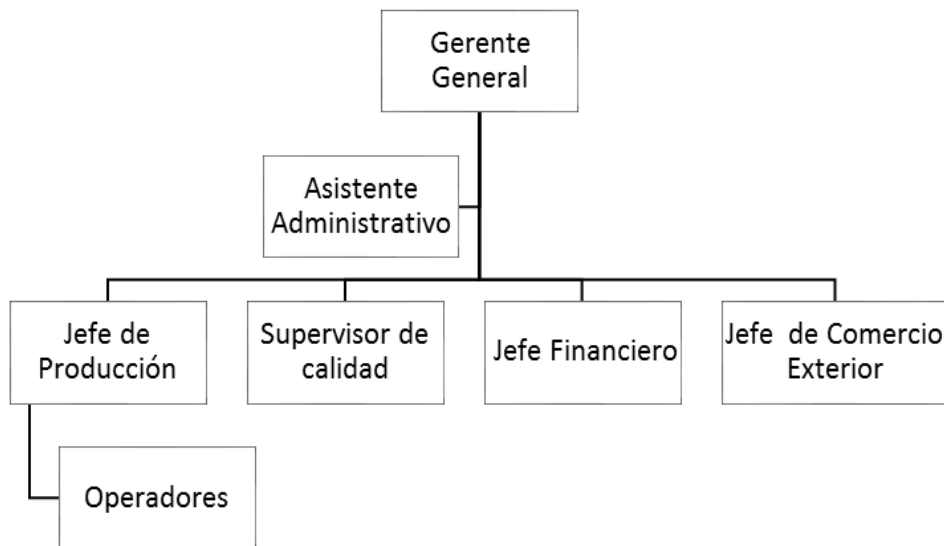


Ilustración 9: Estructura organizacional de la empresa “VegaFruit S.A.”

Fuente: Elaboración propia

La Gerencia General tiene como funciones principales:

- Ejecutar funciones administrativas de control en la prestación de servicios para los socios. Llevar a cabo los objetivos y metas previamente establecidas en los planes operativos de la empresa.
- Verificar y valorar las actividades administrativas, financieras y económicas de la empresa, analizando los estados financieros y presupuestos, y estableciendo las correcciones respectivas.
- Motivar al personal para el debido cumplimiento de las normas y procesos instaurados para el desarrollo administrativo y operativo de la empresa, controlando las actividades que han sido establecidas.
- Representar a la empresa ante terceros, atendiendo sus problemas y planteando soluciones.

Las actividades principales del Jefe de Producción son las siguientes:

- Supervisar la recepción de la materia prima.
- Coordinar la labor del personal.
- Controlar el funcionamiento de maquinarias y equipos.
- Vigilar que se lleve el proceso de producción de la manera correcta

- Monitorear las existencias de materia prima, empaque e insumos necesarios para el proceso de producción.
- Realizar informes sobre el proceso de producción para ayuda en la toma de decisiones.

Las funciones que debe realizar el Supervisor de Calidad son:

- Realizar inspecciones de la materia prima, materiales, y comprobar que cumplan con los estándares establecidos.
- Calificar los frutos que han sido previamente inspeccionados para ser utilizados en el proceso de producción.
- Elaborar informes sobre las pruebas o inspecciones realizadas.
- Capacitar a los obreros para que lleven un de control de calidad en la producción.
- Realizar estudios del producto terminado para determinar si cumple con los estándares.

El departamento financiero tiene dentro de sus funciones principales:

- Registrar en los Libros Contables pertinentes, los ingresos y egresos de acuerdo con las normas contables y tributarias emitidas por los organismos reguladores.
- Comprobar las acciones contables y la elaboración de los estados financieros establecidos por las normas internas de la empresa.
- Realizar el pertinente y adecuado registro de los ejercicios contables, así como el pago oportuno de las obligaciones contraídas por la empresa en calidad de tributos, retenciones u otras responsabilidades.

Dentro de las principales actividades del departamento de comercio exterior se encuentran:

- Establecer contacto con la empresa distribuidora del producto en Canadá para la exportación y con la empresa proveedora de rambután fresco (materia prima) en Costa Rica para su importación.
- Realizar las cotizaciones con navieras para el flete de la mercadería.
- Revisar el cumplimiento de la normas del mercado canadiense.
- Preparación de la documentación pertinente para la exportación del producto final y para la importación de la materia prima.

2.4. Objetivos estratégicos

Para poder esclarecer qué es lo que se intenta alcanzar y los métodos para poder conseguir el éxito del presente proyecto, es necesario delinear las líneas estratégicas, en base a importantes decisiones plasmadas en documentos, los cuales son llevados a consensos ante la administración de la empresa. Todo esto, con el fin de diseñar un esquema para la organización, en donde se muestren los pasos para lograr cumplir con la visión de la empresa (Brito, s.f.).

La empresa posee un fondo estratégico, pero al momento, no cuenta con una integración vertical hacia atrás ya que no es productora de rambután, si no que se encarga de la compra de la fruta a los mayores productores del país para abastecerse durante los meses de la cosecha y que pueda contar con un *stock* adecuado durante el resto del año.

En lo que respecta a una integración vertical hacia adelante, tampoco es factible, ya que se decidió entablar negociaciones directamente con los importadores/brokers del país de destino para que sean ellos quienes se encarguen de la distribución del producto al cliente final. Para el desarrollo de los elementos estratégicos, es necesario que la empresa establezca su misión, visión y una cultura organizacional que guíe a la administración a tomar decisiones que la beneficie en su crecimiento durante un periodo largo (2 a 10 años).

Misión: “Proveer un producto saludable de calidad e innovador, con procesos sustentables y sostenibles, para satisfacer así las necesidades de los consumidores.”

Visión: “Ser líderes a nivel nacional e internacional en la producción y exportación de rambután deshidratado, generando rentabilidad a la economía del país en su proceso del cambio de la matriz productiva.”

Cultura organizacional: Los aspectos considerados para la cultura organizacional de la empresa son: trabajo en equipo, respeto, competitividad, responsabilidad, innovación y calidad

El objetivo del presente plan estratégico es poder crear, de manera sostenible, rentabilidad para mantener elevados los niveles de ingresos y de utilidades de la

empresa a través de una línea de producción (rambután deshidratado) a largo plazo. Los resultados que la empresa espera obtener, a nivel general, a través del objetivo del plan estratégico son:

- Elevar la propuesta de valor
- Garantizar el adecuado abastecimiento de la materia prima
- Optimizar y mejorar la calidad en el proceso de producción
- Mantener los niveles de ventas elevados y capacitar al personal de empresa
- Poseer una infraestructura acorde al proceso de producción

Dentro del marco financiero se espera que exista un incremento de la utilidad y margen neto, o que haya un equilibrio, tratando de optimizar todos los costos y gastos.

Análisis FODA

Para la evaluación de las características y elementos internos y externos de la empresa, se presenta el análisis de la matriz FODA.

Análisis Interno: Este proyecto, a pesar de tener más fortalezas que debilidades, estas debilidades representan grandes riesgos que son necesarios de analizar y evaluar de manera que se puedan tomar medidas para reducir sus impactos y que no perjudiquen la factibilidad del proyecto.

Tabla 3: Debilidades de la Empresa VegaFruit S.A.

Nº	Debilidades	Valor Económico		
		Alto	Medio	Bajo
1	La cosecha del rambután sólo se da en los primeros 5 meses del año		X	
2	La falta de atención en la producción del rambután por parte de los productores			X
3	Clientes interesados no definidos de forma explícita hasta el momento	X		
4	Ecuador no cuenta con un tratado preferencial con Canadá	X		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4: Fortalezas de la Empresa VegaFruit S.A.

Nº	Fortalezas	Valor Económico		
		Alto	Medio	Bajo
1	El proyecto cuenta con una elevada rentabilidad	X		
2	El impacto económico del proyecto es favorable	X		
3	El proyecto cumple con el cambio de la matriz productiva		X	
4	El proyecto posee una eficiente estructura de costos	X		

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Externo: Este proyecto cuenta con situaciones favorables y desfavorables en un mismo nivel, las cuales deberán ser tratadas a través de estrategias poder aprovechar al máximo las situaciones que sean favorables y disminuir los riesgos que conllevan las situaciones desfavorables.

Tabla 5: Oportunidades de la Empresa VegaFruit S.A.

Nº	Oportunidades	Valor Económico		
		Alto	Medio	Bajo
1	La demanda del producto tiene una tendencia de crecimiento	x		
2	El mercado canadiense presenta una preferencia en productos saludables	x		
3	El mercado de la oferta es limitado		x	
4	Apoyo de otras entidades ecuatorianas exportadoras de frutas deshidratadas		x	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6: Amenazas de la Empresa VegaFruit S.A

Nº	Amenazas	Valor Económico		
		Alto	Medio	Bajo
1	La producción del rambután fresco durante todo el año en los países centroamericanos	x		
2	La elevada competencia de otras frutas y frutos secos y deshidratados	x		
3	Entorno político y legal del Ecuador		x	

Fuente: Elaboración Propia

La estrategia que se empleará para disminuir el nivel de riesgo, que nace de la amenaza de la producción del rambután durante todo el año en países centroamericanos, será a través del abastecimiento del rambután importado de otro país durante los 7 meses restantes de producción (junio-diciembre), y cuya producción no sea limitada, puesto que la producción ecuatoriana de rambután se limita en los primeros 5 meses del año; y es necesario que la producción del rambután deshidratado sea durante todo el año para no perder parte del mercado canadiense, por la aparición de la competencia.

2.5. Control del plan de negocios

Dentro de la empresa, el ente encargado de desempeñar el control del plan de negocios de proyecto, es la Gerencia General. Esto se realizará a través de un instrumento de medición principal como lo son los indicadores de desempeño. Para un mejor control de este plan, se realizó la siguiente tabla en donde se muestran las diferentes perspectivas a analizar como también los indicadores para la evaluación de su desempeño.

Tabla 7: Control del plan de negocios

Perspectivas	Objetivos Estratégicos	Nombre Indicador	Procedimiento Cálculo	Unidad de Medida	Responsable	Frecuencia Medición
Ámbito Financiero	Rentabilidad de la empresa	ROE	Utilidad Neta/ Patrimonio Total	Porcentaje	Jefe Financiero	Mensual
	Aumentar las ventas	% Cuota de Mercado	Ventas totales/ Ventas totales del mercado	Porcentaje	Jefe Financiero/Asis. Administrativo	Mensual
Ámbito Cliente/Importador	Incrementar el número de clientes	Incremento de clientes	Clientes nuevos/ total de clientes	Porcentaje	Jefe Financiero/Asis. Administrativo	Mensual
	Mejorar la Calidad	Eficiencia del Servicio	Tiempo de respuesta a una solicitud/Tiempo estándar fijado	Veces	Asistente Administrativo	Mensual
Ámbito Procesos	Aumento en Productividad	Tiempo de espera de documentos	Tiempo de demora final/ Cantidad de pedidos	Tiempo	Comercio Exterior/Jefe de Producción	Mensual
Ámbito de Aprendizaje	Aumentar las capacidades y competencias del personal: Formación genérica y específica	Inversión en capacitación	Ventas totales= Gasto de formación/ Cifras de ventas por 100	Porcentaje	Gerencia General	Anual
	Mejorar el clima laboral: motivar y coherencia de objetivos	Satisfacción del empleado	Preguntas puntuales de 0 (extremas negativas) a 5 (extremas positivas)	Personas	Gerencia General	Semanal

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 3: MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

3.1. Análisis de mercado

3.1.1. Mercado de oferta

A Nivel Mundial

En el informe realizado por Laurent (2011) se mencionan a los principales países productores y exportadores de rambután fresco del mundo, entre estos se encuentran Tailandia, Malasia e Indonesia; seguidos por países cuya producción abastece su consumo interno como Singapur, Sri Lanka, Las Filipinas, Vietnam e India. Además de países como Estados Unidos, Australia, Madagascar, México y Centroamérica, que son nuevos al incursionar en la producción de esta fruta.

En la siguiente tabla se puede observar que Tailandia, a lo largo de los años se ha mantenido como el principal productor y exportador de este tipo de fruta con una participación del 61%, seguido por Indonesia, cuya participación ocupa un 30%, hasta el 2008 (FAO, s.f.).

Tabla 8: Producción histórica de Rambután a nivel mundial 2004-2008 (TM)

País	2004	2005	2006	2007	2008
Tailandia	673.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Indonesia	330.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Malasia	133.900	134.000	69.000	68.300	70.000
Filipinas	11.900	13.100	11.600	11.900	12.000
Otros	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Total	1.168.800	1.217.100	1.150.600	1.150.200	1.152.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de FAO (s.f.)

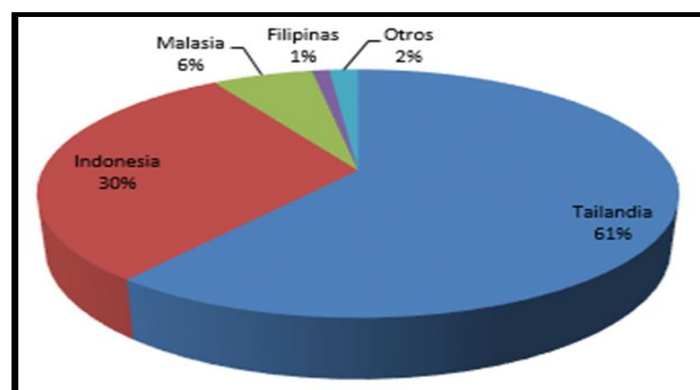


Ilustración 10: Participación histórica de países productores de Rambután (2004-2008)

Fuente: FAO (s.f.)

El líder mundial en la producción de rambután fresco es Tailandia, y su destino de exportación principal son los países que se encuentran cerca de su territorio, ya que esto le da una ventaja sobre sus costos de exportación. También se puede observar en el mapa, que su exportación de frutas frescas, específicamente el rambután, llega a muchas partes del planeta, como es el caso de Canadá e incluso a Ecuador, aunque en menores cantidades.

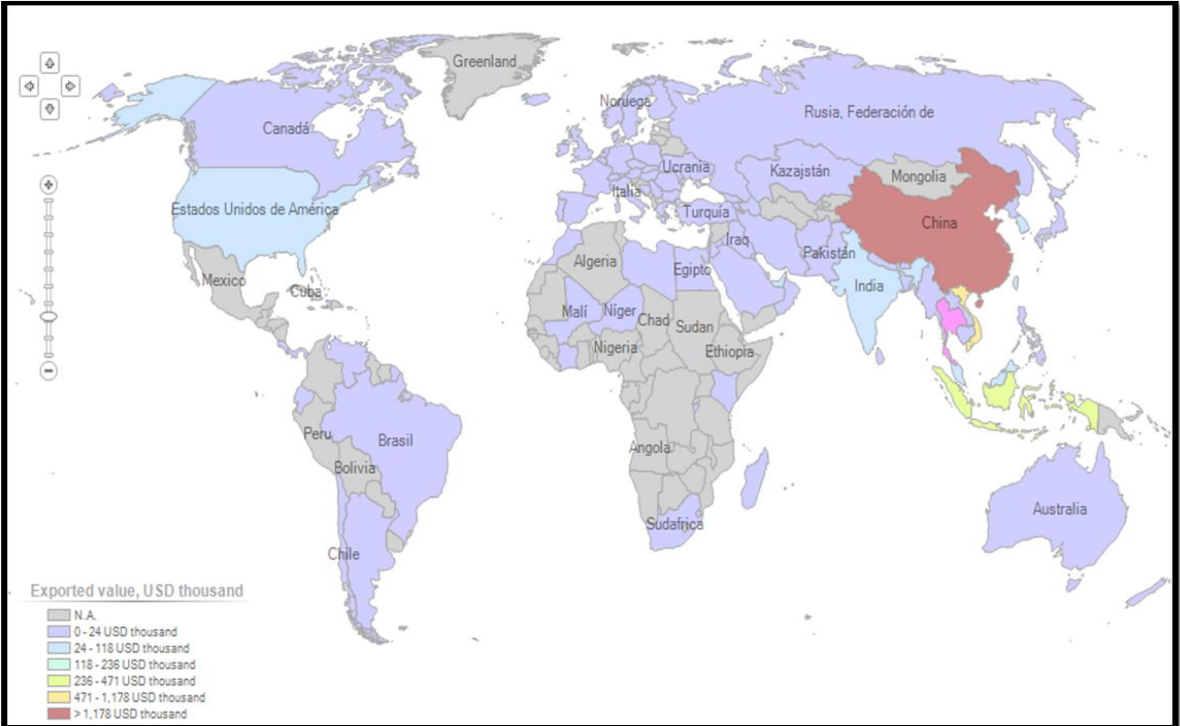


Ilustración 11: Exportaciones de productos de Tailandia hacia el mundo (2015-Miles de USD)

Fuente:Trade Map (2015). Producto: 08109030000 Otras Frutas, frescas: otras: rambután

Por otra parte, es importante reconocer el crecimiento en la producción y exportación de rambután de otros países, como lo es China, que en la última década, se ha convertido en un gran productor de relevancia mundial, ya que posee más de 6,600 hectáreas de esta fruta sembrada; y en el caso de Hawái, que cuenta con alrededor de más de 100 hectáreas, y con un nivel de productividad alta en el mundo.

A Nivel Latinoamericano

Entre los nuevos países productores de rambután, pertenecientes al continente americano se encuentran: México, Honduras, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, y Ecuador (Arias & Calvo, 2014).

En el caso de México, el rambután fue introducido en los años 90 en el Estado de Chiapas y fue ahí, donde se han generado las más importantes zonas de cultivo de esta fruta. Cuenta con alrededor de 5,000 hectáreas, lo que equivale alrededor de 50,000 árboles de rambután en producción. Las zonas de cultivo en este Estado, proporcionan al rambután una calidad y sabor único, dando como resultado un nivel de aceptación elevado entre los consumidores mexicanos y extranjeros (Pérez & Jürgen, 2013). El rambután de Chiapas, es muy apetecido en el mercado europeo, asiático y en Estados Unidos; pero a pesar de que existe un gran nivel de producción de esta fruta dentro del país, no es suficiente para seguir abasteciendo a estos mercados, ya que su demanda es elevada (García, y otros, 2016).

Los principales destinos de las exportaciones de las frutas frescas, entre estas del rambután, son para Estados Unidos, Canadá y Reino Unido, como se puede observar en la Tabla 9. Es importante mencionar que, para México, existe una gran ventaja en la entrada de sus productos a los mercados de Estados Unidos y Canadá, debido a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en el cuál se presentan una serie de reglas para administrar el comercio e inversiones entre estos tres países; este acuerdo, además, ha ido excluyendo de manera moderada las restricciones al comercio y a las inversiones para poder generar una zona libre de comercio, con un nivel de costos bajos que favorecen a estas regiones de América del Norte (NAFTANow.org, 2012).

Tabla 9: Exportaciones de productos mexicanos hacia el mundo (2015-Miles de USD)

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	9170	12907	12422	16267	17649
Estados Unidos	8242	11861	10961	14665	15274
Canadá	299	283	701	725	1485
Reino Unido	108	172	234	298	275
Francia	127	188	240	322	220
Japón	360	330	278	228	162
Alemania	0	39	0	0	113
Guatemala	1	19	0	0	87
España	0	0	0	1	16
Italia	0	0	0	0	9
Países Bajos	32	15	0	28	7
Belice	0	0	0	0	1
Zona Nep	0	0	7	0	0

Fuente: Elaboración propia en base de datos de Trade Map (2015). Producto: 081090 Frutas frescas.

Otro productor y exportador del continente americano es Honduras, en este país existen alrededor de 1,000 hectáreas de cultivo del rambután, en donde intervienen más de 700 pequeñas y grandes empresas productoras de esta fruta (AHPERAMBUTAN, 2006). Por otra parte, este país presenta una ventaja ante la producción de rambután mexicano, puesto que la calidad del rambután hondureño es superior al mexicano en términos de textura, color y dulzura; aunque el volumen de producción sea menor a la de México (La Prensa, 2014).

En la publicación de Hidalgo (2016) las exportaciones de rambután de la empresa hondureña “Frutas Exóticas”, se dividieron en la siguiente forma: Estados Unidos con un 90%, Europa con 8% y Canadá con 2% de su producción. De manera general, se ha tomado como referencia las exportaciones de frutas frescas de Honduras para poder determinar cuáles son sus principales mercados de llegada. Dentro de esta sección se encuentra el rambután.

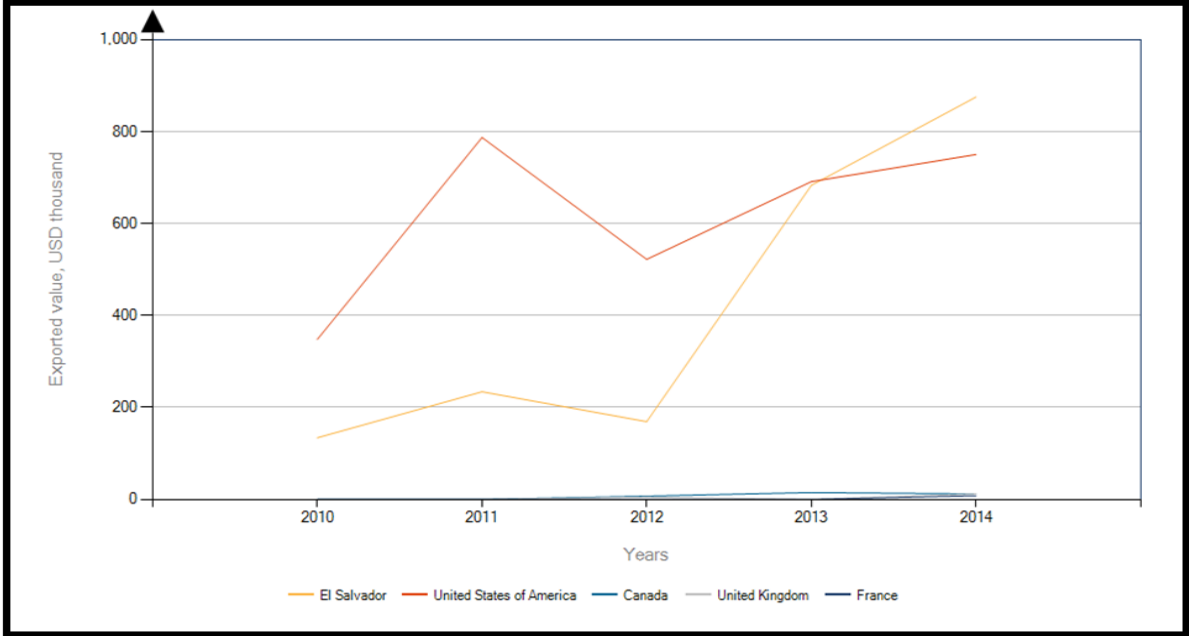


Ilustración 12: Exportaciones de productos hondureños hacia el mundo (2010-Miles de USD).

Fuente: Trade Map (2014). Producto: 0810 Las demás frutas u otros frutos, frescos.

Como se puede observar en este gráfico, el principal destino de exportación de Honduras en el sector de frutas frescas es, El Salvador con \$875 mil dólares, seguido de Estados Unidos con \$750 mil dólares y en un menor nivel a Canadá con \$12 mil dólares al 2014; todo esto según las estadísticas obtenidas en Trade Map (2014).

En lo que respecta a Costa Rica, este país cuenta con 1,013 hectáreas de cultivos de rambután y con 450 productores que se dedican a esta actividad. Los principales destinos de exportación de frutas frescas, entre estas el rambután costarricense, son a Estados Unidos, Nicaragua, Honduras y Canadá, países cuyos mercados exigen una mayor calidad de estas frutas (Arias & Calvo, 2014).

Tabla 10: Exportaciones de productos de Costa Rica hacia el mundo (2015-Miles de USD)

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	56	162	334	269	637
Estados Unidos de América	23	54	262	94	474
Nicaragua	13	75	47	107	95
Honduras	19	33	11	45	33
Canadá	0	0	0	0	33
Chile	0	0	0	9	2
Colombia	0	0	15	2	1
El Salvador	0	0	0	12	0
Panamá	1	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015). Producto: 0810907000 Las demás frutas u otros frutos, frescos: los demás: rambután.

Mientras existen otros mercados como Panamá y El Salvador en los cuales no se da una adecuada atención por parte de la producción costarricense; Costa Rica prevé entrar al mercado europeo, dónde este tipo de frutas son apetecidas por sus consumidores, pero para esto, debe seguir en continuas mejoras en el proceso de producción y comercialización del rambután.

La Producción agrícola en el Ecuador

Ecuador se ha destacado por la calidad, magnífico sabor y olor de sus productos agrícolas, debido a su clima cálido y el tipo de suelo fértil que brinda oportunidades al productor ecuatoriano de poder cultivar infinidad de variedades de frutas tropicales y templadas; esto a hecho que este país posea una ventaja competitiva frente a otros países vecinos como Colombia, Perú, entre otros de la región (Nieto, 2013).

Al estar ubicado en el cinturón de fuego, Ecuador presenta, durante el año, dos temporadas: el verano e invierno. Esta ubicación provoca el crecimiento de ciertos productos en una temporada y de otros productos en la otra temporada, para evitar que haya una carencia de estos productos en todo el año y que no provoque afectaciones en la producción agrícola del Ecuador (Cantos & Alvarado, 2014).

Según la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (2014), Ecuador cuenta con 5,50 millones de hectáreas destinadas a los cultivos. Esta superficie se encuentra dividida en cultivos permanentes –café, cacao, banana, caña de azúcar y palma africana-; cultivos transitorios y barbecho –algodón, arroz, maíz, yuca y frutas tropicales-; pastos cultivados y naturales.

El reporte del Banco Central del Ecuador, BCE (2015) señala que la provincia de Santa Elena y los lugares de la frontera con Perú, son zonas no muy favorables para la producción agrícola, ya que son sitios secos y de condiciones climáticas contraproducentes. Por otro lado, provincias como Manabí, Guayas y Los Ríos poseen las mejores condiciones para el cultivo de estos productos. En la siguiente ilustración, se muestra el porcentaje de uso de la superficie agropecuaria que ya se había nombrado anteriormente.

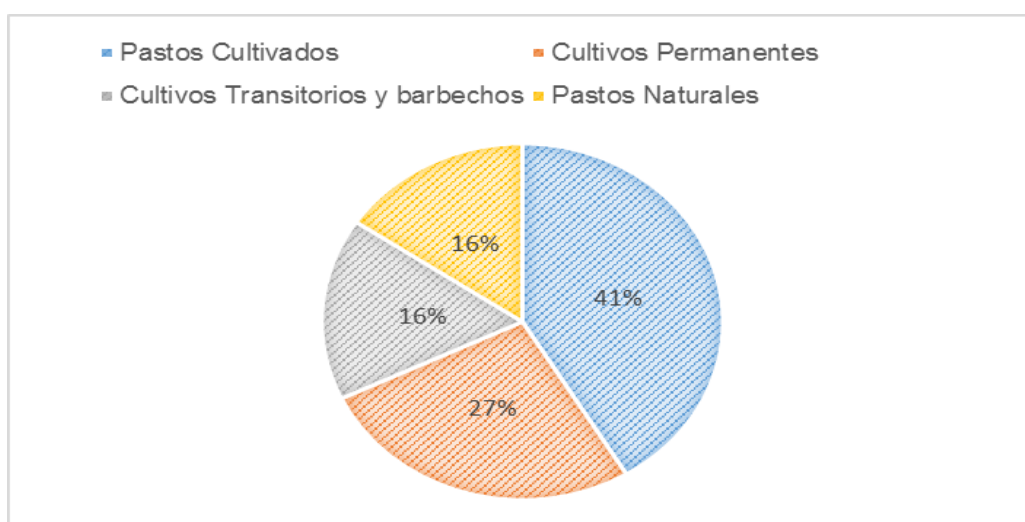


Ilustración 13: Uso de la superficie agropecuaria en Ecuador (2014)

Fuente:Elaboración propia en base de los datos de la ESPAC (2014)

Según el Banco Mundial (2016), el sector agrícola es de gran relevancia para el desarrollo de la economía ecuatoriana, ya que contribuyó hasta el 2014 en el producto interno bruto (PIB) con el 9,1%, como se puede ver en el siguiente gráfico:

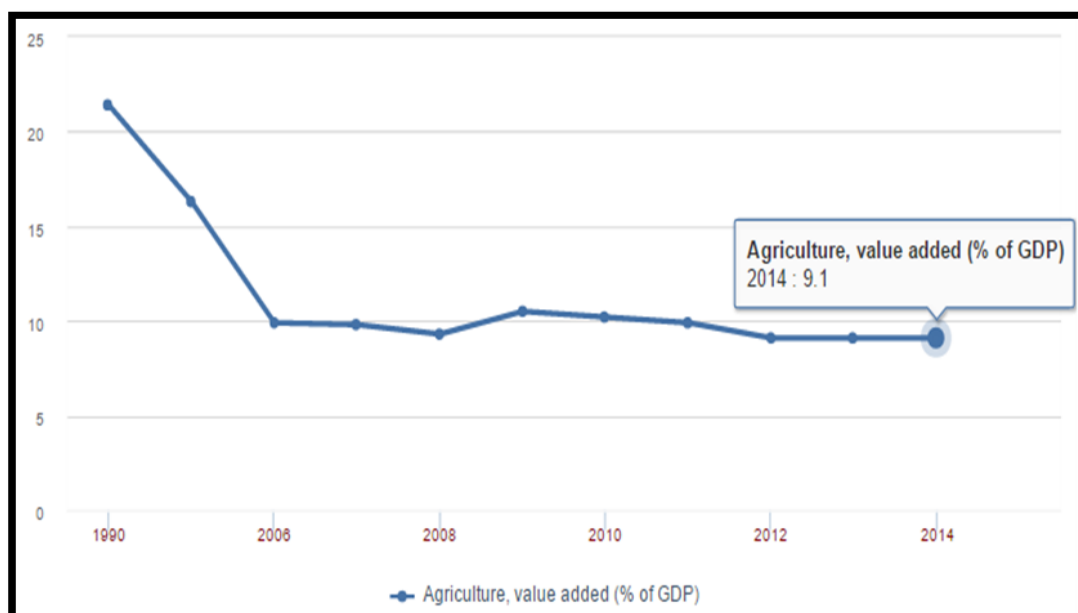


Ilustración 14: Agricultura, valor agregado (% del PIB) del Ecuador
Fuente:Bando Mundial (2016)

Dentro de este sector, se encuentra la oferta exportable de frutas tradicionales como el banano, y no tradicionales como la piña, la pitahaya, el mango, la papaya, el tomate, la naranjilla, el tomate de árbol, la mora, el kiwi, la guanábana, la granadilla y demás. Por ejemplo, Ecuador provee el concentrado de la fruta de la pasión (maracuyá), y es considerado el más importante entre los países que exportan este producto en el mundo; además de la producción de otras frutas tropicales cuyo destino es el mercado internacional (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2012).

En la Ilustración 1, se podía observar una evolución moderada de las exportaciones de frutas no tradicionales hacia otros países. A partir del 2006 hubo una disminución en estas exportaciones hasta el 2009 que empezó a crecer, pero que a partir del 2013 volvieron a caer significativamente con sólo \$70 millones. En el 2015, estas exportaciones representaron \$80 millones, lo que quiere decir que esta industria se encuentra en un periodo de recuperación (PRO ECUADOR, 2015).

En la siguiente ilustración se muestra a los países de destino de las exportaciones de frutas no tradicionales. Este rubro se encuentra dentro de la subpartida 0801 hasta la 0814 de las frutas comestibles (08). En general, la mayor parte de estas exportaciones son destinadas a Rusia con 554,321 miles de dólares, seguido de Estados Unidos y Alemania con 538,852 y 332,041 miles de dólares

respectivamente y con una tasa de crecimiento de valores de exportación del 4%, al contrario de Canadá cuyo valor de exportación es de 4,443 miles de dólares y una tasa de crecimiento del 6% (Centro de Comercio Internacional, 2015).

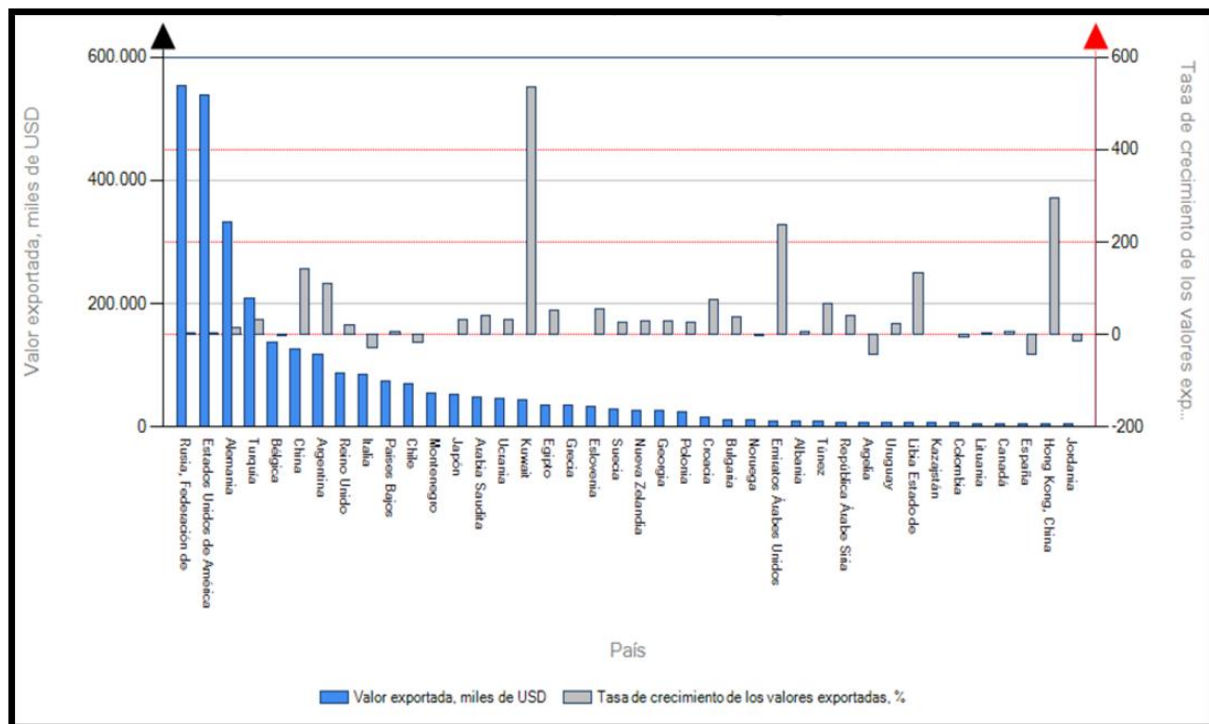


Ilustración 15: Exportaciones de productos ecuatorianos hacia el mundo (2015-Miles de USD).

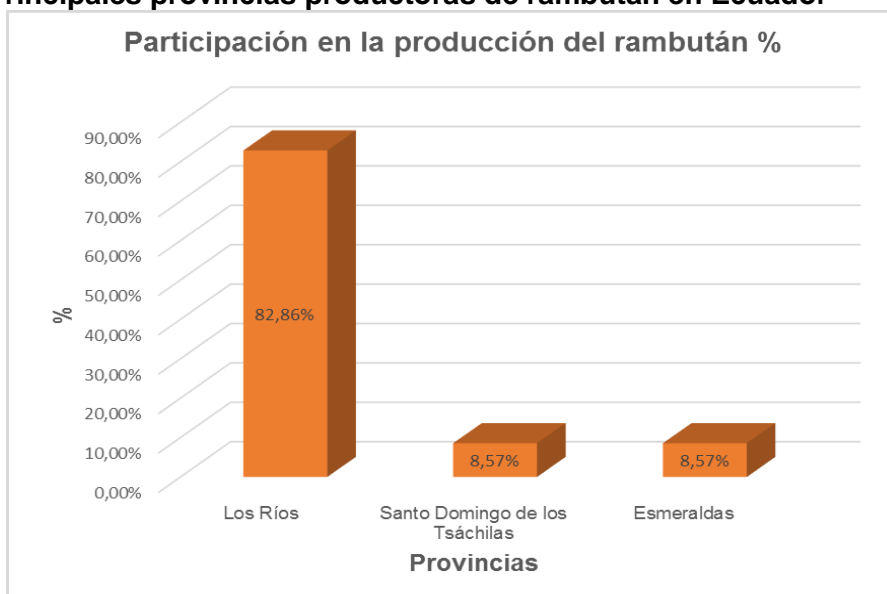
Fuente: Trade Map (2015). Producto: 08 Frutos comestibles

Producción de rambután en el Ecuador

Según lo indicado en el trabajo de Titulación de Maridueña, M., Moreno, M. y Villafuerte, G. (2010), debido a la privilegiada posición geográfica de Ecuador y su diversidad en climas, este país ha logrado consolidarse como un gran productor de frutas frescas a nivel mundial, y como es de imaginar, del rambután, que aunque su producción no es tan elevada y no se ha logrado exportarla, el país cuenta con alrededor de 38 hectáreas de cultivo y en general con una producción de 42 toneladas métricas de esta fruta.

Las provincias en donde se encuentran la mayor parte de la producción de estas frutas son en Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas y Esmeraldas, cuyo porcentaje de participación en la producción de esta fruta está representada en el siguiente gráfico.

Tabla 11: Principales provincias productoras de rambután en Ecuador



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MAG-Agencia de Servicio Agropecuario (2010)

Tabla 12: Áreas de Producción de rambután en Ecuador

Provincias	Zonas	% de Participación de Producción
Los Ríos	Quevedo	17,14%
	Buena Fe	34,29%
	La Reserva	8,57%
	24 de Mayo	5,71%
	Gualipe	11,43%
	Santa María	5,71%
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo	8,57%
Esmeraldas	La Concordia	8,57%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del MAG-Agencia de Servicio Agropecuario (2010)

Mercado de frutas secas o deshidratadas

Hoy en día, el consumo de frutas deshidratadas es elevada a nivel mundial, ya sea porque la mayor parte de las personas que las consumen llevan un ritmo de vida saludable o sólo porque son fáciles y cómodas al acceder; también para evitar que las frutas que se encuentran en estado fresco, es decir no procesado, no se deterioren ni se echen a perder (García, Pérez, & Sandoval, 2014).

En la tabla siguiente, proporcionada por Trade Map (2015), se puede observar a los principales países dedicados a la exportación de frutas secas o deshidratadas pertenecientes a la subpartida arancelaria 0813. Aquí se encuentra como líder a Turquía con un total de exportaciones valoradas en \$327,689 seguido por Estados Unidos de América con \$321,217 en 2015.

Tabla 13: Lista de países exportadores de producto seleccionado 0813 (2015-Miles de USD)

<i>Exportadores</i>	<i>Valor exportado en 2011</i>	<i>Valor exportado en 2012</i>	<i>Valor exportado en 2013</i>	<i>Valor exportado en 2014</i>	<i>Valor exportado en 2015</i>
Mundo	<u>2191184</u>	<u>2244483</u>	<u>2244592</u>	<u>2495465</u>	<u>2242411</u>
Turquía	378765	315132	337819	382009	327689
Estados Unidos de América	335750	336278	320846	308635	321217
Chile	152286	187018	194408	277782	238160
Tailandia	309787	395360	171791	206072	196555
Alemania	130380	139276	161305	183802	191586
China	98684	101047	99678	110460	120080
España	79929	87319	109553	108653	97235
Francia	101690	97461	111861	111442	87748
Italia	66151	62552	77067	94872	76967
Argentina	70108	59002	94171	51970	72345
México	5446	5202	7391	11688	14470
Canadá	5795	8605	10173	12456	12650
India	31570	18859	14166	12677	10989
Hong Kong, China	19542	7536	6563	5675	7784
Brasil	4205	3674	4093	6889	7619
Moldova, República de	3586	2347	4421	6539	7525
Grecia	2477	7410	9635	8825	6854
Bulgaria	3701	3453	6199	7417	6689
Emiratos Árabes Unidos		9046	11351	13160	6066
Vietnam	4396	5037	11144	7673	5851
Colombia	4709	2126	2777	4967	4798
Ecuador	2421	1646	1048	2011	2242

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Trade Map (2015). Producto: 0813 Dried Fruit

Al hablar de Turquía, este país destina sus exportaciones de frutas frescas principalmente hacia Estados Unidos con un valor de \$327,689, Alemania con un valor muy reducido en \$54,870 y Reino Unido con \$30,163 al 2015; en el caso de Canadá, este presenta un valor de exportaciones de \$6,145, valor inferior comparado con los otros país mencionados anteriormente.

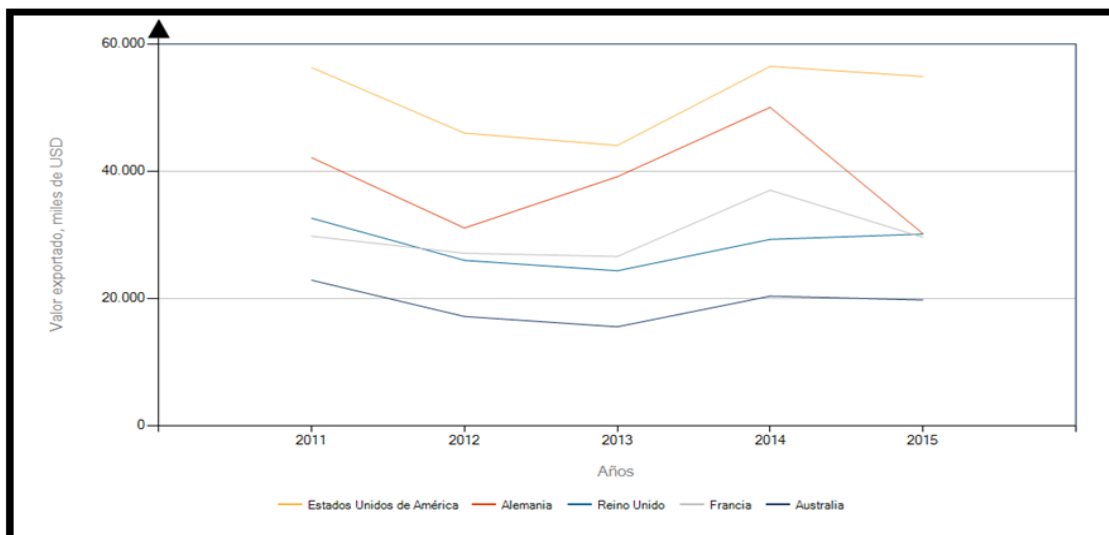


Ilustración 16: Exportaciones de frutas secas o deshidratadas de Turquía hacia el mundo 2015.

Fuente: Trade Map (2015)

A nivel latinoamericano, se encuentra Chile con \$238,160, Argentina con \$72,345 dólares, México con \$14,470 dólares, Brasil con \$7,619 y en menor cantidad a Colombia con \$4,798 y a Ecuador con \$2,242. Según lo indicado en esta tabla, las exportaciones de frutas deshidratadas de los países pertenecientes a latinoamerica han ido incrementando a lo largo de los años, a contrario de Ecuador, que es el único país de esta región que ha decrecido en las exportaciones de este rubro.

Tabla 14: Exportaciones de frutas secas o deshidratadas de Ecuador hacia el mundo (2015- Miles de USD)

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	2421	1646	1048	2011	2242
Estados Unidos de América	110	502	344	1130	842
Australia	116	76	0	11	463
Países Bajos	438	31	107	115	326
Alemania	1267	428	134	2	301
Reino Unido	144	286	166	618	285
Francia	14	0	32	13	20
República Checa	0	0	0	0	4
Italia	28	64	1	0	1
Singapur	0	0	3	0	1
Austria	0	62	75	0	0
Bélgica	126	0	0	0	0
Canadá	13	0	0	0	0
Chile	4	6	6	2	0

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015). Producto: 0813 Dried Fruit.

Ecuador a lo largo de los años ha concentrado la mayor parte de sus exportaciones de frutas deshidratadas al continente europeo, por ejemplo en el año 2012, de las 229,4 toneladas producidas, el 75% se envió a este mercado, en especial a Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Francia. El resto de sus exportaciones, son dirigidas hacia Estados Unidos, Australia entre otros países pero en menor cantidad, como es el caso de Canadá, que las exportaciones representaron sólo \$13 mil dólares en 2011. Es importante señalar que los productos de frutas deshidratadas se encuentran en la subpartida arancelaria 081340, como ya se había indicado en la tabla anterior. El porcentaje de participación de Ecuador en la exportación de este producto es del 0.1%, y su posición entre los países a nivel mundial es el 52.

Este tipo de frutas no son de mucho interés para el consumidor ecuatoriano, ya que existe un gran desconocimiento de este producto y de los beneficios que tienen sobre la salud del ser humano; también por temor de que este producto no tenga un sabor parecido a la fruta en estado fresco. El consumo de estas frutas deshidratadas lo hacen mayormente las personas que sufren de enfermedades o que tienen una dieta estricta a seguir, recetada por un nutricionista (Cantos & Alvarado, 2015).

La oferta de frutas deshidratadas o secas que Ecuador exporta hacia otros países se encuentra detallada en la siguiente tabla, en la cual se puede observar que la rama de estos tipos de frutas no es tan variada, y que necesita ser diversificada, y seguir con el proceso de incrementar sus exportaciones.

Tabla 15: Frutas secos o deshidratadas que Ecuador exporta hacia el mundo

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia el mundo		
		Valor en 2013	Valor en 2014	Valor en 2015
'081340	Los demás frutos secos	1008	1994	2235
'081320	Ciruelas desecadas o deshidratadas	2	17	7
'081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo.	37	1	0
'081330	Manzanas desecadas o deshidratadas	1	0	0
'081310	Damascos desecados o deshidratados (incluye: damascos descaroizados)	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015)

3.1.2. Mercado de demanda

Las frutas, como el lichi, el durián, el rambután, la guayaba y la maracuyá son conocidas como "frutas tropicales secundarias", que son producidas y comercializadas en volúmenes más pequeños, sus cuotas de mercado se han expandido rápidamente en los últimos años (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2003).

Dado a que no existe información sobre las cantidades exactas de importación del rambután en el mundo, ésta se obtiene de las importaciones realizadas de frutos tropicales y otros frutos frescos. En la siguiente tabla, se puede apreciar el valor de la importación de frutas frescas tropicales, donde se encuentra incluido el rambután que en el periodo 2015 fue de \$13.032.370, el principal país importador dentro de este segmento es Estados Unidos con \$2.319.465, siguiéndole China con \$2.001.361 y Canadá con \$851.455, también los países europeos poseen un alto nivel de importaciones de frutos fresco tropicales según los datos proporcionados por Trade Map en 2015.

Tabla 16: Lista de los países importadores en 2015 para producto: 0810 Las demás frutas u otros frutos frescos

Importadores	Indicadores comerciales			
	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	13.032.370	0	No medida	
Estados Unidos de América	2.319.465	708.419	Toneladas	3.274
China	2.001.361	1.648.317	Toneladas	1.214
Alemania	870.066	353.038	Toneladas	2.465
Canadá	851.455	228.859	Toneladas	3.720
Reino Unido	721.674	166.993	Toneladas	4.322
Hong Kong, China	597.791	557.873	Toneladas	1.072
Países Bajos	584.958	173.795	Toneladas	3.366
Francia	473.939	210.870	Toneladas	2.248
Bélgica	404.475	205.146	Toneladas	1.972

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015)

El rambután generalmente es importado desde países asiáticos como: Tailandia, Malasia, Filipinas, Indonesia y Vietnam. Dentro de los otros países proveedores del rambután se encuentran: Ecuador, Honduras, Guatemala, Sri Lanka, Madagascar y otros países del este tropical de África.

Canadá se encuentra en el onceavo puesto como una de las más grandes economías en lo que concierne a las exportaciones en el mundo y se posiciona en el puesto veintitrés de las economías más complejas de acuerdo al Índice de Complejidad Económica (ECI). En 2014, solamente las exportaciones de Canadá fueron de \$ 448 miles de millones y sus importaciones \$ 440 miles de millones, permitiendo tener una balanza comercial positiva con \$ 7,49 miles de millones. En 2014, el PIB significó para el país \$ 1,79 billones, siendo su PIB per cápita \$ 45,1 miles (Simoes, 2014).

El 0,49% de la población mundial la posee Canadá, por lo que su consumo de alimentos a escala mundial se encuentra representado en un 0,8% en relación con el resto del mundo. Dado al clima frío que posee Canadá, se presentan ciertas limitaciones en cuanto a la producción de alimentos en sus tierras, viéndose la importación de estos alimentos necesaria.

En 2014, Canadá enfrentó uno de los inviernos más largos y fríos. Por lo que gran parte del suelo del país se encontraba congelado durante al menos cinco meses en el año, por lo tanto el tiempo de cultivo para los canadienses era realmente corto. Es por esto que Canadá es muy dependiente de los alimentos importados, indicando que por lo menos un tercio de los alimentos consumidos por los canadienses es importado ya que por las condiciones climáticas del país se dificulta realizar el cultivo de hortalizas y frutas (Trade Facilitacion Office, 2014).

En lo que concierne a los frutos frescos, Canadá representa 6,53% de las importaciones mundiales, pero no existe en la actualidad información donde se indique exclusivamente la importación del fruto rambután, por lo que los datos referentes a su importación de encuentra dentro de estas estadísticas.

Dentro de los cinco principales proveedores de frutos frescos para Canadá se encuentran: Estados Unidos con 153.399 toneladas, México con 30.428 toneladas, Chile con 12,143 toneladas, Italia con 10.504 toneladas y Nueva Zelanda con 6.016 toneladas. Ecuador solamente aporta a las importaciones de este país con 19 toneladas de frutos frescos, de acuerdo a lo expuesto en la tabla 17. Con estos resultados se puede apreciar la necesidad de importación de frutos frescos por parte de Canadá, ya que con lo que se produce en el país no se lograr cubrir con la demanda de los ciudadanos.

Tabla 17: Exportadores de frutos frescos a Canadá año 2015

Exportadores	Indicadores comerciales			
	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)
Estados Unidos de América	539.155	153.399	Toneladas	3.515
México	170.552	30.428	Toneladas	5.605
Chile	62.781	12.143	Toneladas	5.170
Italia	14.428	10.504	Toneladas	1.374
Nueva Zelandia	14.351	6.016	Toneladas	2.385
Argentina	14.331	1.528	Toneladas	9.379
Vietnam	5.963	2.651	Toneladas	2.249
España	5.049	3.153	Toneladas	1.601
Perú	3.388	1.095	Toneladas	3.094
China	3.135	1.075	Toneladas	2.916
Ecuador	120	19	Toneladas	6.316

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015)

De acuerdo al informe emitido en 2015 por el Internacional Nut and Dried Fruit Council (INC), institución dedicada a la recolección de información referente a frutos secos y frutos deshidratados a nivel mundial, se puede determinar que en la última década ha existido un incremento en lo que respecta el consumo mundial de frutos secos y deshidratados ya que desde el año 2004 el consumo de los frutos secos creció a un 56%, en tanto que las frutas deshidratadas a un 24%. Así mismo la producción de estos frutos ha ido en aumento, siendo Estados Unidos el principal país productor de frutos secos teniendo 12.4 millones de toneladas métricas producidas desde 2004 y presentando en los últimos diez años un crecimiento de 83% de su producción, siguiéndole en lo que respecta a la producción Turquía, Irán, India y China.

Según el Análisis Estadístico Global del periodo 2014-2015 emitido por el INC, en 2014 los frutos secos representaron 33,706 millones de dólares, 25% más que en el 2013 y 146% más comparado con el año 2006. Adicionalmente, en lo correspondiente a los frutos deshidratados estos tuvieron un total de 7,470 millones de dólares en 2014, es decir, un 5% más al año anterior y un 56% más que en el 2006, según se puede observar en la Ilustración 17. En lo que corresponde a frutas deshidratadas su mayor producción se presentó en el año 2014, estando su

producción principalmente localizada en el Medio Este (teniendo el 70% de la producción mundial), siguiéndole África, Asia, América del Norte, América Latina y por ultimo Europa.

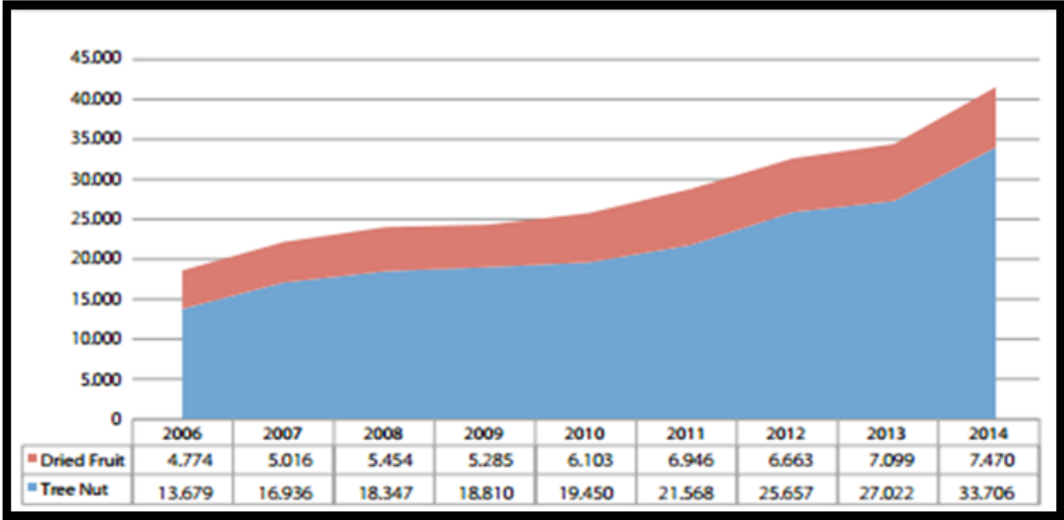


Ilustración 17: Valor de mercado de frutos secos y frutos deshidratados 2006-2014 (USD millones)

Fuente: International Nut and Dried Fruit Council

Según el Trade Facilitation Office en Canadá (2014) en el año 2013 las importaciones de frutos deshidratados tuvieron un incremento en comparación a las de cinco años antes cuando llegaron a 1.47 mil millones de dólares, en relación a las cifras obtenidas en 2009 por el mismo concepto que fueron de 1.26 mil millones de dólares, éstas estuvieron precedidas por las compras de cítricos que fueron 495,9 millones de dólares. Dentro del informe también se indica que los principales compradores de frutos deshidratados en el país se encontraban en Ontario, Colombia Británica y Quebec.

Canadá se encuentra en la posición número 8 en lo que concierne a las importaciones mundiales de frutos secos, ya que sus importaciones de éste tipo de productos representan el 3,15% a nivel mundial. De acuerdo a la información proporcionada por Trade Map (2016) los principales exportadores de frutos secos hacia Canadá de acuerdo a las toneladas importadas son: Estados Unidos con 8.665 toneladas, Turquía con 1.587 toneladas, Chile con 1.453 toneladas, China 839 toneladas, Tailandia 313 toneladas, Argentina 202 toneladas, Sudáfrica 370 toneladas, entre otros países que se encuentran detallados en la siguiente tabla.

Ecuador también forma parte de los países exportadores de frutos secos a Canadá pero solo alcanzando a comercializar 7 toneladas en 2015.

Tabla 18: Países distribuidores de frutos secos a Canadá año 2015

Exportadores	Indicadores comerciales			
	Valor importado en 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	73.110	14.068	Tonelada	5.197
Estados Unidos de América	40.502	8.665	Tonelada	4.674
Turquía	9.757	1.587	Tonelada	6.148
Chile	7.034	1.453	Tonelada	4.841
China	6.944	839	Tonelada	8.277
Tailandia	1.593	313	Tonelada	5.089
Argentina	961	202	Tonelada	4.757
Sudáfrica	949	370	Tonelada	2.565
Alemania	857	29	Tonelada	29.552
Irán,	599	87	Tonelada	6.885
Afganistán	596	80	Tonelada	7.450
Ecuador	91	7	Tonelada	13.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015)

En lo que respecta a la relación comercial entre Canadá y Ecuador en el rubro de productos secos o deshidratados, la participación de Ecuador en las exportaciones es relativamente baja ya que de acuerdo a los datos presentados en tablas anteriores, sólo forman parte del 0,1% de participación en la exportaciones en relaciones con la intervención de otros países, esto representa \$91 mil que ingresaron a Ecuador en 2015 por este motivo, siendo el banano o plátano el rubro de mayor importación por parte de Canadá, seguido por las frutas frescas como piña, mango, entre otros, es decir, frutas consideradas como tropicales y que son exportadas como frutos frescas. El sector de los frutos secos o deshidratados provenientes de Ecuador hacia Canadá ha presentado un incremento del 4% en relación a las exportaciones realizadas desde 2011 en este rubro.

De acuerdo a la información proporcionada por la Revista Líderes en 2013, en el Ecuador la producción y comercialización de frutos deshidratados y frutos secos, se

ha desarrollado recién en los últimos diez años, por lo que todavía el país no es reconocido por este tipo de frutos ya que los consumidores se encuentran acostumbrados a tener a Ecuador como proveedor de frutos frescos gracias a su calidad y sabor y se está abriendo paso a este nuevo mercado que busca ser satisfecho con diversas alternativas. De esta forma existe una oportunidad para los productores ecuatorianos de frutos secos y deshidratados, entrar a formar parte del mercado canadiense ya que con la existencia del consorcio de empresa para la exportación de estos frutos, se puede realizar la búsqueda de posibles socios para hacer negociaciones y reconocer las oportunidades que ofrece Canadá.

Tabla 19: Productos importados desde Ecuador a Canadá

Descripción del producto	Canadá importa desde Ecuador		
	Valor 2015, en miles US\$	Participación en las importaciones de Canadá, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Canadá a Ecuador
Bananas o plátanos, frescos o secos.	97.401	23,5	0
Dátiles, higos, pinas, aguacates, guayabas, mangos	5.142	1,3	0
Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	1.686	0,7	8,1
Melones, sandías y papayas, frescos.	212	0,1	0
Las demás frutas u otros frutos, frescos.	120	0	1,5
Frutas y otros frutos, secos, excepto partidas 08.01	91	0,1	0,2
Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.	9	0	1,4
Agrios (cítricos) frescos o secos.	8	0	0
Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón	6	0	0
Manzanas, peras y membrillos, frescos.	2	0	3,9
Chabacanos, cerezas, duraznos	1	0	5,5
Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente	1	0	6,6
Los demás frutos de cascara frescos o secos, incluso sin cascara	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trade Map (2015)

3.2. Demanda Insatisfecha

Los consumidores basan sus decisiones al momento de realizar una compra en su percepción personal de valor. En cuanto al valor, se refiere al balance entre la calidad y el precio, además de como el producto se ajusta a la cultura y estilo de vida del consumidor.

El mercado de los *snacks* de Canadá se encuentra lleno de oportunidades, dado al gran tamaño del mercado y el incremento de las importaciones de bocadillos. A pesar del tamaño del mercado, los consumidores siguen demandando por más de esto bocadillos por su accesibilidad, asequibilidad y la portabilidad.

La Clasificación Industrial de América del Norte (NAIC) define a los bocadillos como salados, asados, secos, procesamiento de granos o semillas en aperitivos, mantequilla de maní y patatas fritas, chips de maíz, palomitas de maíz, *pretzels*, cortezas de cerdo y aperitivos similares.

De acuerdo al estudio de mercado realizado por Nielsen en 2014, se estimó que las ventas tradicionales de *snacks* en Canadá, de septiembre 2013 a septiembre 2014 a través de los principales canales de distribución al por menor fue de aproximadamente \$4.9 mil millones, teniendo una participación importante dentro del sector de la alimentación en el país. Los *snacks* tradicionales son considerados como pequeñas porciones de alimentos o bebidas, que son especialmente consumidos entre comidas.

En el mundo de ritmo rápido de hoy, muchos consumidores están difuminando la línea entre un aperitivo y una comida regular. En un estudio realizado en esta área muestra que los cambios en los estilos de vida están redefiniendo la forma en que las personas se alimentan. Salud, conveniencia, facilidad de uso, variedad y portabilidad son atributos importantes que los consumidores están buscando en sus productos de aperitivo (Nielsen, 2014).

También se indica que a nivel mundial en el periodo del 2013–2014 se percibió un consumo de Snacks de 347 mil millones de dólares presentando un incremento de un 2% en relación al año anterior estando en Europa y América del Norte los principales consumidores de Snacks, pero también se está viendo un crecimiento de las ventas en países en desarrollo.

El momento del día en que los bocadillos son mayormente consumidos es por la tarde, seguido por la mañana y por la noche. Más del 34% de los bocadillos se consumen entre el almuerzo y la cena. El consumo de snacks por la tarde y por la mañana ha experimentado una tendencia hacia la baja en los últimos años que representan el 27,6% y el 30,6% de comida en un día.

Según Nielsen en 2014, se pudo determinar que el consumo de los bocadillos dulces o azucarados es el que presenta un mayor incremento siendo de un 31%, a pesar de existir un cambio en los hábitos de consumo de los ciudadanos estos bocadillos continúan siendo los primeros en la lista de consumo de Snacks, a este rubro le siguen los palitos de carne con un incremento en sus ventas de un 16%, en lo que corresponde a frutos, las frutas y frutos secos mostraron un aumento del 7%, y las frutas deshidratadas presentaron un crecimiento en sus ventas de un 6%, finalmente en lo que corresponde a papas fritas sólo presentaron un incremento del 5%. Lo que permite determinar que los consumidores canadienses están comenzando a disminuir el consumo de productos procesados con altos niveles de grasas.

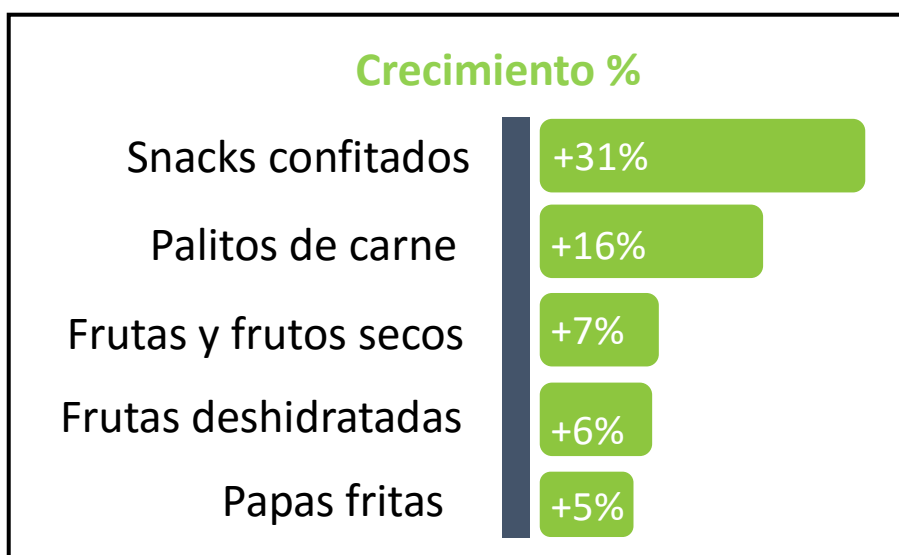


Ilustración 18 : Crecimiento en las categorías de snacks 2014
Fuente: Nielsen Market Track

A lo largo del día, muchos de los bocadillos se consumen entre comidas para llenar la brecha del hambre (72%), y el resto se consume ya sea con una comida (22%) o en lugar de una comida (6%). Los niños son más propensos a tener un aperitivo durante el almuerzo, mientras que los adultos de 35 años y mayores son más propensos a la merienda de la tarde (Fernando & Matejovsky, 2011).

En los últimos años los consumidores se han sentido atraídos por la conveniencia de portar bocadillos nutritivos, dado que el sabor y beneficios para la salud que ellos perciben les resultan atractivos, por esto que se ha visto un aumento en el consumo de frutas secas y deshidratadas como bocadillos en la dieta de los canadienses.

Las frutas deshidratadas cumplen con características importantes para la sociedad canadiense ya que son fáciles para consumir, se encuentran en presentaciones que permiten que sean ingeridas en cualquier momento, conservan las propiedades alimenticias de las frutas que son beneficiosas para la salud de los consumidores y el producto no necesita de preparación adicional.

De acuerdo a las estadísticas realizadas por el Gobierno de Canadá (2014) el consumo de frutas deshidratadas no ha presentado un incremento representativo, como es el consumo de los frutos secos, ya que en los últimos años el gasto se ha mantenido constante como se puede observar en la Tabla 20, donde en 2012 se observó un incremento en el gasto de los hogares para frutas deshidratadas y luego mantenerse constante, aunque en el caso la importaciones de este tipo de frutas si ha existido un aumento.

Tabla 20: Encuesta de gastos en hogares por alimentación en Canadá anuales

Descripción	2010	2011	2012	2013	2014
Fruta, preparados de frutas y frutos secos	713	669	696	698	719
Frutas frescas	417	396	420	432	465
Preparaciones de frutas y frutas en conserva	232	206	208	191	173
Jugo de frutas	121	108	107	105	90
Otras preparaciones de frutas y frutas en conserva	111	99	101	85	82
Conservas de frutas (incluido el relleno de pastel de frutas en conserva y frutas congeladas)	38	39	30	33	31
Fruta deshidratada u otra fruta en conserva	20	18	30	17	17
Pasas	6	5	5	5	5
Otra fruta deshidratada o en conserva	14	13	25	12	12
Frutos secos o semillas	65	66	68	76	81

Fuente: Elaboración propia en base a datos de *Statistics Canada* (2014)

A pesar que el consumo de frutos deshidratados se ha mantenido estable en los últimos años, los hábitos de los consumidores han ido cambiando ya que años anteriores los bocadillos eran solamente galletas, chocolates o dulces, hoy en día dentro de este rubro también se encuentran las frutas frescas, secas, yogurt, entre otros.

Para el periodo que va hasta septiembre del 2014 ha existido un incremento en el consumo del 6.5%, y las ventas representan \$816.3 millones de dólares, convirtiéndose los *snacks* de frutas en los principales bocadillos de consumo de los ciudadanos canadienses.

Dado a las cifras de participación de cada uno de los bocadillos en el mercado canadiense se puede observar que los ciudadanos están comenzando a optar por bocadillos más saludables y nutritivos, pero en lo que respecta a los bocadillos comunes como son las galletas, postres, confitería, entre otros, va a tomar un tiempo considerable que su consumo disminuya de manera significativa ya que éstos se encuentran arraigados en la mente del consumidor y son muy fáciles de encontrar en cualquier centro de distribución de alimentos y el área de frutos deshidratados recién se lo ha estado introduciendo en los últimos años, por lo que su conocimiento es limitado en los consumidores.

Tabla 21: Listado de snacks consumidos en Canadá 2014

Segmento	Participación	Ventas (\$ millones)	Variación
Refrigerado	26.0%	\$3,275.6	+2
Confitería	16.7%	\$2,105.3	+5
Bocadillo salados	16.2%	\$2,041.1	+6
Galletas	10.5%	\$1,321.5	+2
Postres	8.1%	\$1,018.5	-1
Congelados	8.0%	\$1,010.8	-1
Frutas y frutos secos	6.5%	\$816.3	+6
Nutritivos	5,0%	\$625.9	+1
Dips y Salsas	3.8%	\$482.4	+5
Otros	1.9%	\$245.0	+0

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen MarketTrack (2014)

3.3. Producto

3.3.1. El Rambután

Considerada como una de las frutas tropicales más apetecidas en los países que se dedican a su cultivo y en el resto de los países que lo consumen, el rambután, en los últimos años ha sido distribuido por los trópicos del mundo de manera considerable, trayendo consigo un significativo aumento de los lugares de producción, como también, su comercialización a nivel mundial (Laurent, 2011).

El rambután es una fruta exótica cuyo nombre científico es *Nephelium lappaceum*, pero que posee varios nombres comunes de acuerdo a país donde se encuentre y esto son: Mamón chino, Lichas, Ashotillo. Esta fruta forma parte de la familia Sapindaceae que incluye alrededor de 150 géneros y más de 2000 especies de árboles y arbustos que se encuentran distribuidos a través de regiones tropicales y cálidas.

El nombre rambután proviene de la palabra malaya “rambut” que significa “pelo” (Tindall, 1994); esto es para aludir a los espinaretes suaves y largo que se encuentran en forma de cobertura de esta fruta y que le da a la misma una característica única reconocida por los consumidores (Arias & Calvo, 2014).



Ilustración 19: El Rambután

Fuente: Antonacci (s.f.)

La familia Sapindaceae también es conocida por otras especies o clases que generan frutas comestibles, cultivadas desde épocas remotas en sus lugares de origen; entre estas frutas se encuentran: el lichi, el lógan, el mamoncillo proveniente

de América tropical, y la fruta que se da en África, el akee. En la familia del *Nephelium* se encuentran otros tipos de árboles de frutas que se pueden comer, y que son reconocidas mayormente en el sureste de Asia como por ejemplo el pulasán, el bulala, el aluao y el Kuching (Arias & Calvo, 2014).

Los orígenes del rambután se dan en Asia, en Malasia, pero hoy en día esta fruta también se la cultiva en India, Tailandia, Indonesia, Costa Rica, Honduras y Ecuador (Morton, 1987). En el Ecuador en los años 70 la planta fue introducida por Douglas Dreher, quien trajo la semilla desde Indonesia a Santo Domingo de los Tsáchila, a partir de esto la fruta es cultivada en: Quevedo, Buena Fe, Santo Domingo de los Tsáchila. Según Laurent (2011), su distribución principal se la realiza en el sureste de Asia, y su consumo es, en la mayoría de los casos como fruta fresca y en enlatados a través de un proceso de industrialización.

Características del rambután

El árbol del rambután puede llegar a medir entre 15-25 m de alto, cuyo tronco tiene un diámetro de aproximadamente 60 cm. Las hojas del árbol son perennes y estas pueden ser de entre 7 a 30 cm de largo son de color verde amarillento a verde oscuro. También posee pequeñas flores sin pétalos que pueden ser: masculina, hermafroditas que funcionan como masculinas y hermafroditas funcionando como femeninas.

El rambután tiene un tamaño entre 3 y 6 cm aproximadamente, de una forma ovoide o redonda cuya cascara es de color rojo intenso cubierto por pelos o espinaretes que pueden ser verdes o rojos. La pulpa del fruto es de un color blanca con una textura suave, esta tiene una sabor ácido–dulce (Morton, 1987).

Variedades del rambután

Existen distintas variedades del rambután alrededor del mundo, las principales crecen en Indonesia, Tailandia, Filipinas, Singapur. Las variedades del fruto son las siguientes: “Lebakbooloos”, “Seematjan”, “Seematjan ketjil”, “Seenjonja”, “Queen Zaida”, “Baby Eulie”, “Quezon”, “Roxas”, entre otras. De todas las variedades de rambután antes mencionadas la única que crece en el Ecuador es la llamada Benjai (Morton, 1987).

Tabla 22: Diversidad de rambutanes sembrados en países asiáticos

Indonesia	Filipinas		Malasia
Lebakbooloos	Queen Zaida	Roxas	Chooi Ang
Seematjan	Baby Eulie	Zamora	Peng Thing Bee
Seematjan ketjil	Princess Caroline	Quirina	Ya Tow'

Fuente: Elaboración propia en base a la información de Morton (1987)

Valor nutricional del rambután

El rambután es una fruta muy saludable ya que es rica en vitaminas tanto de vitamina C como B, minerales como el fósforo, potasio y magnesio, y antioxidantes, todo esto hace que la fruta pueda compararse con otras frutas como la papaya, mango, banano, entre otros cítricos, y que sea incluida en la dieta rutinaria de muchos de los consumidores (Arias & Calvo, 2014). En la siguiente tabla se encontrará el valor nutricional por cada 100gr de fruta (Lam & Kosiyachinda, 1987).

Tabla 23: Composición nutricional del rambután

Descripción	Valores	Descripción	Valores
Agua	82.1 gr	Niacina	0,5 mg
Proteína	0,9 gr	Fosforo	0 mg
Grasas	0.3 gr	Calcio	15 mg
Glucosa	2.8 gr	Hierro	0.01- 2.5 mg
Fructuosa	3.0 gr	Vitamina C	70 mg
Sucrosa	9,9 gr	Tiamina	0.01 mg
Fibra dietética	2.8 gr	Riboflavina	0.07 mg
Ácido málico	0.05 gr	Potasio	140 mg
Ácido cítrico	0.31 gr	Sodio	2 mg
Energía	297 kJ	Magnesio	10 mg

Fuente: Elaboración propia en base a la información de Lam y Kosiyachinda (1987)

En algunos estudios realizados con la cáscara de esta fruta, ya sea de color rojo o amarillo, criollas o asiáticas, (Álvarez, 2013), encontró en la cobertura de color amarillo una composición más abundante en polifenoles, antioxidantes y una gran capacidad de impedir la entrada de bacterias, como por ejemplo, *S. areus*, *B. subtilis*, el *E. coli* y en un nivel menor la *P. aeruginosa*.

Cultivo general del Rambután

El cultivo del rambután se da en lugares con una temperatura mínima de 22 °C y máxima de 40 °C, puesto que así la planta logrará obtener un gran crecimiento, desarrollo y una excelente producción de frutos. Las condiciones climáticas para el rambután son tropicales, corresponden latitudes entre 18° Norte y Sur del Ecuador. Esta fruta se desarrolla de una manera más eficiente y es más productiva, en lugares húmedos y calientes, con precipitaciones abundantes divididas durante un año completo entre los 2000 y 4000 milímetros de agua.

Es importante que se dé un riego adecuado en la época de floración de la planta para lograr un mejor crecimiento y cosecha. Entre la amplia gama de suelos para el crecimiento correcto de la planta del rambután se encuentran los suelos ricos en materia orgánica, bien drenados, franco (arcillosos o arenosos), con un rango de ph apropiado entre 4,5 y 6,5 (Laurent, 2011).

Plagas y enfermedades

Tabla 24: Principales plagas y enfermedades del rambután

Plagas	Enfermedades
Cochinilla (Pseudococcidae)	Costra o corroncha del tronco(Dolabra nepheliae)
Escama (Coccidae)	Mal de Hilachas (Corticium kolleroga)
Zompopas (Formicidae)	Botryodiplodia (Lasiodiplodia theobromae)
Arragre (Hymenoptera)	Antracnosis (Gloeosporium sp)
Abejón del teca (Chrysomelydae)	
Trips (Thripidae)	

Fuente: Elaboración propia en base a la información de Arias & Calvo (2014)

Crecimiento del rambután en Ecuador

Para la siembra del rambután en el Ecuador se manejan dos formas de realizarla, la primera es a través de la siembra de la semilla, y la segunda es el método del acodo esto lo realizan para que de toda la plantación realizadas las plantas resulten ser hembras a que esta son las capaces de brotar frutos y porque en el caso que sean machos los arboles estos no produjeran el fruto.

El método del acodo consiste en hacerle un anillo a la rama de 1 cm, se le retira la corteza y se le coloca una hormona llamada hormona gruno que hace que crezca un cayo que emitirá raíces un mes y medio después de haberse realizado el proceso.

Una vez elaborado este proceso luego de seis meses comienza la producción, en cambio si fuera sembrado por semilla esta comenzaría a producir a los cuatro años en donde del total de la siembra el 50% sería hembra y el otro 50% sería macho.

Dentro de los meses de octubre a noviembre comienza la etapa de la floración, que es donde el árbol comienza a emitir las flores. En los meses de diciembre a febrero es donde se puede observar a la fruta ya madura y se la puede cosechar. La cosecha de esta fruta se realiza una vez al año (enero a mayo), las ciudades donde se realiza la siembra del rambután son: Quevedo, Buena Fe, Domingo de los Tachillas y la Concordia.

En la ciudad de Quevedo la cosecha del fruto se da en los meses de enero a marzo, mientras tanto en la ciudad de Buena Fe la cosecha se da en los meses de febrero a mayo, incluso la cosecha puede durar hasta el mes de junio.

Propiedades nutritivas del rambután

Dado a que la fruta contiene vitaminas, antioxidantes y minerales hace que el rambután aporte distintos beneficios para la salud de quienes la consumen.

- Elevado contenido de Vitamina C, la cual ayuda a la absorción de cobre y hierro.
- Contiene ácido gálico que actúa sobre los radicales libres, eliminándolos para que no causen daños en el cuerpo humano, combatiendo también contra el cáncer.
- Contiene ácido fólico, altamente recomendado para las mujeres en estado de embarazo y lactancia.
- Permite el aumento en la energía debido a su alto contenido en proteínas e hidratos de carbono y ayuda a la generación de glóbulos rojos y blancos
- Posee una fuente rica en hierro y antioxidantes,
- Es fabulosa para combatir contra las enfermedades cardiovasculares y la hipertensión arterial
- Contiene potasio, magnesio y fibra que ayuda a la digestión en las personas, además que bajo en calorías
- Favorece para lidiar con infecciones que se encuentren en el cuerpo humano.
- Es favorable para el tratamiento contra el asma en niños

3.3.2. Etiquetado y Embalaje

El producto final a exportar es el rambután deshidratado en forma de *snack* que según Gottau (2012), es una expresión extranjera para llamar a ciertos alimentos que una persona consume en horarios intermedios a las comidas. Este tipo de *snack* nutritivo y de larga duración, permitirá al consumidor mantener un estilo de vida saludable; ya que no llevará colorantes, entre otros químicos porque se utilizará el proceso de deshidratación osmótica. En la actualidad, el mercado canadiense dispone de una gran diversidad de *snacks*, a los cuales los han denominado “*Snacks salados y galletas*”, este segmento se encuentra conformado por los productos mostrados en la siguiente tabla.

Tabla 25: Snacks Salados y Galletas de consumo en Canadá

Frutos
Papas Fritas
Crackers
Snacks de sándwich
Palomitas
Nachos
Pretzels
Barritas de Arroz
Cacahuates
Nueces
Alimentos nutricionales
Galletas
Pastas

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de ICEX 2013

Envase

Para el envasado del rambután deshidratado se utilizará una bolsa *Doy Pack/ Abre Fácil*. Estas bolsas son una opción ideal porque son flexibles y amigables con el medio ambiente (menos de 75% de plástico), hacen que el producto se exponga de manera vertical, tienen una mayor superficie para la impresión/ diseño de portada y tienen un precio menor que otros tipos de bolsas (Irta Group, 2015). Las especificaciones de la bolsa serán las siguientes:

Tabla 26: Tamaño de la bolsa

Peso:	70gr
Ancho Total:	110mm
Alto Total:	170mm
Fuelle de Fondo:	70mm

Fuente: Elaboración propia en base a Swiss Pac España (2014)

Además, en la siguiente ilustración se enfatiza las especificaciones del modelo de la bolsa, es decir, cada una de las partes que la conforma con el objetivo de no confundir el resto de las bolsas de la familia de la *Doy Pack*.

A	Área de sellado lateral
B	Área de sellado lateral
C	Área de sellado encima del zipper
D	Zipper or mecanismo resaltabe
E	Espacio de llenado debajo del sello zipper. Espacio total de llenado del producto
F	Fuelle de Fondo: Espacio que puede ser llenado
G	Abre Fácil

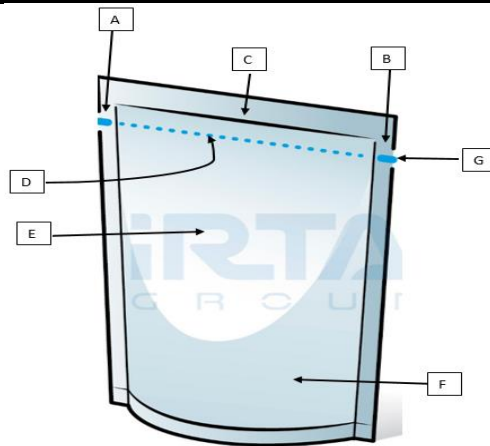


Ilustración 20: Modelo de la bolsa

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Swiss Pac España (2014)

El etiquetado de esta bolsa contará con las siguientes especificaciones en idioma inglés:

- Nombre del Producto
- Cantidad Neta
- Logotipo y Slogan
- País de origen
- Nombre y dirección del importador
- Ingredientes y tabla nutricional
- Fecha de elaboración /caducidad

A continuación se presenta el prototipo del diseño de la bolsa para el rambután deshidratado basadas en las especificaciones mencionadas; este prototipo se lo realizó en base a los requerimientos del mercado canadiense, para que este producto pueda entrar a ese mercado sin ningún impedimento, además fue necesario colocar el sello de “Mucho Mejor Ecuador” para resaltar su procedencia.



Ilustración 21: Prototipo del diseño de la bolsa para el rambután deshidratado
 Elaborado por: Elaboración propia

Para el empaque de estas bolsas se utilizarán cartones, en donde se debe adjuntar los certificados de exportación. Además, estos cartones deben estar correctamente etiquetado en los idiomas: inglés/francés, con los siguientes datos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016):

- Fecha de elaboración /caducidad
- Lugar de origen
- Nombre y dirección del importador
- Certificados

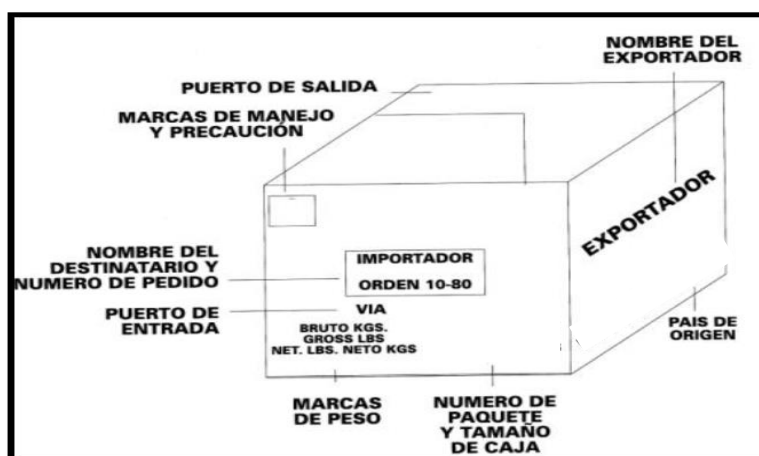


Ilustración 22: Diseño del cartón para el empaque de las bolsas
 Fuente: Elaboración propia en base a la información de PRO ECUADOR (2016)

3.4. Precio

Rambután Fresco

Los precios de exportación del rambután fresco de Centroamérica hacia el mundo, presenta una tendencia moderada y es de suma importancia para las demás empresas exportadoras, entender estas tendencias con el fin de alcanzar óptimas fijaciones para que el precio de la compra-venta sea acorde y dé como resultado que el negocio goce de una buena rentabilidad, puesto que se tomará como base dicho precio para que el exportador logre fijar el precio interno con sus proveedores y de exportación del producto final. Por eso, esto es visto como un factor relevante a considerar para este análisis. En la siguiente tabla se mostrará los precios que han fijado los principales países de Centroamérica, exportadores del rambután fresco.

Tabla 27: Precio de exportación de rambután fresco de países de Centroamérica (USD)

Países	Precio/Kg	USD/Kg
México	MXN 19,00	\$1,02
Costa Rica	CRC 1,86	\$3,50
Honduras	HNL 67,95	\$3,00
Guatemala	GTQ 18,00	\$2,35

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de pmap.org (2015)

Según Bautista (2015), en México, los precios por kilogramo de la exportación del rambután cayeron aproximadamente en un 50% ante el mercado internacional, debido a factores como la sobreproducción y a la escasez de canales de distribución del mismo, provocando una gran preocupación en los principales proveedores de esta fruta exótica.

Para la clasificación del rambután fresco no se encuentra una partida determinada dentro del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), lo que dificulta la obtención de estadísticas seguras para su correcta comercialización (Asociación Guatemalteca de Exportadores, s.f.).

En el continente asiático de donde es originaria esta fruta, el precio de exportación del rambután fresco oscila entre \$1,50 a \$3,00 dólares americanos por kilogramo, según la Guía práctica para la exportación de Rambután a EE.UU (2007). Dependiendo del país de origen y hacia dónde van dirigidas las exportaciones, el precio del rambután tiene variaciones que son parcialmente bajas.

Frutos secos o deshidratados

Los frutos secos o deshidratados tienen un nivel nutritivo elevado, es muy usado actualmente para la alimentación del ser humano y de gran importancia en el comercio internacional. Proporcionan a las personas nuevos hábitos alimenticios y una gran variedad de opciones para comer. Su éxito se centra en la calidad que poseen, en la innovación y grado de inversión alto.

En la Tabla 28 se mostrará cuáles son los mercados que proveen a Canadá los productos que pertenecen a la partida arancelaria 0813 en donde se encuentra las frutas y otros frutos, secos, a excepción de los productos que se encuentran en la partida 0801 a.

También, en la tabla, se presentarán los precios y cantidades de las exportaciones de frutos secos de los principales países productores cuyo destino es Canadá. El precio promedio en kilogramo es alrededor de \$5,20, ya que son productos con precios elevados debido a su importancia nutricional y sus efectos en los seres humanos. Los precios de los países pertenecientes al continente americano tienen una variación alta, ya que los países con mayores precios son México con \$20,33, seguido por Colombia con \$18,54 y de menores precios son Estados Unidos y Chile con \$4,67 y \$4,84 respectivamente (Centro de Comercio Internacional, 2015).

Los países exportadores del producto de la subpartida 0813 que ofrecen los menores precios en el mercado mundial son Sudáfrica, Rusia y Filipinas, generando una ventaja competitiva en los precios ante los países americanos; pero que aún siguen en desventaja debido a su ubicación.

En el caso de Ecuador, este se encuentra en un nivel medio, su precio de exportación para este rubro se encuentra en \$13,00 el kilogramo, precio menor que su país vecino Colombia, pero mayor que el de Perú. Estos dos países poseen una ventaja sobre Ecuador, ya que el arancel que Canadá aplica en ellos es de 0% y para Ecuador es del 0,20% aunque relativamente el nivel de protección es bajo (UNSD, 2015).

A continuación, se detalla lo mencionado:

Tabla 28: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Canadá en 2015.

Países Exportadores	Valor importado en 2015 (USD)	Cantidad Importada en 2015/TN	Valor unitario (USD/unidad) TN	Cantidad Importada en 2015/KG	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	\$ 588.944.000	58.523	\$ 10.063,46	58.523.000	\$ 10,06
Estados Unidos de América	\$413.368.000	42.176	\$ 9.801,02	42176000	\$ 9,80
Turquía	\$104.116.000	9.096	\$ 11.446,35	9096000	\$ 11,45
China	\$ 15.954.000	1.773	\$ 8.998,31	1773000	\$ 9,00
Irán, República Islámica del	\$ 9.916.000	715	\$ 13.868,53	715000	\$ 13,87
Italia	\$ 8.059.000	1.103	\$ 7.306,44	1103000	\$ 7,31
Chile	\$ 7.103.000	479	\$ 14.828,81	479000	\$ 14,83
España	\$ 6.439.000	641	\$ 10.045,24	641000	\$ 10,05
Sudafrica	\$ 6.253.000	594	\$ 10.526,94	594000	\$ 10,53
México	\$ 5.910.000	508	\$ 11.633,86	508000	\$ 11,63
Australia	\$ 2.646.000	233	\$ 11.356,22	233000	\$ 11,36
Moldova, República de	\$ 2.614.000	228	\$ 11.464,91	228000	\$ 11,46
India	\$ 2.085.000	229	\$ 9.104,80	229000	\$ 9,10
Kenya	\$ 1.040.000	86	\$ 12.093,02	86000	\$ 12,09
Hong Kong, China	\$ 548.000	296	\$ 1.851,35	296000	\$ 1,85
Portugal	\$ 544.000	120	\$ 4.533,33	120000	\$ 4,53
Malawi	\$ 341.000	37	\$ 9.216,22	37000	\$ 9,22
Georgia	\$ 329.000	35	\$ 9.400,00	35000	\$ 9,40
Alemania	\$ 295.000	29	\$ 10.172,41	29000	\$ 10,17
Emiratos Árabes Unidos	\$ 265.000	16	\$ 16.562,50	16000	\$ 16,56
Reino Unido	\$ 192.000	12	\$ 16.000,00	12000	\$ 16,00
Gabón	\$ 170.000	18	\$ 9.444,44	18000	\$ 9,44
Viet Nam	\$ 147.000	19	\$ 7.736,84	19000	\$ 7,74
Canadá	\$ 140.000	16	\$ 8.750,00	16000	\$ 8,75
Pakistán	\$ 102.000	5	\$ 20.400,00	5000	\$ 20,40
Afganistán	\$ 99.000	7	\$ 14.142,86	7000	\$ 14,14
Corea, República de	\$ 62.000	23	\$ 2.695,65	23000	\$ 2,70
Costa Rica	\$ 36.000	2	\$ 18.000,00	2000	\$ 18,00
Kirguistán	\$ 22.000	2	\$ 11.000,00	2000	\$ 11,00
Bolivia	\$ 18.000	2	\$ 9.000,00	2000	\$ 9,00
Libano	\$ 18.000	2	\$ 9.000,00	2000	\$ 9,00
Brasil	\$ 17.000	2	\$ 8.500,00	2000	\$ 8,50
Francia	\$ 17.000	3	\$ 5.666,67	3000	\$ 5,67
Guatemala	\$ 16.000	1	\$ 16.000,00	1000	\$ 16,00
Irlanda	\$ 10.000	1	\$ 10.000,00	1000	\$ 10,00
Bangladesh	\$ 6.000	0	\$ -	0	\$ -
Arabia Saudita	\$ 6.000	1	\$ 6.000,00	1000	\$ 6,00
Bélgica	\$ 5.000	0	\$ -	0	\$ -
Países Bajos	\$ 5.000	0	\$ -	0	\$ -
Taipei Chino	\$ 4.000	1	\$ 4.000,00	1000	\$ 4,00
Islas Caimanes	\$ 3.000	0	\$ -	0	\$ -
Sri Lanka	\$ 3.000	1	\$ 3.000,00	1000	\$ 3,00
Myanmar	\$ 2.000	1	\$ 2.000,00	1000	\$ 2,00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Trade Map (2015)

Precio de venta al público en Canadá

Es necesario también, proporcionar los precios de venta al consumidor final del rambután fresco y deshidratado que se encuentran en el mercado canadiense, para eso se ha tomado como referencia para efecto de análisis, a las páginas de las principales tiendas dentro de ese país.

La primera figura, muestra el precio del rambután fresco de la página de Amazon; este fruto se encuentra dentro de la categoría de frutos exóticos y estacionales, puesto que de ahí radica su precio elevado y su cantidad máxima a conseguir es hasta 30 libras (Amazon, 2016).

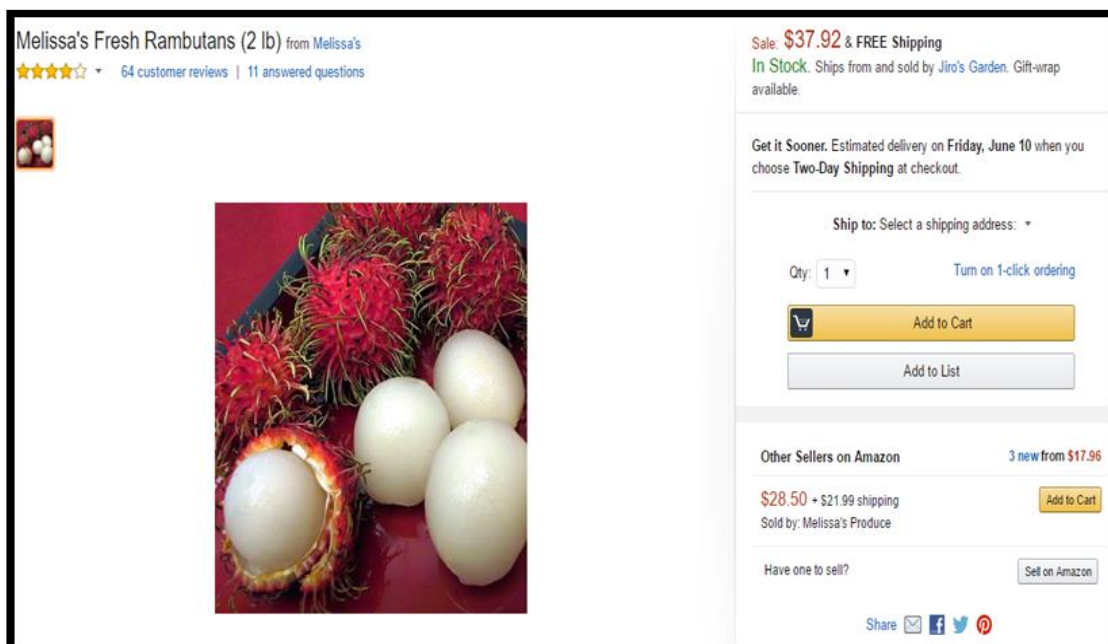


Ilustración 23: Precio de venta al público del rambután fresco en Amazon (2016)
Fuente: Amazon (2016)

La siguiente figura muestra el precio del rambután en almíbar, es decir procesado y que es proporcionado por la tienda de Walmart en Canadá, lo que significa que este producto ya es conocido en este mercado. A diferencia del precio de la fruta en estado fresco, este precio es bajo y muy accesible (Walmart, 2016).

Es importante decir, que aunque estos productos presentados no sean exactamente iguales al rambután deshidratado, sirven como referencia de aceptación de productos basados en esta fruta, y el precio promedio en que son comercializados.

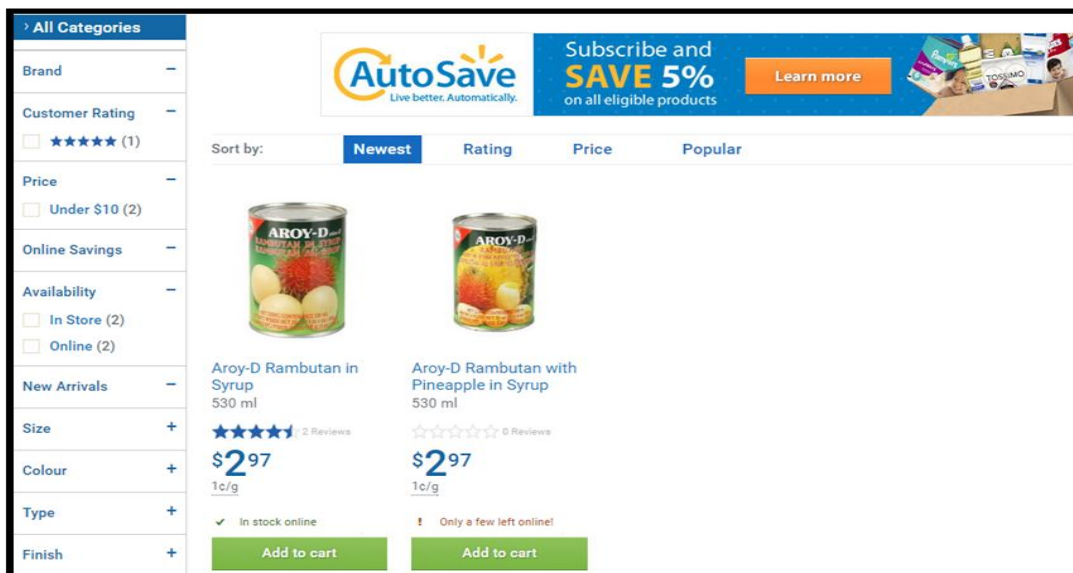


Ilustración 24: Precio de venta al público del rambután en almíbar en Walmart- Canadá (2016)

Fuente: Walmart-Canadá (2016)

Las siguientes figuras pertenecen al producto del rambután en estado seco o liofilizado, que en su mayoría provienen de empresas de origen tailandesas y que, como es de conocimiento, son los mayores productores de esta fruta a nivel mundial y que cuya producción se encuentra disponible durante todo el año, además de empresas chinas.

Las tiendas online en que lo venden son Alibaba, la cual ofrece la posibilidad de comprar al por mayor y que el contacto se directamente con el proveedor, y Aliexpress, minorista, cadena perteneciente a la página ya mencionada.



Ilustración 25: Precio de venta al público del rambután liofilizado en Aliexpress (2016)
Fuente: Aliexpress (2016)

De tailandia Mejor Vacío Liofilizado Rambutan en Lata/Estaño 40 gramos paquete HACCP, HALAL, GMP, KOSHER e Iso 22000

Precio FOB: [Precio - Regateo](#)

Puerto: Bangkok port or Leam Cha Bang port

Cantidad de pedido mínima: 1000 Cartón/es

Capacidad de suministro: 1 Contenedor/es 20 Pies por Día

Plazo de entrega: 30 días después de todo pago

Condiciones de pago: T/T

[Contactar](#)

[Chatear con el proveedor](#)

Datos del producto [Report Suspicious](#)

Datos Básicos

Periodo de Validez:	18 meses	Lugar del origen:	Tailandia	Marca:	tailandés Ao Chi
Número de Modelo:	FDR003	Peso (kilogramos):	0.05	Tipo:	Rambutan
Certificación:	HALAL, GMP, HACCP, ISO 22...	Gusto:	Dulce	Proceso de sequía:	FD
Forma:	Redondo	Tipo de la cultivación:	Común	Estilo:	Secado
Empaquetado:	Pueda (estañado)	Max. Humedad (%):	3% o menos	Proceso de la preservación:	Liofilizado Sistema
estilo:	conservado, merienda	vida útil:	18 meses	país de Origen:	tailandia

Ilustración 26: Precio de venta al por mayor del rambután liofilizado en lata en Alibaba (2016)

Fuente: Alibaba (2016)

liofilizado rambután 20 g bocadillo de frutas procedentes de tailandia

Precio FOB: US \$ 1-null / Bolso | [Precio - Regateo](#)

Puerto: Bangkok or Leam Cha Bang

Cantidad de pedido mínima: 200 Cartón/es

Capacidad de suministro: 1 Tonelada/s por Día

Plazo de entrega: 15-30 días después de confirmado el orden

Condiciones de pago: T/T

[Contactar](#)

[Chatear con el proveedor](#)

Datos del producto [Report Suspicious Activit](#)

Datos Básicos

Periodo de Validez:	meses 18	Lugar del origen:	Tailandia	Proceso de sequía:	FD
Marca:	tailandés ao frutas chi	Forma:	Rebanado	Peso (kilogramos):	0.02
Tipo:	Rambutan	Certificación:	Haccp, la norma iso 2200...	Estilo:	Secado
Gusto:	con sabor a fruta	Max. Humedad (%):	3-5 %	país de origen:	tailandia
otro servicio que ofrece:	oem	Tipo de la bolsa(embalaje):	bolsas de almohadas	otro embalaje disponible:	Ponerse de pie bolsa, de ...
Estilo:	De comida rápida				

Ilustración 27: Precio de venta al por mayor del rambután liofilizado en funda en Alibaba (2016)

Fuente: Alibaba (2016)

Los precios de Alibaba, deben ser negociados exclusivamente con la empresa que provee este tipo de producto, ya que esta es una página que se dedica al comercio electrónico al mayoreo de manera *business to business* (B2B) entre mercados internacionales.

3.5. Plaza

Canales de Comercialización

El proceso de comercialización por el que recorre el rambután dentro del país comienza en los lugares donde se produce esta fruta, para que después el intermediario llegue y cumpla con la recepción de la fruta, la transformación, hasta la exportación del producto final (rambután deshidratado) hacia el mercado internacional que se ha designado. Dentro de este mercado se contará con la asociación de un bróker quien ayudará en las negociaciones entre el comprador y el exportador (vendedor). En la siguiente figura se detalla el proceso antes mencionado.

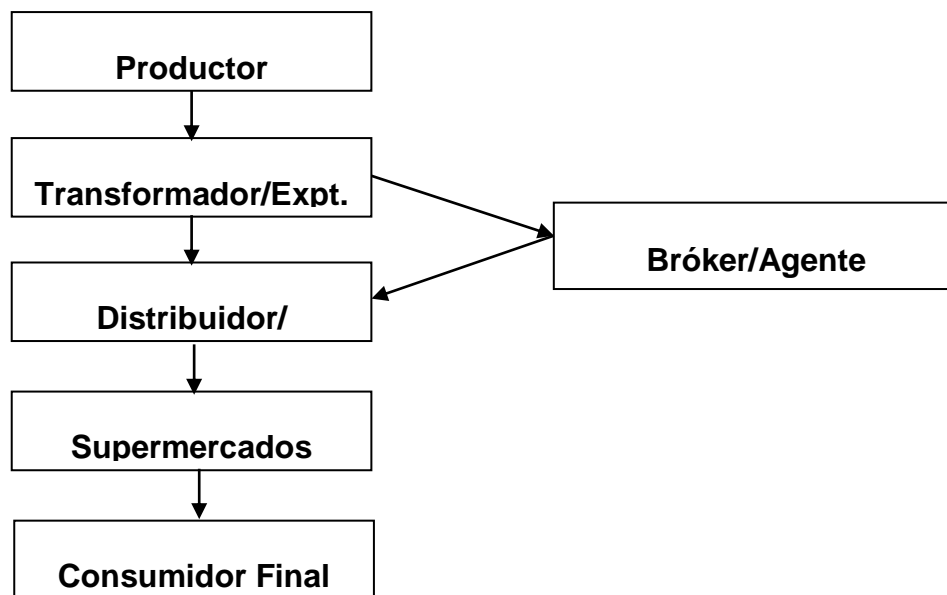


Ilustración 28: Proceso de comercialización para la exportación de rambután deshidratado

Elaborado por: Elaboración propia

Los brókeres americanos realizan sus negociaciones como muchos de los exportadores en término FOB. En general, ejecutan un papel de intermediador entre el exportador e importador ya que están pendientes de cualquier especificación que sea necesaria al momento de llevarse a cabo la negociación, como por ejemplo las instrucciones para el embarque de la mercadería y de cumplir con las etapas restantes de los Incoterms el cual es el Delivery Duty Paid (DDP) en donde se concluye con la transferencia de la mercadería desaduanada hasta el lugar de destino (Sánchez, 2015).

El Incoterm adecuado para la exportación de rambután deshidratado será en término FOB (Franco a Bordo), en donde la responsabilidad es entregada al comprador o importador al momento en que el vendedor o exportador deposita la mercadería en el buque que es designado por el comprador (Comercio y Aduanas.com.mx, 2015). En la siguiente figura se muestra en detalle de lo que implica el Incoterm FOB.

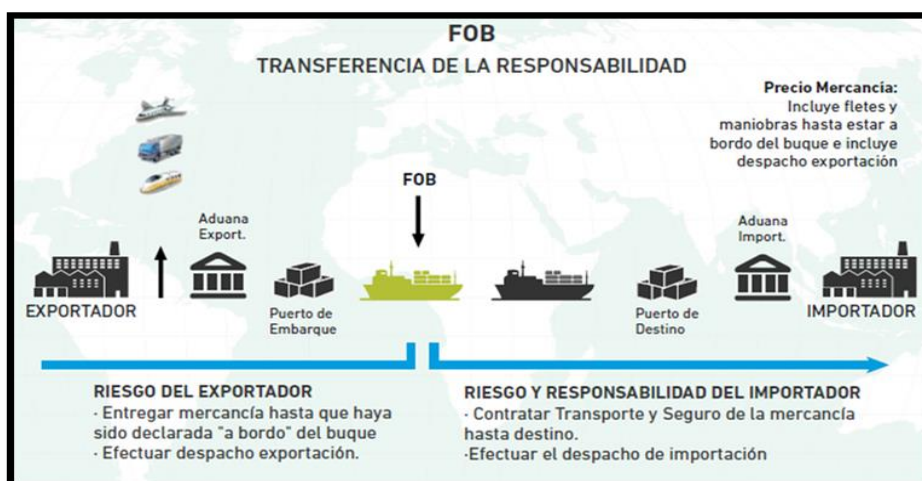


Ilustración 29: Incoterm FOB

Fuente: Modificaciones Efectuadas a las Reglas Incoterms 2010

Para un correcto asesoramiento al transportar y demás requisitos necesarios para exportar el producto, se contactará a la empresa StarCargo, ubicada en la ciudad de Guayaquil, quien cumple la función de agencia de aduanas.

En lo que respecta el transporte interno de la mercadería, desde la fábrica ubicada en vía Daule km 10 ½ hasta el Puerto marítimo Simón Bolívar-Gye, se cotizaron los costos implicados con el agente ya mencionado. Este paso es muy delicado e importante y es necesario que se tomen todas las precauciones posibles.

Tabla 29: Costos de transporte interno-StarCargo

Rubro	Costo
Transporte Interno:	
El cabezal, la plataforma, el flete desde nuestra fábrica	\$ 250,00
Porteo	\$ 90,00
Total StarCargo	\$ 340,00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de StarCargo (2016)

Mercado Meta en Canadá

En Canadá, los más importantes mercados de alimentos detallistas se encuentran en las siguientes regiones:

Tabla 30: Participación de las regiones canadienses en el mercado de alimentos

Regiones	%
Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba	33,70%
Ontario	32,40%
Quebec	25,10%
Región Atlántica	8,80%

Fuente: Elaboración propia en base a la información del Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas, Tubérculos en Colombia (s.f.)

En la región Columbia Británica, se encuentra el puerto de Vancouver el cual cuenta con una gran demanda de frutas tropicales y exóticas debido a la inmigración asiática. Esta región posee una fuerte dispersión y es el centro de distribución de mercaderías a través de vías terrestres o marítimas hacia las demás regiones del país.

A su vez, en la provincia de Ontario se encuentra situada su capital Toronto y la capital de Canadá, Ottawa; esta provincia es la más poblada y es un importante centro de negocios del país. El mercado de Quebec, está más interesado en el consumo de frutas exóticas y tropicales, en comparación a Toronto, y no son muy exigentes en lo que respecta la calidad. Finalmente, la región atlántica presenta una disminución en concentración de la población y dispersión entre los centros de consumo (Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas, Tubérculos , 2015).

Canadá cuenta con un formato de distribución para la venta de productos agroalimentarios en los cuales se encuentran los fabricantes, los agentes distribuidores y los detallistas; esta clasificación se encuentra detallada en la siguiente ilustración, la cual ha sido tomada como referencia según el canal de distribución que las empresas españolas utilizan para poder comercializar sus productos dentro de este mercado, por lo tanto, servirá como ejemplo para poder comercializar productos de otros países, no necesarios del mercado europeo (Blanco, 2013).

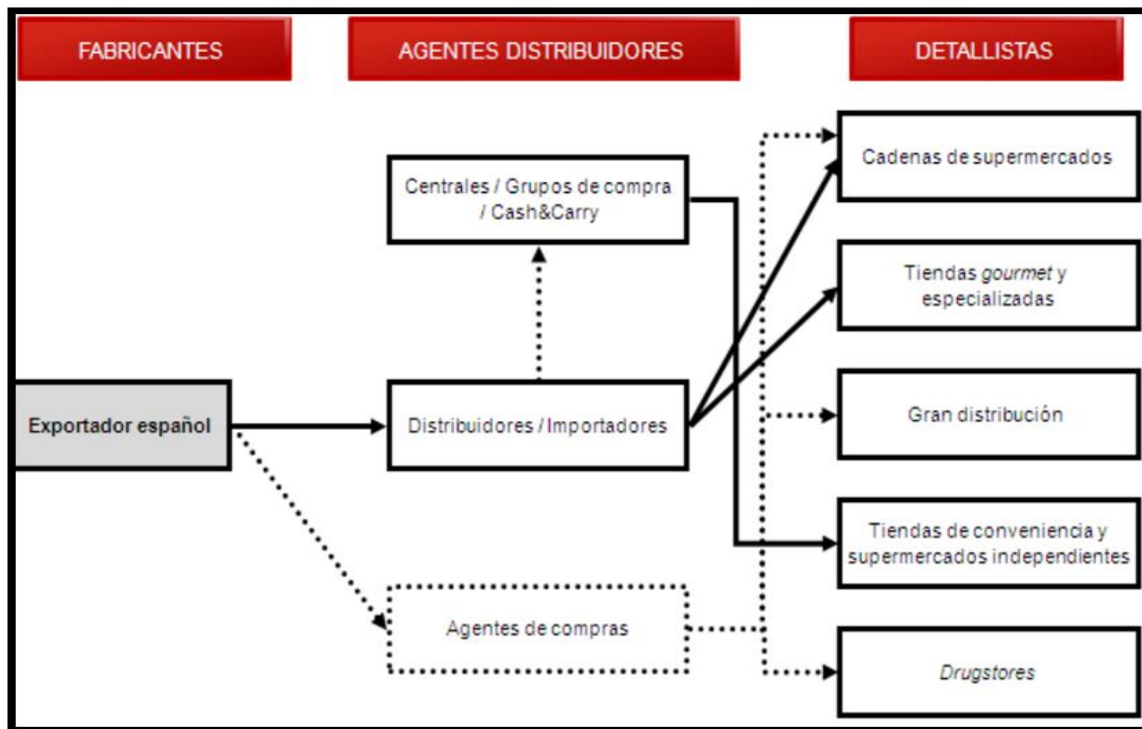


Ilustración 30: Formato de distribución de productos agroalimentarios en Canadá
Fuente: Blanco (2013)

Dentro de este formato se encuentra una división en el que constan: las cadenas de supermercados, quienes pueden distribuir los productos bajo una marca propia o bajo la marca del importador; los *Mass Merchandisers* o Gran Distribución, quienes reúnen toda la oferta de elevado consumo. Luego se encuentran los *Cash&Carry* cuya comercialización de productos se basa en medios y bajos segmentos y finalmente, las tiendas de descuentos, conveniencias o especializadas.

El exportador extranjero se debe contactar principalmente con los distribuidores/importadores, ya que ellos cumplen el papel de presentadores de productos ante tiendas especializadas de gourmet, grupos de compras y cadenas de supermercados. Generalmente, ellos importan la mercadería al granel para empaquetarlos y distribuirlos bajo su propia marca, pero el exportador puede negociar con ellos la forma de cómo quiere que llegue su producto y sea distribuido dentro del mercado, siempre y cuando en el producto se encuentre la constancia de su procedencia. A través del contacto con los importadores canadienses, el exportador puede tener un mejor conocimiento sobre cómo se encuentra la situación del mercado ya que ellos poseen mucha información sobre este; es por eso que el exportador debe tener en claro cuáles son sus objetivos al momento de negociar con estos importadores (Blanco, 2013).

Por lo tanto, para efectos de este trabajo se exportará el producto bajo una marca propia, cuyas especificaciones fueron mostradas con anterioridad, a un distribuidor/bróker canadiense perteneciente a la provincia de Montreal, debido a que esta provincia, es uno de los mayores centros de negocios y de distribución de productos alimenticios hacia resto del país.

En la siguiente tabla se detallarán los posibles distribuidores/importadores del producto más importantes en Canadá, con quienes se realizarán las futuras negociaciones.

Tabla 31: Posibles distribuidores/ importadores alimenticios canadienses

Tipos de Formatos	Distribuidores/ Importadores
Cadena de Supermercados	Loblaw Cos. Ltd.
	Sobeys Inc.
	Metro, Inc.
	Canada Safeway
MassMerchadisser/ Cash&Carry	Costco Canada Inc.
	Walmart Canada Corp.
Otras tiendas especializadas	Alimentation Couche- Tard
	Shoppers Drug Mart
	North Westa Company
	H. Y. Louie Co
	Co- ops
	Overwaitea Food Group

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Who's Who (2013)

El distribuidor/bróker seleccionado será Metro Inc., ubicado estratégicamente en la provincia de Montreal (Quebec) y que tiene una presencia estratégica en Ontario.

Acceso al Mercado

Aranceles

En Canadá existen tratamientos diferentes según los países de dónde nacen las importaciones. Estos tratamientos benefician a ciertos países como por ejemplo, los que pertenecen a la Organización Mundial del Comercio (OMC) gracias al arancel de la Nación Más Favorecida (NMF); países que poseen con Canadá, acuerdos bilaterales; también existen tarifas preferenciales para países que pertenecen a la mancomunidad del Caribe, aquellos menos desarrollados y los que se encuentran en desarrollo (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016).

Para los productos ecuatorianos, Canadá aplica el arancel de la Nación Más Favorecida; la mayor parte de estos productos entran al mercado canadiense con una tarifa de 0%, pero también existen tarifas del 10,50% y 18% que se aplican para sectores de la floricultura y confecciones. Por lo general, el arancel que se grava en el producto varía, por lo que es necesario que los entes que intervienen en la negociación, comprueben cuál es el arancel que se debe ser aplicado para el caso (Gobierno de Canadá, 2016).

Según las estadísticas del Centro de Comercio Internacional (2015), en el caso de las exportaciones de frutos secos o deshidratados correspondientes a la subpartida 0813, existe un arancel del 20% que Canadá aplica a Ecuador, tarifa que por la rentabilidad del producto puede ser incorporada en la estructura de costos, facilitando la exportación de rambután deshidratado hacia Canadá. En la siguiente tabla se puede observar los aranceles que Canadá aplica sobre la partida ya mencionada en más detalle.

Tabla 32: Arancel aplicado a la exportación de los productos 0813 de Ecuador hacia Canadá

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Canadá		
		Valor 2015, en miles US\$	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Canadá a Ecuador	Valor 2015, en miles US\$
'0804	Dátiles, higos, pinas (ananas), aguacates (paltas), guayabas, mangos y	1881	0	397198
'0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	1627	8,1	225795
'0803	Bananas o platanos, frescos o secos.	663	0	414920
'0807	Melones, sandías y papayas, frescos.	138	0	242760
'0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos.	126	1,5	851455
'0806	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.	8	1,4	496384
'0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos.	0	3,9	292619
'0809	Chabacanos (damascos, albaricoques), cerezas, duraznos (melocotones),	0	5,5	236566
'0805	Agrios (cítricos) frescos o secos.	0	0	539367
'0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (mercy, cajuil, anacardo,	0	0	140515
'0802	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mon	0	0	588944
'0812	Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con	0	6,6	5122
'0813	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas nos 08.01 a	0	0,2	73110

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Trade Map (2015)

Impuestos

En la aduana canadiense, el importador es quien se hace legalmente responsable del pago del arancel, el impuesto federal y provincial sobre el producto. La Guía Comercial a Canadá realizada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2016), muestra el funcionamiento de estos impuestos:

- El impuesto federal grava el 5% sobre la mayor parte de bienes y servicios que ingresan a Canadá, este impuesto es llamado *Goods and Services Tax* (GST).
- El impuesto provincial grava entre el 0% y 10% sobre los servicios, según la provincia en donde se encuentra el importador. Este impuesto es llamado *Provincial Services Tax* (PST).

Tabla 33: Impuesto PST aplicado por las provincias en Canadá

Provincia	Valor PST	Impuesto Armonizado (HST)
Alberta	0%	
British Columbia	12%	X
Manitoba	7%	
New Brunswick	13%	X
Newfoundland	13%	X
Northwest Territories	0%	
Nova Scotia	15%	X
Nunavut	0%	
Ontario	13%	X
Prince Edward Island	10,00%	
Quebec	9,5%	
Saskatchewan	5%	
Yukon Territory	0%	

Fuente: Elaboración propia en base a la información de TFO Canadá (2016)

La base imponible para el cálculo de estos impuestos, es el precio de los productos y servicios luego de haber pagado en su totalidad los impuestos y derechos de la aduana.

Documentación

Para la exportación del producto (rambután deshidratado) a Canadá, es necesario que se adjunten los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Lista de Empaque

- *Bill of lading*/Conocimiento de embarque
- Certificado de Origen
- Certificado de Inspección
- Permisos de Exportación

La generación y cotización de los costos de estos documentos, fue realizada por el agente logístico StarCargo (2016). Los precios se detallan a continuación:

Tabla 34: Valor de los trámites y documentación para exportar

Costos locales	USD
Gastos locales por BL	\$ 150,00
Gastos locales por contenedor	\$ 330,00
Porteo Contecon	\$ 90,00
Aduana DAE	\$ 350,00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de StarCargo (2016)

Flete Marítimo

Para la realización del presente trabajo, se ha pedido una cotización al agente logístico StarCargo quien se encargará de todo este proceso, cuyos precios se detallan a continuación:

Tabla 35: Cotización general para la exportación desde Ecuador (Guayaquil) hasta Canadá (Montreal)

POD Montreal	Ocean Freight (USD) 20' STD	Vigencia	T/T
		301.06.2016	25 días aprox.
Flete marítimo	\$ 1.500,00		
OTHC	\$ 165,00		
Costos Locales			
Gastos locales por BL	\$ 150,00		
Gastos locales por contenedor	\$ 330,00		
Porteo Contecon	\$ 90,00		
Aduana DAE	\$ 350,00		
Subtotal	\$ 2.285,00		

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de StarCargo (2016)

Para una mayor información sobre esta cotización es necesario ver el Anexo 2, proporcionado por la empresa StarCargo. También es importante recalcar, que como la exportación se realizará en término FOB, el flete marítimo presentado en la factura de StarCargo (Tabla 35), no será cancelado por la empresa VegaFruit S.A., ya que estos costos corren por parte del importador canadiense; por otro lado, los costos locales, si correrán por cuenta de la exportadora.

CAPÍTULO 4: ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

4.1. Proceso de producción

Dentro del siguiente diagrama de flujo se presentarán los pasos a seguir para que se lleve a cabo el proceso de producción del rambután deshidratado.

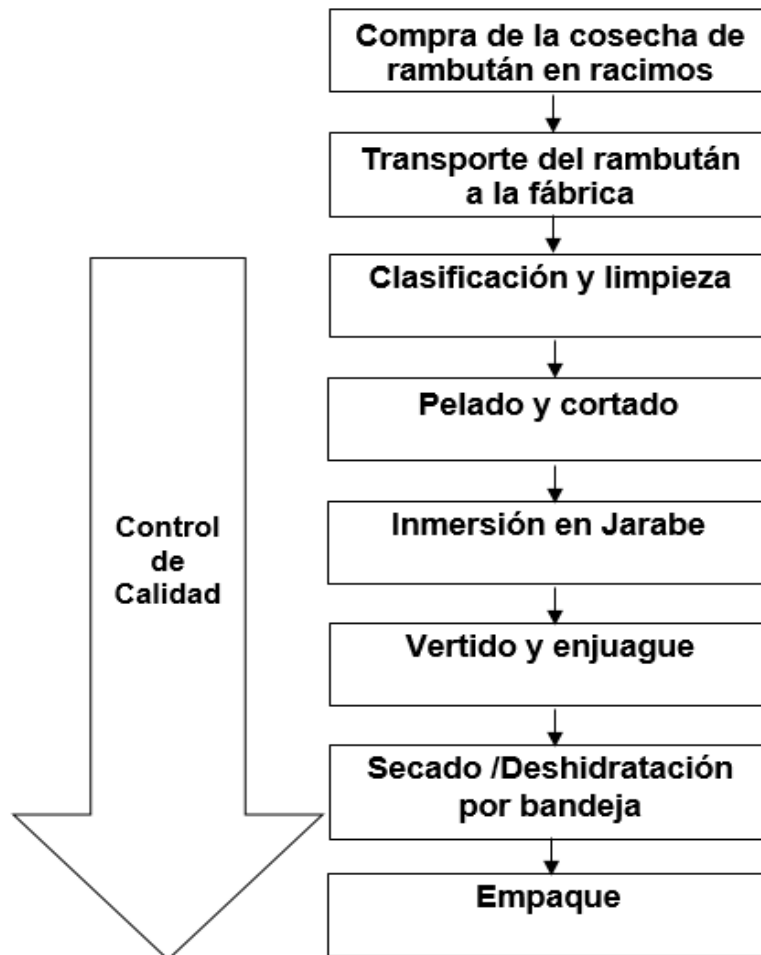


Ilustración 31: Flujo del proceso de producción

Fuente: Elaboración propia en base a la información de la Ficha N° 6 de deshidratación osmótica

Compra y Transporte de la cosecha:

El proceso de producción de rambután deshidratado empieza con la compra de la cosecha entre los meses de enero a mayo. La cosecha será realizada por los mismos trabajadores de las haciendas en donde se produce esta fruta, las mismas que serán cortadas por racimos y colocadas, cuidadosamente en gavetas, para ser transportadas hasta la empresa, semanalmente. De junio a diciembre se realizará la

importación de esta fruta, semanal desde Costa Rica dado que no hay producción en el país.

Clasificación y limpieza

Una vez que las frutas llegan a la empresa, el personal será el encargado de separarlas y clasificarlas de acuerdo al estado en que se encuentren, luego son sumergidas en bañeras con agua y cloro que para quitarles la suciedad o residuos de polvo.

Pelado y cortado:

Luego, serán colocadas sobre las mesas en donde, el personal hará el trabajo de pelarlas, y a través de un corte especial, quitarles la semilla que se encuentra en su interior, con el fin de dejar sólo la pulpa de los rambutanes.

Inmersión en Jarabe:

Inmediatamente, estas pulpas serán sumergidas por un tiempo de 2 horas en pailas osmóticas con un jarabe deshidratante concentrado en 80° Brix a una temperatura de 20°C (Wiley-Blackwell, 2012). La relación del jarabe que se va a utilizar es de 1:1, esto significa una porción de fruta por una porción de jarabe. Este jarabe está compuesto por agua, 40% de sacarosa, 0,3% de ácido cítrico, y 0,2% de ácido ascórbico. En este paso, es donde se dará la pérdida del 70% del peso de la pulpa de la fruta.

Vertido y enjuague:

Cuando el tiempo de inmersión haya finalizado, las pulpas deberán ser retiradas de la marmita para ser escurridas y lavadas en agua fría durante 2 minutos, con el fin de que no quede residuo alguno del jarabe (Parzanese, 2011).

Secado:

Para ese momento, las pulpas conservarán sólo el 30% de su humedad, por lo que es necesario hacer que su vida útil sea mucho mayor, y esto se lo realizará a través de un proceso de secado. Como se trata de una fruta con un alto valor agregado, se aplicará el método de secado por medio de aire caliente, en el cual las pulpas serán colada en bandejas para que estas sean ubicadas en el equipo

deshidratador donde se realizará el secado por medio de una temperatura de 70°C durante un periodo de 2 a 3 horas.

Empaque:

En esta parte final del proceso de producción, el producto ya se encontrará listo para ser trasladado hacia la empacadora. Aquí es donde se procederá a empaquetar el rambután deshidratado y se sellará al vacío en bolsas de *Doy Pack/ Abre Fácil* con un peso bruto de 70g cada una; la capacidad instalada de la empacadora es de 28 bolsas por minuto. Luego estas fundas serán colocadas en la bodega manteniéndose en un ambiente refrigerado, y sin que se encuentren expuestas a la luz.

4.2. Ubicación del negocio

Para la determinar la ubicación propicia del negocio es importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales, el primero es los recursos económicos con los que cuenta la empresa y el segundo es el tema de la logística, ya que estos van a tener un efecto en el correcto funcionamiento de la empresa, por lo que es necesario buscar el lugar que sea más beneficioso para el funcionamiento del negocio. Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, la empresa se encontrará ubicada en el sector industrial de la ciudad que corresponde al Km. 10.5 vía a Daule, aquí se encontrará tanto la oficina como la planta donde se realizará el proceso de producción del rambután deshidratado.

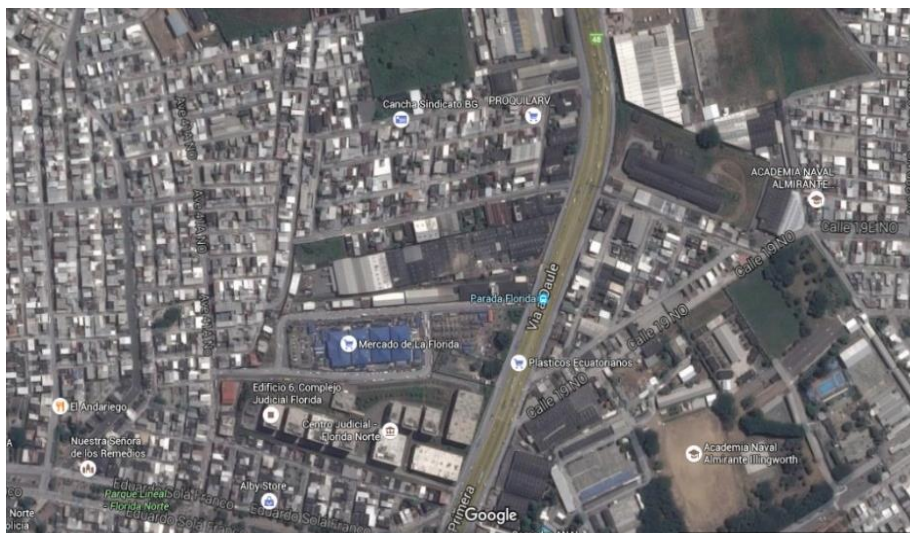


Ilustración 32: Localización de la empresa VegaFruit S.A
Fuente: GoogleMaps

4.2.1. Instalaciones

Para que el lugar elegido sea óptimo, debe ser espacioso ya que cuenta con las siguientes divisiones: oficinas, recepción de materia prima, área de lavado, área de deshidratado, área de empaque, área de bodega, vestidores y sanitarios.

Las instalaciones se deben mantener antisépticas, ya que el tipo de producto que se está manejando debe ser tratado con extremo cuidado y evitar que éste sea contaminado, por lo tanto es necesario que el piso sea de concreto y debe haber un pequeño desnivel para que los líquidos se dirijan al desagüe, el techo debe ser de zinc elevado por una estructura metálica y por último las puertas fabricadas de metal. En la ilustración 33 se muestra cómo va a estar dividida la planta.

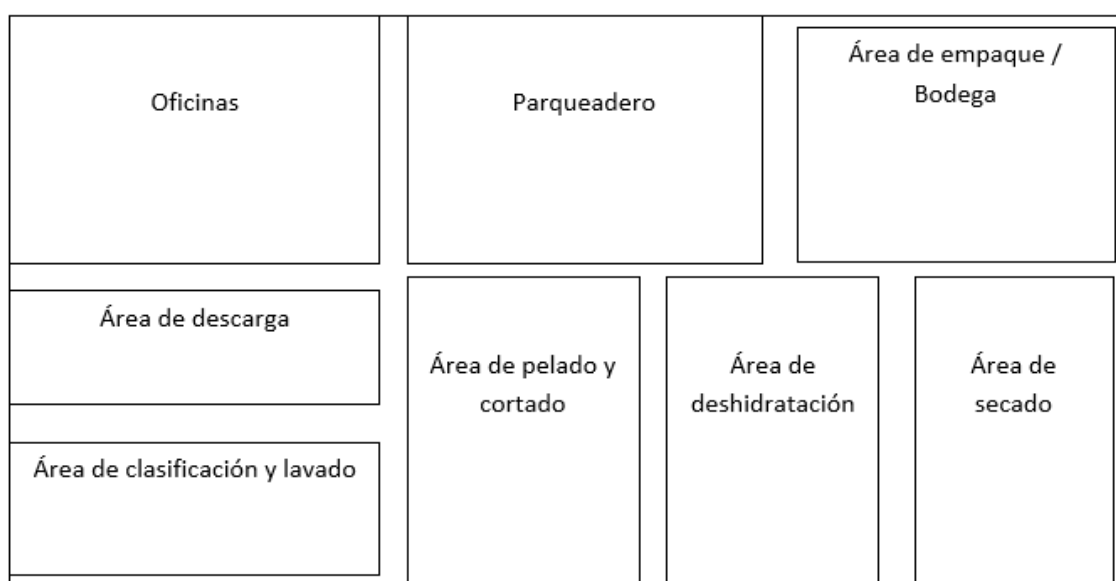


Ilustración 33: Distribución de la empresa VegaFruit S.A.

Fuente: Elaboración Propia

4.3. Determinación de la capacidad instalada del negocio

El terreno donde se encontrará ubicada la planta y las oficinas tiene un área de 400m², de los cuales 60m² serán destinados para las oficinas donde se llevaran a cabo todas las actividades gerenciales, administrativas y financieras. Dentro de los 340m² restantes es donde se encontrará ubicada la planta, donde se desarrollará el proceso de producción del rambután deshidratado.

La distribución de las distintas áreas donde se realiza el proceso de producción se da de la siguiente manera: en lo que respecta a parqueo y área de descarga son

necesarios 60m², para el área de clasificación y lavado tendrá un espacio de 55m², en lo que respecta el área de pelado y cortado esta será de 100m² donde están ubicadas las mesas donde se desarrollará esta parte del proceso, para el área de deshidratación donde se encontrarán ubicadas las pailas osmóticas industriales el espacio requerido es de 30m², para poder ubicar la maquina deshidratadora el área necesaria es de 20m², finalmente para la parte que corresponde al área de empaque y bodega son 50m² requeridos. Quedando 25m² libres en caso de futura expansión.

Dado que la producción del rambután en el Ecuador se da en los meses de enero a mayo, estos serán los meses donde la empresa se debe abastecer del fruto para que éste sea transformado. De acuerdo a la información proporcionada por los productores de rambután, un árbol es capaz de producir alrededor de 11.500 frutos, dentro de una hectárea sembrada se encuentran cultivados 150 árboles lo que significa que por hectárea se pueden cosechar alrededor de 1.725.000 rambutanes. Mientras que durante los meses de junio a diciembre, el abastecimiento se dará a través de la importación del rambután fresco desde Costa Rica.

El rambután como fruto fresco tiene un peso de 34 gr., pero para la elaboración del fruto deshidratado es importante tener en consideración el peso de la pulpa del rambután sería aproximadamente de 15,16 gr., se planea que el empaque en el que va a ser comercializado sea de 70 gr. por lo que se determinó que una vez que la fruta haya sido deshidratada su peso resultaría 4,56 gr., es por esto que para completar el empaque son necesarios 15 rambutanes deshidratados.

Para realizar el proceso de producción del rambután deshidratado serán necesarios tanto maquinarias como de trabajos manuales, según los cálculos realizados para el presente proyecto la cantidad de frutos que se van a comprar dentro de los doce meses, esto quiere decir, aproximadamente 1.725.000 rambutanes mensuales. Existe una capacidad de producción de 401.163 rambutanes semanalmente, es decir, 80.233 frutos al día ya que se contará con 101 personas que se encargaran del cortado, pelado, lavado y clasificación de la fruta.

Adicionalmente, para realizar el proceso de deshidratación son necesarias dos máquinas, una de estas es la paila osmótica donde se coloca el jarabe para comenzar con la deshidratación. La paila tiene la capacidad de 250 lts. por lo que son necesarias 3 de éstas para cumplir con la producción de 80.233 frutos diarios,

este proceso tiene una duración de 2 horas; además se necesita de un deshidratador por bandeja para que el fruto se encuentre completamente seco, esta máquina tiene la capacidad para deshidratar 84.942 al día cumpliendo con las cantidades estimadas diarias. La máquina empacadora y selladora puede empacar 28 bolsas por minuto, lo que son 1690 bolsas por hora.

Dado al número de personas y la capacidad de las máquinas que trabajan en el proceso de deshidratación del rambután la planta es capaz de producir diariamente 5070 empaques de 70 gr. de rambután deshidratado lo que significa que es capaz de deshidratar 80.233 rambutanes al día, permitiendo que en una semana sea posible completar un contenedor de 20 pies para el que son necesarios 25.384 empaques de acuerdo a sus proporciones; para la verificación del cálculo del cubicaje de estos empaques semanales es necesario ver Anexo 3.

Esto significa que la empresa VegaFruit S.A. tiene una capacidad de producción durante doce meses de 506.960 empaques de 70 gr. de rambután deshidratado, pudiendo así realizar cuatro exportaciones por mes, con salidas semanales realizándose 48 exportaciones por año hacia el mercado de Canadá.

4.4. Especificaciones (materias primas, ingredientes, insumos, normas y estándares)

Materia prima:

Dentro del proceso de producción, se ha considerado como materia prima el rambután tipo Benjai en estado fresco, cuyas especificaciones son presentadas en la siguiente tabla.

Tabla 36: Especificaciones del rambután seleccionado para el proceso de producción

Fruta/Rambután	Peso de la fruta (gr.)	Peso de la cáscara (gr.)	Peso de la semilla (gr.)	Peso de la pulpa (gr.)
Benjai	34	16,4	2,48	15,16

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del sitio informatica.sip.

Ingredientes:

Para la reducción de la humedad de la fruta, es necesario sumergirla dentro de un jarabe osmótico cuya composición está hecha de los siguientes elementos: agua,

sacarosa (azúcar comercial), ácido cítrico y ácido ascórbico. Además se detalla en la siguiente tabla, la cantidad de medidas mensuales de estos ingredientes. La cotización de estos elementos, se encuentran en el Anexo 4.

Tabla 37: Composición del jarabe osmótico para la deshidratación del rambután

Jarabe Osmótico 1:1	
122	(kg) de Azucar
50	1 saco de azucar kg
2	Nº de sacos por comprar por cada 2 horas en la maquina
\$ 36,00	Precio del saco
\$ 87,58	Total azucar por cada 2 horas en la maquina
209	Nº de sacos por mes
\$ 7.531,49	Total de Azucar por mes
78	(kg) de Ácido cítrico
25	1 funda de a.c. kg
\$ 4,50	Precio del saco
3	Nº de sacos por mes
\$ 14,12	Total de Ácido Cítrico por mes
52	(kg) Ácido Ascórbico
1	1 funda de a.a. kg
\$ 7,00	Precio del saco
52	Nº de sacos por mes
\$ 366,11	Total de Ácido Ascórbico por mes

Fuente: Elaboración propia

Materiales:

A continuación se señalan todos los materiales que se utilizarán para la elaboración del producto, las cotizaciones de éstos se las puede observar en el Anexo 5:

- **Cloro:** Este líquido es un desinfectante, usado el lavado de las frutas y verduras; el cual, servirá para el paso de clasificación y limpieza.

Tabla 38: Especificaciones para la compra del cloro desinfectante

Cloro (Galón)	\$5	
Capacidad Bañera	135	Lts.
Nº de tazas por bañera	45	
Contenido de una taza	0,24	Lts.
Cantidad de las tazas/ bañera	10,80	Lts.
1 galón	3,79	Lts.
Nº de galones por bañera	3	
Precio de galones por bañera	\$ 15	
Número de Bañeras	16	
Total	\$ 5.160,00	Mensual

Fuente: Elaboración Propia

- **Gavetas:** Estas gavetas servirán para transportar en el camión las frutas desde su lugar de producción hasta la empresa. Las características de estas se encuentran a continuación:



Ilustración 34: Gaveta Robusta 40 calado vertical

Fuente: Almacenes PICA Plásticos Industriales C.A.

Tabla 39: Características de Gaveta Robusta 40 calado vertical

Capacidad de volumen:	80.000 c.c.
Capacidad de carga:	80 kg
Dimensiones:	60cm L x 40cm A x 40cm H
Capacidad de apilamiento:	480 kg (6 gavetas x 80 kg apiladas)
Usos:	Apilables. Para la industria agrícola en general, avícola y organización de productos.

Fuente: Almacenes PICA Plásticos Industriales C.A.

- **Bañeras:** Estos recipientes servirán para la clasificación y limpieza de las frutas; el contenido de las bañeras será sólo de agua y cloro, para que el personal pueda lavar las frutas en éstas.



Ilustración 35: Bañera D-1

Fuente: Plásticos Tortugas

Tabla 40: Características de la Bañera D-1

Largo superior:	90 cm.
Radio superior:	33 cm.
Ancho superior:	66 cm.
Largo inferior:	80 cm.
Radio inferior:	28 cm.
Ancho inferior:	56 cm.
Altura:	31 cm
Capacidad:	135 litros.
Peso:	11 kg
Uso:	Con una forma ovalada profunda y con acabados rústicos y resistentes es óptima para trabajos de fuerza o para su necesidad específica del hogar. Las agrícolas y floricultoras los usan para almacenamiento y transporte de productos.

Fuente: Plásticos Tortugas

- **Mesas:** Las frutas luego de la limpieza, serán puestas sobre estas mesas, listas para entrar al paso de pelado y cortado.



Ilustración 36: Mesa metálica

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Tabla 41: Características de la Mesa metálica

Modelo:	MESA DE TRABAJO
Tamaño:	78cmX162cmX70cm
Características:	Fabricada en acero inoxidable. Estructura de tubo cuadrado de 1 1/2 Pulgadas Tablero de 1mm de espesor (Grado alimenticio) para uso en cocinas u hospitales.

Fuente: Mercado Libre Ecuador

- **Cuchillos:** Estos cuchillos de acero inoxidable y ergonómico, serán usados para el corte de las frutas de los racimos, como también para el proceso de pelado de las mismas.



Ilustración 37: Cuchillos Oster

Fuente: Almacenes de WAN

- **Cucharón Gigante:** Éste será utilizado para la correcta manipulación al momento de sacar las pulpas de la fruta que se encuentran en la marmita (paila osmótica), para luego ser lavadas. Este cucharón es de acero inoxidable y cuenta con una capacidad de 1.5 lts.



Ilustración 38: Cucharón gigante

Fuente: Mercado Libre

- **Bancos plásticos:** Para la comodidad de las personas que son parte de la mano de obra directa que intervienen en el proceso de producción. Las medidas de estos bancos se encuentran entre los 26cmAx45cmH.



Ilustración 39: Banco Patrón Café

Fuente: Mercado Libre

- **Equipo de protección:** Para una correcta manipulación de la fruta durante el proceso de producción del rambután deshidratado, es necesario que el personal cuente con un equipo especial de protección para evitar cualquier tipo de contacto que pueda contaminarlas y baje su calidad, como es el caso de guantes, mandiles, redecillas y botas.



Ilustración 40: Delantal Industrial Impermeable, guantes de látex desechables, gorros malla-redecilla-negra y botas

Fuente: Mercado Libre/ AMC Group

- **Gavetas:** Una vez que las fruta sean peladas y cortadas (pulpa de la fruta) son puestas en estas gavetas, para el traslado de esas pulpas hacia la paila osmótica, y también servirán para el enjuague de las pulpas luego de la inmersión en el jarabe.



Ilustración 41: Gaveta industrial cónica fuerte

Fuente: Almacenes PICA Plásticos Industriales C.A.

Tabla 42: Características de Gaveta industrial cónica fuerte

Capacidad de vol:	58,000 cc.
Capacidad de carga:	40 kg
Medidas:	60cmLx40cmAx30cmH

Fuente: Almacenes PICA Plásticos Industriales C.A.

- **Cajas de cartón, cintas y dispensadores de cintas:** Las cajas servirán para que los empaques sean transportados en el contenedor desde la empresa.

Estas cajas tendrán un etiquetado específico como fue mostrado en el Capítulo 3, necesario para entrar en el mercado canadiense; todo esto será proporcionado por Conticarton, ubicado en la ciudad de Guayaquil. Además será necesario la compra de cintas y sus respectivos dispensadores para el correcto embalaje de las cajas.



Ilustración 42: Cajas de Cartón
Fuente: Conticarton



Ilustración 43: Cinta de embalaje de 100 yardas
Fuente: Mercado Libre



Ilustración 44: Dispensador cinta embalaje adhesiva manual industrial cajas
Fuente: Mercado Libre

Máquinas y Equipos:

En esta sección se podrá observar cuales son las máquinas necesarias para el proceso de deshidratación del rambután y cuyas cotizaciones se encuentran en el Anexo 6.

- **Paila Osmótica:** Dentro de esta paila se colocan las pulpas de las frutas, junto al jarabe de sacarosa, la cual debe tener un mecanismo continuo de agitación para acelerar el proceso de deshidratación, durante 2 horas, 4 veces al día.



Ilustración 45: Paila Osmótica Industrial

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Tabla 43: Características de la Paila Osmótica Industrial

Material:	Acero Inoxidable A.I.S.I. 304
Agitador	Tipo ancla 50 RPM
Capacidad:	250lts de jarabe
Sistema:	Sistema de traslación por rotación de canastos dentro del jarabe, agitación y cambio de exposición del producto, por medio de motorreductor de velocidad variable
	Sistema de calefacción del jarabe, eléctrico con termostato digital de variación mas/menos 1°C.
	Sistema de control de nivel de glucosa del jarabe por refractómetro
	Sistema de control de tiempo por temporizador digital.

Fuente: Mercado Libre Ecuador

- **Deshidratadora por bandeja:** Utilizada para el proceso final de secado de las pulpas de las frutas. Esta deshidratadora es clave para el proceso de producción, por lo que se ha requerido que esta máquina sea de calidad y que su capacidad instalada sea la necesaria para poder cumplir con el pedido de producción diario.



Ilustración 46: Deshidratadora por bandeja (Secador 4 coches)

Fuente: Agrotrading Cía. Ltda.

Tabla 44: Características de la deshidratadora por bandeja

Características/Funcionamiento- Secador 4 Coches	4 Carros porta bandejas en hierro y con ruedas giratorias.
	72 bandejas de hierro de 70x90 cm. con malla galvanizada
	1 medidor de temperatura digital.
	2 puerta modulares en acero inoxidable
	1 estructura modular para un carro porta bandejas en acero inoxidable
	1 Ventilador eléctrico
	1 Extractor de 1.5 HP
	1 Quemador de DIESEL Italiano
	1 Intercambiador de calor tipo caldera con tubos especiales de caldera y tol negro de 4 mm.
	1 Sistema para el encendido y apagado automático con regulación de temperatura controlada.
	Pernos remaches y selladores necesarios para instalar el equipo.
	Bisagras, manijas, soportes, y algunos otros elementos serán fabricados en acero inoxidable para mayor durabilidad del equipo.
Medidas de la Deshidratadora	Largo 2.20 m.
	Ancho 2.20 m.
	Alto 1.80 cm.

Fuente: Agrotrading Cía. Ltda.

- **Funda de empaque:** Estas fundas serán de 70 gr. las cuales servirán para el empackado del producto final realizado por la máquina industrial. Las características de estas fundas ya fueron explicadas con anterioridad en el Capítulo 3 de la presente investigación.

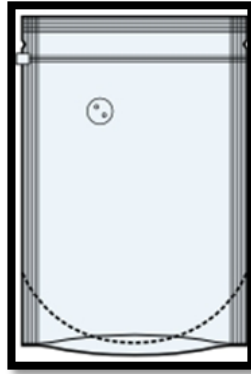


Ilustración 47 : Fundas Doy Pack
Fuente: Flexiplast Empaques Flexibles

- **Empacadora y selladora:** Para el paso final del proceso de producción del rambután deshidratado, es necesario una máquina empacadora y selladora en donde colocar las pulpas luego de que han salido de la secadora, con el fin de tener listo el producto en su empaque final, y listos para ser guardados en bodega, hasta el momento de su comercialización.



Ilustración 48: XFS-180 doy-pack
Fuente: Neumaic

Tabla 45: Características de la XFS-180 doy-pack

Modelo	XFS-180 II doble bolsa
Bolsa de decisiones Tamaño (W X H)	(60 + 60) x-(90 + 90) x
Volumen	2.5-100 ml
Capacidad	30-85 bag/min
Consumo	4.5 KWA
Consumo de aire	0.7 m3/min
Fuente de alimentación	380 V/50Hz/3 fase
Peso	770Kg
Dimensión (L X W X H)	3200 x 970 x 2000mm

Fuente: Neumaic

Producto Final:

Luego que la fruta ha pasado por el proceso de producción el rambután ya deshidratado, deberá ser empacado en una bolsa *Doy Pack* de 70 gr., la cual contendrá 15 unidades rambután deshidratado. Además, estas bolsas deberán mostrar las especificaciones nutricionales del rambután deshidratado, que para lo cual, se tomó como referencia los valores nutricionales del lychee deshidratado, una fruta perteneciente a la familia del rambután, base de los elementos nutricionales para el rambután deshidratado. Por lo tanto, estas especificaciones serán mostradas en la siguiente tabla:

Tabla 46: Perfil Nutricional del rambután fresco y deshidratado

Nutrientes	Unidades	Fruta Fresca	Deshidratada
<i>Aproximadamente</i>			
Agua	g	81,76	22,3
Energía	kcal	66	277
Proteína	g	0,83	3,8
Total de Lípidos	g	0,44	1,2
Ash	g	0,44	2
Carbohidratos	g	16,53	70,7
Total de Fibra Dietética	g	1,3	4,6
Total de Azúcar	g	15,23	66,1
<i>Minerales</i>			
Calcio	mg	5	33
Hierro	mg	0,31	1,7
Magnesio	mg	10	42
Fósforo	mg	31	181
Potasio	mg	171	1110
Sodio	mg	1	3
Zinc	mg	0,07	0,28
Cobre	mg	0,148	0,631
Manganeso	mg	0,055	0,234
Selenio	ug	0,6	1,3
<i>Vitaminas</i>			
Vitamina C (Ácido ascórbico)	mg	71,5	183
Tiamina	mg	0,011	0,01
Riboflavina	mg	0,065	0,57
Niacina	mg	0,603	3,1
Vitamina B-6	mg	0,1	0,09
Folato, total	ug	14	12
Colina, total	mg	7,1	12,7
Vitamina E	mg	0,07	0,31
Vitamina K	ug	0,4	1,6

Fuente: Elaboración propia en base a la deshidratación del lychee en el libro de (Wiley-Blackwell, 2012)

Normas y estándares:

Dentro de Canadá existen dos departamentos federales que se encuentran a cargo de todo aquello relacionado con el proceso y vigilancia de la normativa para etiquetado y envasado de productos agroalimenticios, estos departamentos son denominados: Ministerio de Sanidad de Canadá y Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos.

Estas dos entidades tienen divididas distintas competencias asignadas que deben controlar. El Ministerio de Sanidad de Canadá, por su parte, tiene la responsabilidad de hacer cumplir todos aquellos requisitos en relación a la seguridad alimenticia y etiquetado referente a la salud y la nutrición.

En el caso de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), dentro de sus funciones se encuentra el acatamiento de los requerimientos de información fehaciente en el etiquetado de los productos, que se encuentre relacionado a la calidad y la composición del producto, como también la información básica para la identificación del mismo.

La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos coloca a los productos alimenticios, sean estos producidos dentro del país como fue, bajo las normas del Reglamento para Alimentos y Fármacos. Dentro de esta normativa se encuentran los parámetros que debe cumplir el etiquetado del producto como también se presentan algunas prohibiciones según ingredientes.

Además indica que los productos alimenticios que están envasados que serán puesto en venta en establecimientos minoristas, su etiquetado se debe encontrar tanto en francés como en inglés, así mismo los nombres genéricos que tienen los diferentes alimentos procesados. De la misma forma, los formatos del etiquetado también son regidos por el *Consumer Packaging and Labelling Act*.

4.5. Servicios y mano de obra directa.

Mano de Obra directa

Para definir el personal, conformado por hombres y mujeres, que intervendrá directamente en el proceso de producción, es necesario dividir este proceso en 3

secciones: clasificación-limpieza, pelado–cortado y manejo de máquinas; además de tomar en consideración la cantidad de rambutanes a procesar diariamente y las horas efectivas de trabajo/hombre durante el día de producción.

Tabla 47: Mano de Obra Directa para el proceso de deshidratación del rambután

Mano de Obra	Pelado y Cortado	0,0056	hr/Rambután		150,5	Horas/Disponible/mes
Enero- Diciembre						
9583						Horas totales
64						Personas
Mano de Obra	Clasificación y Limpieza	0,0028	hr/Rambután		150,5	Horas/Disponible/mes
Enero- Diciembre						
4792						Horas totales
32						Personas
Mano de Obra	Manejo de Maquinas				150,5	Horas/Disponible/mes
5	Personas	Por mes (Enero- Diciembre)				

Mano de Obra Directa	N° DE PERSONAS
	101

Fuente: Elaboración Propia

Servicio de Transporte:

Para la movilización de las 170 gavetas semanales con las frutas, desde las haciendas productoras del rambután ubicadas en la provincia de Los Ríos, hasta la empresa ubicada en la provincia del Guayas, km 10.5 Vía Daule; es necesario contratar los servicios de un camión con una capacidad de transporte aproximada de 14 toneladas. Los viajes se realizarán todos los domingos. Este servicio será proporcionado por el Sr. Washington Mora, cuyas condiciones son las siguientes:

Tabla 48: Costo mensual del servicio de transporte de las gavetas con el rambután

Precio del Flete por km	Semanal	Mensual
		\$0,96
Total km desde Vía Daule hasta Quevedo/ Buena Fe	202	\$ 775,68
Total del transporte de mercadería	\$ 193,92	

Fuente: Elaboración Propia

4.6. Abastecimiento de materias primas

De enero a mayo:

Como se había mencionado, en Ecuador existen alrededor de 38 hectáreas de cultivo del rambután, de los cuales, se ha seleccionado 10 de estas hectáreas,

pertenecientes a la provincia de los Ríos para el abastecimiento semanal, debido a que la cosecha de esta fruta se da según su maduración. En la presente tabla se muestra la producción que tiene una hectárea de rambután, por año de cosecha:

Tabla 49: Producción de rambután por año de cosecha de una hectárea

1HA/Árboles	150
Rambután/Árbol	11500
Rambután/Hectárea	1.725.000
Millar/ Árbol	11,50
Millar/Hectárea	1.725,00
\$/Millar	\$35

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al productor de rambután

Los proveedores del rambután se encuentran ubicados en las zonas de Quevedo (enero-marzo) y Buena Fe (febrero-mayo), que son los lugares en donde se encuentra la mayor parte de los cultivos de esta fruta.

Las haciendas ubicadas en la provincia de Los Ríos que proporcionarán los rambutanes en estado frescos son:

- Hacienda Ruiz- Proveedor: Joffre Ruiz. Número de hectáreas: 1 HA/ Quevedo
- Hacienda del productor Eduardo Gaibor. Número de hectáreas: 3 HA/ Quevedo
- Hacienda María Cristina-. Número de Hectáreas: 4 HA/ Buena Fe
- Hacienda San Jacinto- Número de Hectáreas: 2 HA/ Buena Fe

En la siguiente ilustración, se podrá observar la ruta del transporte desde las haciendas en Quevedo y Buena Fe, hasta la empresa en Guayaquil.

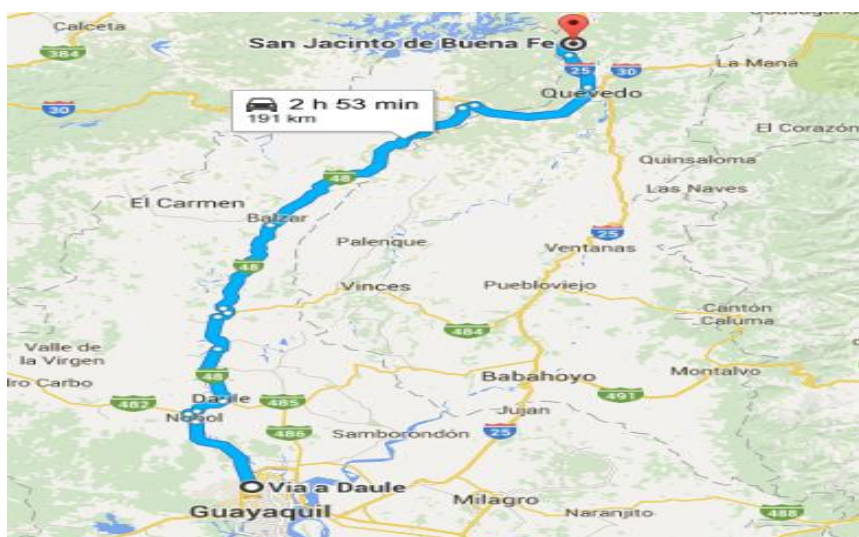


Ilustración 49: Mapa de la ruta Guayaquil hasta Quevedo-Buena Fe

Fuente: GoogleMaps

De junio a diciembre:

Para cumplir con la producción anual de rambután deshidratado y evitar perder participación en el mercado canadiense durante los 7 meses restantes del año (junio-diciembre), es decir cuando no se produce el rambután fresco en Ecuador; es necesario que se importe rambután fresco de otro país en donde la producción no sea limitada, como lo es en Costa Rica, país centroamericano el cual tiene la ventaja de un tiempo de tránsito menor que el de los demás países que pertenecen a esa región y que producen esta fruta. La empresa costarricense que proveerá el rambután, será CostaFresh, que se encuentra ubicada en Pérez Zeledón del país ya mencionado. A continuación se presenta a detalle los lugares que intervienen en la importación:

- Exportador: CostaFresh/ Puerto de Origen: Quepos, Costa Rica
- Importador: VegaFruit S.A./ Puerto de destino: Simón Bolívar, Gye-Ecuador

El precio de exportación en término FOB del rambután desde Costa Rica hacia el mundo fue de \$3,50 el kilogramo en 2015, el cual ha sido tomado como base para poder realizar el cálculo de los costos de importación. La cantidad requerida de rambután será de 6,082 kg; la frecuencia del pedido será semanal para mantener el mismo ritmo de la producción del rambután deshidratado dentro de la empresa.

Para el tratamiento de la importación de rambután a Ecuador, se usará la subpartida arancelaria 0810909090, que no posee restricción para su entrada y cuya tarifa arancelaria de importación es del 25%; además será necesario especificar los demás tributos de comercio exterior que se encuentran dentro el ejercicio de la importación. El agente de aduanas que se encargará de todos los trámites requeridos para importar el producto (desaduanizar la mercadería, documentos de acompañamiento y soporte, transporte) será la empresa ya mencionada, StarCargo.

Debido a que la importación de rambután fresco no será para consumo interno, sino que servirá para un proceso de perfeccionamiento, en este caso de transformación; el presente proyecto se acogerá al Régimen de admisión temporal para el perfeccionamiento de activos (Régimen 21) resuelto por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En este régimen especial consta que las mercaderías que ingresan al territorio nacional con fines de transformación, de elaboración de nuevos

productos, de reparación, de acondicionamiento o restauración, o ya sea para cumplir con programas de maquilas que hayan sido autorizados por las respectivas autoridades; estarán exentas de los pagos correspondientes a los derechos arancelarios e impuestos que se aplican en las importaciones, ya que éstas tienen el fin de ser exportadas dentro de un plazo de un año, equivalente al tiempo de prórroga.

Para poder realizar esto, se hizo una consulta al agente de aduanas, el cuál indicó que para poder acceder a este régimen es necesario pagar una tasa de \$40 por los servicios aduaneros y presentar una garantía por los tributos exonerados del pago; todo esto debe estar especificado en la declaración aduanera. El agente de aduana, será el encargado de realizar la solicitud para la aprobación de este régimen dentro del sistema ECUAPASS, indicando la ubicación de la planta de procesamiento y cuál es el proceso de producción. Esta solicitud, el pago de la tasa y la presentación de las garantías, deberán realizarse por cada importación que se haga.

En lo que respecta a las garantías la empresa importadora se encarga de tramitar la garantía por el valor total de los tributos obtenidos de la autoliquidación aduanera elaborada por la empresa, estas garantías pueden ser generales o específicas de acuerdo a las necesidades de la empresa, y se mantendrán por el tiempo en que se ha solicitado que se mantenga el régimen, una vez que se cumple el plazo se puede dar por finalizada la garantía que puede ser solicitada a través de una institución financiera o una empresa aseguradora.

Para el debido respaldo de esta información, es necesario observar al Anexo 7, el cual contiene la cotización de StarCargo de los costos locales y el flete que intervienen en la importación. Además, en el Anexo 8, se podrá apreciar el cálculo del rambután importado obtenido a través de tres valores en los cuales intervienen: la base imponible, la tasa que se debe pagar por el régimen de importación y otros gastos que surgen de la agencia de aduana; y el cálculo del valor y costos de las garantías aduaneras. Luego de haber obtenido los costos referentes a la importación de rambután fresco desde Costa Rica, fue necesario realizar un promedio ponderado con el costo de la materia prima local y la materia prima importada, para poder fijar un costo promedio de la materia prima (rambután) local e importada.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Estructuración financiera del negocio

Para la estructuración financiera de este proyecto de investigación, se ha tomado en consideración los costos de los materiales y maquinarias mencionados en el Capítulo 4, y cuyos precios se encuentran detallados en los anexos. Para poder determinar el número de materiales y maquinarias requeridas, se realizó el cálculo para conocer sus capacidades instaladas según las cantidades de rambután fresco que llegan a la empresa semanalmente; todo esto, se encuentra detallado en el Anexo 9, que adicionalmente incluye el cálculo de los costos de las maquinarias y materiales para los empaques (C/E) que se realizarán en el mes, para esto, se dividió el valor total de cada uno de los materiales y maquinarias para el total de las frutas frescas a deshidratar mensual (1'725,000 rambutanes) y por el número de rambutanes deshidratados que se encuentran en el empaque final (15 frutos).

5.1.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

En la Tabla 50 se puede observar los valores correspondientes a las inversiones mencionadas a lo largo del Capítulo 4 y que se necesitan para arrancar las actividades de la empresa VegaFruit S.A. Estas inversiones se encuentran clasificadas dentro de los rubros que se detallan a continuación: Obras Civiles, Terrenos, Equipos y Accesorios, Muebles de Oficina y Equipos de Computación.

Tabla 50: Plan de inversiones de la empresa VegaFruit S.A.

Inversiones	Clasificación	Unidad de Medida	Precio Unitario US\$	Número de unidades	Valor Total US\$
Planta	Terreno	m2	\$ 300,00	400	\$ 120.000,00
Planta	Obras Civiles	m2	\$ 475,00	375	\$ 178.125,00
Pailas Osmóticas (Marmitas)	Equipos y Accesorios	c/u	\$ 4.500,00	3	\$ 13.500,00
Deshidratador por Bandeja	Equipos y Accesorios	c/u	\$ 14.592,00	1	\$ 14.592,00
Empacadora/ Selladora	Equipos y Accesorios	c/u	\$ 17.784,00	1	\$ 17.784,00
Computadoras	Equipos de Computación	c/u	\$ 460,00	4	\$ 1.840,00
Impresoras	Equipos de Computación	c/u	\$ 325,00	2	\$ 650,00
Escritorios	Muebles de Oficina	c/u	\$ 150,00	5	\$ 750,00
Sillas secretariales	Muebles de Oficina	c/u	\$ 50,00	5	\$ 250,00
Mesas Metálicas	Muebles de Oficina	c/u	\$ 250,00	20	\$ 4.979,79
Archivadores	Muebles de Oficina	c/u	\$ 65,00	4	\$ 260,00
Sillas de visitas	Muebles de Oficina	c/u	\$ 21,90	5	\$ 109,50

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones se realizarán al inicio del proyecto, por lo que los montos se reflejan en el año 0, no se realizarán inversiones en años posteriores. Es necesario desembolsar el dinero sólo cuando es debidamente requerido para poder optimizar todos los recursos que intervienen y lograr que el valor de dinero en el tiempo no se encarezca. En el Anexo 10, se adjunta el cálculo de las depreciaciones, y el valor de los mantenimientos y seguros que son necesarios para estas máquinas.

Para poder cumplir con estas inversiones se ha tomado en consideración como fuente de financiamiento a la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, al acoger este proyecto dentro del plan de CrediPYMES, con un valor total de \$369,523 a 5 años con una tasa del 11,20%, un período de gracia de un año, una frecuencia de pago de 12 veces al año (mensual) y el tipo de amortización de Capital Fijo. VegaFruit S.A. se encargará del resto de las inversiones, que representa un valor de \$128,839. La amortización del financiamiento se encuentra en el Anexo 11.

Tabla 51: Financiamiento de la empresa VegaFruit S.A.

Rubro	Financiamiento, US\$			
	Empresa	Institución Financiera	Préstamos Terceros	Total
Capital de trabajo	\$ -	\$ 145.522		\$ 145.522
Activos Fijos	\$ 128.839	\$ 224.001	\$ -	\$ 352.840
Terreno	\$ 120.000	\$ -		\$ 120.000
Obras Civiles		\$ 178.125		\$ 178.125
Equipos y Accesorios		\$ 45.876		\$ 45.876
Muebles de Oficina	\$ 6.349			\$ 6.349
Equipos de Computación	\$ 2.490			\$ 2.490
Total	\$ 128.839	\$ 369.523	\$ -	\$ 498.362
%	26	74	0	100

Fuente: Elaboración Propia

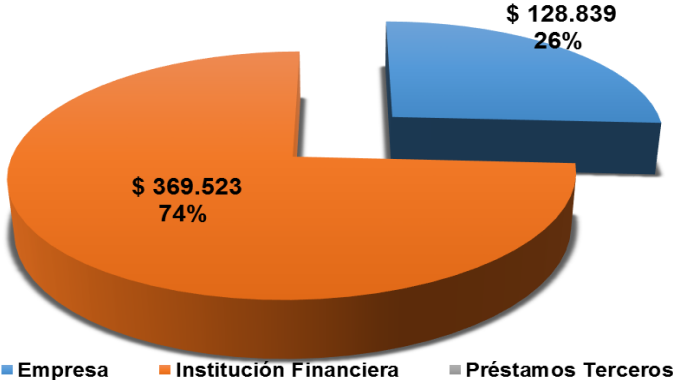


Ilustración 50: Financiamiento del Proyecto

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 51 se muestra en detalle los valores que serán financiados por la Cooperativa JEP, cuya intervención representa el 74% de las inversiones entre los cuales intervienen el capital de trabajo y los activos. Por otra parte, el 26% del financiamiento de las inversiones la realiza la misma empresa. El valor total de las inversiones equivalente al 100% del total del financiamiento es de \$498,362. El capital de trabajo de la empresa está formado por la cantidad de dinero que se necesita para poder solventar los gastos de los seis primeros meses de operación.

5.2. Flujo de caja anual proyectado

Dentro del flujo se encontrarán los ingresos y egresos operacionales y no operacionales. La parte del flujo operacional se encuentra formado por los ingresos netos que en este caso son el total de las ventas por año; y por los egresos que involucran a todos los gastos señalados en el Anexo 12 y los costos operacionales necesarios para producir las cantidades anuales que se requieren. En este flujo operacional se observa sólo una pérdida en el primer año, ya que las ventas de ese año (6 meses) no logran cubrir con los egresos presentados del mismo; a pesar de eso, a partir del segundo año se puede apreciar que el flujo operacional se vuelve positivo para el resto de los años.

En el caso del flujo no operacional, se presenta a los ingresos no operacionales provenientes del financiamiento por el aporte de las socias de VegaFruit S.A., y la obtención de la deuda con la Cooperativa JEP a largo plazo. Dentro de los egresos no operacionales se encuentra el pago de los intereses por la obtención de la deuda y la amortización de esta deuda que se manifiesta a partir del segundo año, una vez que haya terminado el periodo de gracia. Además en esta sección se manifiestan los gastos bancarios que representa el costo de la garantía aduanera especial, éste representa el 1,5% del valor de la garantía total, por importación, esto se lo puede encontrar en más detalle en el Anexo 8. Otros rubros son: el pago de la participación de los trabajadores, del impuesto a la renta, el reparto de las utilidades, los inventarios y la compra de los activos fijos. En el flujo neto generado, se muestra un valor negativo para el primer año explicado por la pérdida del primer año, pero para el resto de los años los flujos netos son positivos, representando una mayor liquidez. Esta liquidez permitirá a la empresa un crecimiento constante, debido a que su relación ingresos menos costos y gastos es positivo.

Tabla 52: Flujo de Caja Anual Proyectado

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
A. INGRESOS OPERACIONALES											
Ventas		\$ 922.338	\$ 1.986.573	\$ 2.128.472	\$ 2.270.370	\$ 2.412.268	\$ 2.554.166	\$ 2.696.064	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962
Total Ingresos Operacionales		\$ 922.338	\$ 1.986.573	\$ 2.128.472	\$ 2.270.370	\$ 2.412.268	\$ 2.554.166	\$ 2.696.064	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962
B. EGRESOS OPERACIONALES											
Costos producción		\$ 614.892	\$ 1.324.382	\$ 1.418.981	\$ 1.513.580	\$ 1.608.179	\$ 1.702.777	\$ 1.797.376	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975
Costos producción otros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos administración		\$ 187.467	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 183.993	\$ 185.797	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 185.797
Gastos de ventas		\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932
Gastos indirectos fabricación		\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120
Otros gastos		\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138
Total Egresos Operacionales		\$ 936.549	\$ 1.642.565	\$ 1.737.504	\$ 1.831.762	\$ 1.928.165	\$ 2.020.960	\$ 2.115.899	\$ 2.210.157	\$ 2.210.498	\$ 2.211.962
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ (14.211)	\$ 344.009	\$ 390.968	\$ 438.607	\$ 484.102	\$ 533.206	\$ 580.165	\$ 627.805	\$ 627.465	\$ 626.001
D. INGRESOS NO OPERACIONALES											
Créditos a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a largo plazo	\$ 369.523	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte socios empresa	\$ 128.839	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de inversiones temporales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de otros activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos no operacionales	\$ 498.362	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E. EGRESOS NO OPERACIONALES											
Pago intereses		\$ 41.387	\$ 36.644	\$ 26.298	\$ 15.951	\$ 5.604	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Bancarios		\$ 1.248	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368
Pago créditos largo plazo		\$ -	\$ 92.381	\$ 92.381	\$ 92.381	\$ 92.381	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago participación utilidades		0	\$ -	\$ 43.670	\$ 52.266	\$ 61.076	\$ 69.453	\$ 77.659	\$ 84.703	\$ 91.849	\$ 91.798
Pago impuesto a la renta		0	\$ -	\$ 54.442	\$ 65.159	\$ 76.142	\$ 86.584	\$ 96.815	\$ 105.596	\$ 114.505	\$ 114.441
Reparto utilidades accionistas		\$ -	\$ -	\$ 86.860	\$ 103.958	\$ 121.481	\$ 138.141	\$ 154.463	\$ 168.473	\$ 182.687	\$ 182.585
Incremento de inventarios		\$ 23.650	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ 1.819	\$ -	\$ -
Adquisición activos fijos											
Terreno	\$ 120.000	\$ -									
Obras Civiles	\$ 178.125	\$ -									
Equipos y Accesorios	\$ 45.876										
Muebles de Oficina	\$ 6.349										
Equipos de Computación	\$ 2.490										
Otros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total egresos no operacionales	\$ 352.840	\$ 66.284	\$ 135.213	\$ 309.839	\$ 335.902	\$ 362.871	\$ 300.365	\$ 335.124	\$ 364.960	\$ 393.408	\$ 393.192
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 145.522	\$ (66.284)	\$ (135.213)	\$ (309.839)	\$ (335.902)	\$ (362.871)	\$ (300.365)	\$ (335.124)	\$ (364.960)	\$ (393.408)	\$ (393.192)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ 145.522	\$ (80.495)	\$ 208.796	\$ 81.128	\$ 102.705	\$ 121.231	\$ 232.841	\$ 245.041	\$ 262.845	\$ 234.056	\$ 232.809
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 145.522	\$ 65.027	\$ 273.823	\$ 354.951	\$ 457.657	\$ 578.887	\$ 811.728	\$ 1.056.769	\$ 1.319.615	\$ 1.553.671
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ 145.522	\$ 65.027	\$ 273.823	\$ 354.951	\$ 457.657	\$ 578.887	\$ 811.728	\$ 1.056.769	\$ 1.319.615	\$ 1.553.671	\$ 1.786.479

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Programa y calendario de inversiones

El periodo pre operativo del proyecto se llevará a cabo dentro de los seis primeros meses del año uno, durante este tiempo se prepara todo lo necesario para el desarrollo del proyecto, también se realizan todos los trámites con los que se deben cumplir para poder constituir la compañía, así como el desarrollo del plan estratégico de la empresa y la obtención de permisos de funcionamiento. Otro tema importante dentro de estas actividades es la presentación del proyecto para solicitar el debido financiamiento, para luego realizar las cotizaciones correspondientes y realizar la construcción de la planta y adquirir las maquinarias, herramientas y utensilios necesarios para la puesta en marcha del negocio. En la tabla presentada a continuación se presenta en detalle el cronograma de actividades.

Tabla 53: Cronograma de actividades del Proyecto

RUBROS	Año 1					
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Preparación del proyecto						
Información general de la empresa						
Elaboración de la minuta de Constitución de la Cía.						
Elaboración del Organigrama y Manual de funciones						
Elaboración del Plan Estratégico de la Cía.						
Reserva y aprobación del nombre de la empresa por la Superintendencia de Cías						
Tramitación de permisos de funcionamiento						
Análisis, evaluación y aprobación del proyecto						
Presentación al Banco						
Periodo de constitución de garantías						
Fecha de desembolso de crédito						
Cotización Activos Fijos						
Periodo preoperativo						
Construcción de instalaciones internas						
Compra de Utensilios						
Compra de Herramientas						
Compra de Muebles y Enseres						
Compra de Equipos de Oficina						
Calificación personal						
Contratación personal						
Puesta en marcha del proyecto						

Fuente: Elaboración Propia

5.4. Detalle de las proyecciones de ingresos (ventas proyectadas)

Para la proyección de las ventas, se ha tomado en consideración las siguientes variables: precio y cantidad. Para poder determinar la cantidad a vender en el Año 1, se creó un escenario base en donde se consideró un porcentaje de cumplimiento de ventas del 65%, es decir un margen de seguridad, para la segunda mitad del año, ya que la primera mitad formará parte del proceso pre-operativo. A partir del siguiente año, el porcentaje de las ventas experimentará un crecimiento del 5%, hasta el Año 8, en donde se reflejan el 100% del cumplimiento de las ventas hasta los siguientes años. Este porcentaje de crecimiento se lo consideró en base al estudio del mercado de la oferta y la demanda, presentado en el Capítulo 3 ya que existe una demanda insatisfecha para este tipo de productos que necesita ser compensada. Lo mencionado anteriormente podrá verse reflejado en la tabla de a continuación.

Tabla 54: Proyección de Ventas del producto final

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Producto Final										
Cantidad	395.429	851.693	912.528	973.363	1.034.198	1.095.034	1.155.869	1.216.704	1.216.704	1.216.704
Precio	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33	\$ 2,33
Ventas, US\$	\$ 922.338	\$ 1.986.573	\$ 2.128.472	\$ 2.270.370	\$ 2.412.268	\$ 2.554.166	\$ 2.696.064	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, para determinar el precio de venta de exportación se tomó en cuenta el costo de la materia prima por empaque ponderado, ya que durante 5 meses el rambután fresco se obtendrá localmente y los 7 meses restantes se lo obtendrá por medio de la importación. Estos costos por separados se encuentran detallados en la Tabla 55. Es importante mencionar que esta tabla está dividida en dos secciones y los valores que ahí se presentan tienen una relación costo por empaque (C/E); estas secciones involucran la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

La primera sección, corresponde a los costos por empaque obtenidos localmente; el cálculo de la materia prima (MP) del rambután fresco y la materia prima necesaria para hacer el jarabe osmótico se encuentra especificado en el Anexo 13. Los costos totales que involucran a la mano de obra directa (MOD) se encuentran detallados en el rol de pagos presentado en el Anexo 14, puesto que aquí sólo se tomó en consideración al personal que se involucra directamente en el proceso de

producción es decir: la clasificación, la limpieza, el pelado y cortado del rambután para dejar sólo la pulpa, y las personas involucradas en el manejo de las máquinas para la obtención del producto final.

Dentro de los costos indirectos de fabricación (CIF) se encuentran detallados los servicios básicos; ciertos materiales del Anexo 9 (delantales, guantes, gorros, botas, cajas de cartón, cintas de embalaje y dispensadores de cintas) requeridos para el proceso de producción, el costo del transporte interno del rambután hacia la fábrica detallado en el mismo Anexo 9, así como también los costos del empaque (bolsas Doy Pack). Además se involucran a los costos de exportación a Canadá y el costo mano de obra indirecta (MOI) apreciada en el rol de pagos del Anexo 14.

A diferencia de los costos por empaque local, la segunda sección que representa los costos por empaque importado, poseen una materia prima (rambután) importada desde Costa Rica para los meses ya señalados y cuyo cálculo se lo encuentra en el Anexo 8. Para los demás rubros se usarán los mismos costos, puesto que la frecuencia de la producción y la cantidad de frutas a deshidratar seguirá siendo la misma que las detalladas en los costos por empaque local.

Tabla 55: Costos por empaque local e importado

ENERO A MAYO				JUNIO A DICIEMBRE			
COSTOS POR EMPAQUE MP/LOCAL				COSTOS POR EMPAQUE MP/IMPORTADA			
MP Rambután Local/ Empaque			\$ 0,54	MP Rambután Importado/ Empaque			\$ 0,96
MP Jarabe Osmótico/ Empaque			\$ 0,07	MP Jarabe Osmótico/ Empaque			\$ 0,07
TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 0,61	TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 1,03
MOD Pelado y Cortado/ Empaque			\$ 0,28	MOD Pelado y Cortado/ Empaque			\$ 0,28
MOD Clasificación y Lavado/ Empaque			\$ 0,14	MOD Clasificación y Lavado/ Empaque			\$ 0,14
MOD Maquinas/Empaque			\$ 0,02	MOD Maquinas/Empaque			\$ 0,02
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 0,44	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 0,44
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Servicios Básicos			\$ 0,08	Servicios Básicos			\$ 0,08
Luz/ 0,09ctvs	\$4.700,00	\$ 0,04		Luz/ 0,09ctvs	\$4.700,00	\$0,04	
Agua	\$5.000,00	\$ 0,04		Agua	\$5.000,00	\$0,04	
Costo de Transporte MP/Empaque			\$ 0,01	Costo de Transporte MP/Empaque			\$ 0,01
Materiales			\$ 0,03	Materiales			\$ 0,03
Empaque			\$ 0,11	Empaque			\$ 0,11
Costos de Exportación	\$1.298,80	\$ 0,01	\$ 0,01	Costos de Exportación	\$1.298,80	\$0,01	\$ 0,01
Costos locales	\$1.048,80			Costos locales	\$1.048,80		
Transporte Interno	\$ 250,00			Transporte Interno	\$ 250,00		
MOI			\$ 0,02	MOI			\$ 0,02
TOTAL CIF			\$ 0,26	TOTAL CIF			\$ 0,26
COSTO POR EMPAQUE TOTAL LOCAL				COSTO POR EMPAQUE TOTAL IMPORTADO			
			\$ 1,31				\$ 1,73

Fuente: Elaboración propia

Una vez detallado estos costos, se determinó el costo promedio ponderado entre estos dos, el cual da como el costo final un valor de \$1,56. Luego, se fijó, con respecto a un escenario conservador, el margen de utilidad que la empresa quiere ganar, el cual es del 50%, arrojando un precio final de exportación a Canadá de \$2,33. De manera complementaria, se realizó una tabla en la cual se muestra la ruta del precio, que inicia desde el costo por empaque ponderado hasta el precio de la venta al público del producto dentro del mercado canadiense, tomando como referencia un porcentaje de comisión que generalmente es requerido por el bróker. Es importante señalar que el bróker que se ha escogido, también representa el papel de distribuidor final del producto.

Al final, se elaboró una comparación simple con un posible precio de venta al público del producto final (rambután deshidratado) proveniente de Ecuador versus el precio de venta al público de un producto similar proveniente de Taiwán, que se había tomado como referencia en el Capítulo 3. Como resultado de esto, se puede apreciar que existe una diferencia considerable entre estos dos precios, generando una ventaja a favor del producto proveniente de Ecuador. Esta ruta del precio se puede ver reflejada en la siguiente tabla.

Tabla 56: Ruta del Precio por unidad

Exportador/FOB			Cuenta del Bróker			
Costo Promedio P	M.U.	Precio de Exportación	Impuesto Exp/Canada	\$ 3,15	Comisión	PVP
\$ 1,56	50%	\$ 2,34	0,468		\$ 1,89	\$ 5,04
			Impuesto Federal			
			0,117			
			Impuesto Provincial			
			0,2223			
					PVP /TAIWAN	\$ 7,88
					Diferencia	\$ 2,84

Fuente: Elaboración Propia

5.4.1. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Antes de la presentación del Estado de pérdidas y ganancias proyectado y el Balance General del proyecto, se han establecido ciertos parámetros económicos que son necesarios para poder realizar la proyección de todos estos Estados Financieros, dentro de los cuales constan de manera primordial, la tasa de interés anual, el reparto de utilidades de los empleados, el impuesto a la renta, el porcentaje de reserva legal sobre las utilidades y el porcentaje de reparto de las utilidades para los accionistas de la empresa. Lo mencionado anteriormente se lo puede apreciar en la tabla de a continuación.

Tabla 57: Parámetros Económicos del Proyecto

Parámetros económicos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Tasa de interés anual, %	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2
Reparto utilidades empleados, %	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Impuesto a la renta, %	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Reserva legal sobre utilidades, %	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Reparto utilidades accionistas	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 58 se puede apreciar que el costo de ventas representa el 67% de las ventas en el año 1. Con respecto al margen bruto, éste representa el 33% de las ventas en el año 1 y para el resto de los años; dentro de este margen no se ha tomado en cuenta otro tipo de costos, como los fijos o los bancarios. En el análisis de la parte operacional de la empresa, es decir, la parte que se encuentra ligada directamente con las actividades de la misma, se puede apreciar una utilidad operacional que representa -2% de las ventas en el año 1, puesto que los gastos que se toman en consideración son mayores a los ingresos de ese año. En éste, los gastos operacionales representan el 35% de las ventas, pero van disminuyendo considerablemente con el paso del tiempo, ya que el ingreso por las ventas crece aún más; y es por esa razón que para el año siguiente, esta utilidad operacional cambia al arrojar un resultado del 17% sobre las ventas, aumentando en un 1% más para los años 3, 4, 5, 6 y 7 y estableciéndose en un 22% para el resto.

La utilidad antes de la participación, conformada por los gastos originados por la adquisición de la deuda con la cooperativa, y la utilidad antes del impuesto a la renta representan un -7% sobre las ventas en el primer año, pero que al igual que las demás, se volverá positiva e incrementa para los años siguientes. Finalmente, la utilidad neta, en el primer año, refleja una pérdida de \$68,705 representado un -7% sobre las ventas generadas en ese año, pero que a partir del segundo año incrementa a un 10%; Esta utilidad se empieza a repartir a los socios a partir del segundo año, luego de las reservas legales, ya que en el primer año se presentaron pérdidas. La tasa de retención de utilidades no distribuidas por los socios en el primer año de operación de la empresa es de -7% sobre las ventas, es decir no se presenta ninguna retención debido a la pérdida de ese año; pero a partir del segundo año, la tasa de retención oscila entre el 4% y 6% sobre las ventas hasta el año 10, porcentajes que en valores se encuentran entre \$86,860 y \$182,148.; cubriendo la pérdida que se presenta en el primer año.

Tabla 58: Estado de Resultados Projectado

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
VENTAS										
Ventas	\$ 922.338	\$ 1.986.573	\$ 2.128.472	\$ 2.270.370	\$ 2.412.268	\$ 2.554.166	\$ 2.696.064	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962
TOTAL VENTAS	\$ 922.338	\$ 1.986.573	\$ 2.128.472	\$ 2.270.370	\$ 2.412.268	\$ 2.554.166	\$ 2.696.064	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962	\$ 2.837.962
COSTO VENTAS										
Costos producción	\$ 614.892	\$ 1.324.382	\$ 1.418.981	\$ 1.513.580	\$ 1.608.179	\$ 1.702.777	\$ 1.797.376	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975
TOTAL COSTO VENTAS	\$ 614.892	\$ 1.324.382	\$ 1.418.981	\$ 1.513.580	\$ 1.608.179	\$ 1.702.777	\$ 1.797.376	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975	\$ 1.891.975
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS										
Utilidad bruta	\$ 307.446	\$ 662.191	\$ 709.491	\$ 756.790	\$ 804.089	\$ 851.389	\$ 898.688	\$ 945.987	\$ 945.987	\$ 945.987
TOTAL UTILIDAD BRUTA	\$ 307.446	\$ 662.191	\$ 709.491	\$ 756.790	\$ 804.089	\$ 851.389	\$ 898.688	\$ 945.987	\$ 945.987	\$ 945.987
Gastos administrativos	\$ 187.467	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 183.993	\$ 185.797	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 183.993	\$ 184.333	\$ 185.797
Gastos de ventas	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932	\$ 40.932
Gastos indirectos de fabricación	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120	\$ 27.120
Otros gastos	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138	\$ 66.138
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (14.211)	\$ 344.009	\$ 390.968	\$ 438.607	\$ 484.102	\$ 533.206	\$ 580.165	\$ 627.805	\$ 627.465	\$ 626.001
Gastos financieros	\$ 41.387	\$ 36.644	\$ 26.298	\$ 15.951	\$ 5.604	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 11.860	\$ 11.860	\$ 11.860	\$ 11.113	\$ 11.113	\$ 11.113	\$ 11.113	\$ 11.113	\$ 11.113	\$ 11.113
Amortización de diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ 1.248	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.368
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	\$ (68.705)	\$ 291.136	\$ 348.442	\$ 407.175	\$ 463.017	\$ 517.725	\$ 564.684	\$ 612.324	\$ 611.983	\$ 610.519
Participación empleados	\$ -	\$ 43.670	\$ 52.266	\$ 61.076	\$ 69.453	\$ 77.659	\$ 84.703	\$ 91.849	\$ 91.798	\$ 91.578
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	\$ (68.705)	\$ 247.466	\$ 296.176	\$ 346.099	\$ 393.564	\$ 440.066	\$ 479.981	\$ 520.475	\$ 520.186	\$ 518.942
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 54.442	\$ 65.159	\$ 76.142	\$ 86.584	\$ 96.815	\$ 105.596	\$ 114.505	\$ 114.441	\$ 114.167
UTILIDAD NETA	\$ (68.705)	\$ 193.023	\$ 231.017	\$ 269.957	\$ 306.980	\$ 343.252	\$ 374.386	\$ 405.971	\$ 405.745	\$ 404.774
UTILIDAD ACUMULADA	\$ (68.705)	\$ 124.318	\$ 355.335	\$ 625.292	\$ 932.272	\$ 1.275.524	\$ 1.649.909	\$ 2.055.880	\$ 2.461.625	\$ 2.866.400
Reserva Legal	\$ -	\$ 19.302	\$ 23.102	\$ 26.996	\$ 30.698	\$ 34.325	\$ 37.439	\$ 40.597	\$ 40.575	\$ 40.477
Dividendos	\$ -	\$ 86.860	\$ 103.958	\$ 121.481	\$ 138.141	\$ 154.463	\$ 168.473	\$ 182.687	\$ 182.585	\$ 182.148
Utilidades Retenidas	\$ (68.705)	\$ 86.860	\$ 103.958	\$ 121.481	\$ 138.141	\$ 154.463	\$ 168.473	\$ 182.687	\$ 182.585	\$ 182.148

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59: Balance General del Proyecto

BALANCE GENERAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activos Corrientes										
Caja y bancos	\$ 65.027	\$ 273.823	\$ 354.951	\$ 457.657	\$ 578.887	\$ 811.728	\$ 1.056.769	\$ 1.319.615	\$ 1.553.671	\$ 1.786.479
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios	\$ 23.650	\$ 25.469	\$ 27.288	\$ 29.107	\$ 30.927	\$ 32.746	\$ 34.565	\$ 36.384	\$ 36.384	\$ 36.384
Productos terminados	\$ 23.650	\$ 25.469	\$ 27.288	\$ 29.107	\$ 30.927	\$ 32.746	\$ 34.565	\$ 36.384	\$ 36.384	\$ 36.384
Materias primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Materiales y suministros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Corrientes	\$ 88.676	\$ 299.292	\$ 382.239	\$ 486.764	\$ 609.814	\$ 844.474	\$ 1.091.334	\$ 1.355.999	\$ 1.590.055	\$ 1.822.864
Activos Fijos										
Terreno	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
Obras Civiles	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125	\$ 178.125
Equipos y Accesorios	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876	\$ 45.876
Muebles de Oficina	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349	\$ 6.349
Equipos de Computación	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490	\$ 2.490
Depreciación acumulada	\$ 11.860	\$ 23.720	\$ 35.579	\$ 46.692	\$ 57.805	\$ 68.918	\$ 80.030	\$ 91.143	\$ 102.256	\$ 113.369
Total Activos Fijos Netos	\$ 340.981	\$ 329.121	\$ 317.261	\$ 306.148	\$ 295.035	\$ 283.923	\$ 272.810	\$ 261.697	\$ 250.584	\$ 239.472
Activos Diferidos										
Indirectos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 429.657	\$ 628.412	\$ 699.500	\$ 792.912	\$ 904.849	\$ 1.128.397	\$ 1.364.144	\$ 1.617.696	\$ 1.840.639	\$ 2.062.335
Pasivos Corrientes										
Obligaciones a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porción corriente de L/P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 54.442	\$ 65.159	\$ 76.142	\$ 86.584	\$ 96.815	\$ 105.596	\$ 114.505	\$ 114.441	\$ 114.167
Part. a trabajadores por pagar	\$ -	\$ 43.670	\$ 52.266	\$ 61.076	\$ 69.453	\$ 77.659	\$ 84.703	\$ 91.849	\$ 91.798	\$ 91.578
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 98.113	\$ 117.425	\$ 137.218	\$ 156.037	\$ 174.473	\$ 190.299	\$ 206.353	\$ 206.238	\$ 205.745
Financiamiento Terceros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo de largo plazo	\$ 369.523	\$ 277.142	\$ 184.762	\$ 92.381	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos Largo Plazo	\$ 369.523	\$ 277.142	\$ 184.762	\$ 92.381	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 369.523	\$ 375.255	\$ 302.186	\$ 229.599	\$ 156.037	\$ 174.473	\$ 190.299	\$ 206.353	\$ 206.238	\$ 205.745
PATRIMONIO										
Capital pagado	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839	\$ 128.839
Dividendos declarados	\$ -	\$ 86.860	\$ 103.958	\$ 121.481	\$ 138.141	\$ 154.463	\$ 168.473	\$ 182.687	\$ 182.585	\$ 182.148
Reserva legal (10%)	\$ -	\$ 19.302	\$ 42.404	\$ 69.400	\$ 100.098	\$ 134.423	\$ 171.861	\$ 212.459	\$ 253.033	\$ 293.510
Utilidad (pérdida) del periodo	\$ (68.705)	\$ 86.860	\$ 103.958	\$ 121.481	\$ 138.141	\$ 154.463	\$ 168.473	\$ 182.687	\$ 182.585	\$ 182.148
Utilidad (pérdida) acumulada	\$ -	\$ (68.705)	\$ 18.155	\$ 122.113	\$ 243.593	\$ 381.735	\$ 536.198	\$ 704.671	\$ 887.358	\$ 1.069.943
TOTAL PATRIMONIO	\$ 60.134	\$ 253.157	\$ 397.314	\$ 563.313	\$ 748.813	\$ 953.923	\$ 1.173.846	\$ 1.411.343	\$ 1.634.401	\$ 1.856.590
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 429.657	\$ 628.412	\$ 699.500	\$ 792.912	\$ 904.849	\$ 1.128.397	\$ 1.364.144	\$ 1.617.696	\$ 1.840.639	\$ 2.062.335

Fuente: Elaboración Propia

5.4.2. Balance general proyectado

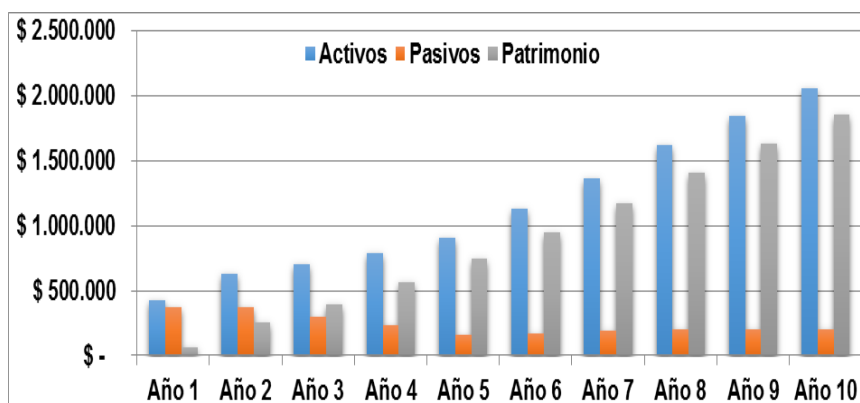


Ilustración 51: Gráfico de la evolución del Balance General

Fuente: Elaboración Propia

El análisis del balance general de la tabla 59, refleja que durante el primer año de puesta en marcha de la empresa, los activos corrientes representan el 21% del total de los activos, contrariamente de los activos fijos que contiene la mayor parte del total de los activos con el 71% debido a las inversiones realizadas. Para el resto de los años, el porcentaje de los activos corrientes crece desde 48% hasta el 88%, contrariamente de los activos fijos que decrecen entre el 52% hasta el 12% sobre el total de los activos, ya para el resto de los años no se planea realizar más inversiones, acumulando saldo en la caja de la empresa. Para este caso, la empresa no contará con activos diferidos, por tal motivo su saldo será de \$0.

En la parte de los pasivos, durante el primer año, el total de pasivos corrientes es de \$0, pero para el resto de los años estas obligaciones van aumentando, mostrando un valor en el segundo año de \$98,113 que es el 26% sobre el total de los pasivos. A partir del tercer año hasta el décimo año, se proyecta un crecimiento de los pasivos corrientes del 39% al 100%, y éste último porcentaje representaría el total de los pasivos, debido a que el nivel de endeudamiento (pasivos a largo plazo) van disminuyendo del 100% constituyendo el total de los pasivos en el año uno al 0% en el quinto año que es cuando la deuda termina.

Finalmente, dentro del patrimonio, en el primer año no se presenta una utilidad acumulada puesto que existe una pérdida para la empresa, cambiando la situación para años posteriores ya que ese saldo se vuelve positivo, ya que aumenta la utilidad acumulada y esto hace que el porcentaje del patrimonio sobre el total del pasivo y patrimonio incremente desde el primer año con un 14% hasta el décimo año con 90%.

5.5. Evaluación del negocio

5.5.1. Liquidez

Los índices financieros de liquidez se presentan de manera positiva, indicando que por cada dólar que se encuentra en el pasivo circulante la empresa cuenta con \$8,86 de activo circulante para poder cubrir las actividades a corto plazo. Para el cálculo del ratio de prueba rápida al restarle las existencias el valor disminuye tenuemente a \$8,68

Tabla 60: Ratio de liquidez

Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Circulante	-	3,05	3,26	3,55	3,91	4,84	5,73	6,57	7,71	8,86
Prueba rápida	-	2,79	3,02	3,34	3,71	4,65	5,55	6,39	7,53	8,68

Fuente: Elaboración Propia

5.5.2. Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA)

En lo concerniente a los indicadores de retorno se puede determinar un aumento significativo en el año dos y tres en lo que corresponde al Retorno sobre el Patrimonio dado a que en estos años el proyecto consigue llegar al rendimiento tope y el proyecto está libre del pago del impuesto a la renta alcanzando un ROE de 76% y 58% para los años antes mencionados. Referente al Valor Actual Neto del presente proyecto, este es de \$1.495.157 con una TIR de 41,8%, se tomó una tasa de descuento de 10.41%. La tasa de descuento fue determinada a través del Modelo de Valoración de Activos Financieros CAPM, donde luego se procedió a calcular el WACC para el que se tomó en cuenta el nivel de riesgo país y la tasa libre de riesgo que proviene de los bonos del tesoro de Estado Unidos del periodo 2006–2015. El beta que es el que representa el riesgo sistemático se encuentra multiplicando la prima de riesgo, la cual está conformada por el rendimiento del mercado y la tasa libre de riesgo. Esto significa que los inversionistas van a solicitar un mínimo del 41,8% de retorno sobre la inversión realizada dado el costo de oportunidad.

Tabla 61: Ratios de evaluación de rentabilidad

Rentabilidad /Evaluación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ROE	-114%	76%	58%	48%	41%	36%	32%	29%	25%	22%
ROA	-16%	31%	33%	34%	34%	30%	27%	25%	22%	20%
VAN (10.41%)	1.495.157									
TIR	41,8%									

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62: Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital

$$WACC = K_O = (W_d * K_d(1 - T)) + (W_S * K_S) = 10,41\%$$

T = 33,7%	
W_d = 74%	
K_d = 11,2%	
W_S = 26%	
K_S = R_F + (E_M - R_F)β + Riesgo País	
K_S =	18,92%
R_F =	4,71%
E_M =	7,25%
β =	2,14
RP =	8,77%

Fuente: Elaboración propia

5.5.3. Eficiencia

En lo que respecta a los índices de eficiencia, se puede determinar que los inventarios de productos terminados presentan una rotación de 52 veces en el año, lo que muestra que el inventario tiene un tiempo de permanencia dentro de bodega de 7 días. En los que corresponde a cuentas por cobrar por el momento la empresa no maneja cuentas por cobrar dado a que trabajo con ventas al contado y cartas de crédito.

Tabla 63: Ratios de eficiencia

Administración de Activos	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
Rotación del Inventario	26	52	52	52	52	52	52	52	52	52

Fuente: Elaboración propia

5.5.4. Rotación

En lo que corresponde a la evaluación para la administración y gestión de los activos que posee la empresa, se puede determinar que existe una optimización del uso que se le están dando a los recursos que tiene la empresa. Para la rotación de activos fijos, se ve una tendencia que va aumentando al paso de los años, tanto que al año diez indica que por cada dólar que ha sido invertido en activos existen \$11,85 en ventas.

Tabla 64: Rotación de Activos

Administración de Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Rotación de los Activos Fijos	2,70	6,04	6,71	7,42	8,18	9,00	9,88	10,84	11,33	11,85
Rotación de los Activos Totales	2,15	3,16	3,04	2,86	2,67	2,26	1,98	1,75	1,54	1,38

Fuente: Elaboración propia

5.5.5. Apalancamiento

Referente a la administración de la deuda, se puede observar que existe una disminución en los indicadores, lo que quiere decir que en el primer año el 86% de los activos que posee la empresa se encuentran financiados con deuda, en los siguientes años continúan decreciendo como es en el año cinco donde el indicador se encuentra en el 17%, en el años diez el 10% de los activos todavía se siguen financiando con la deuda. En lo que corresponde a la relación deuda con patrimonio también se aprecia un decrecimiento ya que en el año uno por cada dólar que existe en el patrimonio había \$6,15 de deuda, en el año cinco éste sigue disminuyendo a 0,11 centavos de deuda por cada dólar que posee el patrimonio. Así mismo para la rotación del interés pagado que va presentando una mejora a medida que el negocio ha sido puesto en marcha.

Se puede determinar que el proyecto para la elaboración de rambután deshidratado y su exportación es rentable, pero es importante tener en cuenta que para la inversión inicial y el periodo pre operativo es necesario del endeudamiento para que este proyecto puede ser puesto en marcha, pero con la correcta administración de la deuda esta será de gran ayuda para el proyecto de inversión.

Tabla 65: Ratios de administración de deudas

Administración de Deudas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Razón de Endeudamiento	86%	60%	43%	29%	17%	15%	14%	13%	11%	10%
Relación Deuda / Patrimonio	6,15	1,48	0,76	0,41	0,21	0,18	0,16	0,15	0,13	0,11
Rotación del Interés Pagado	(2,66)	6,94	12,25	24,53	81,62	-	-	-	0	0

Fuente: Elaboración propia

5.5.6. Punto de equilibrio

En las siguientes ilustraciones se mostrará el punto de equilibrio del trabajo de investigación, en donde se ha tomado en consideración dos variables para su desarrollo, entre estas se encuentran el rendimiento mínimo que el proyecto requiere para que éste no presente pérdidas y solvente todos los gastos que intervienen en éste; y la cantidad de unidades en equilibrio o que necesitan ser vendidas para que el proyecto no genere alguna pérdida y para poder saber que éste marcha correctamente.

Esta valoración se la realizó para los 10 años de proyección del proyecto. La primera ilustración indica el rendimiento mínimo necesario para que no se generen pérdidas. Los valores oscilan entre los \$900,000, mostrando que en el primer año es dónde más elevado deberá ser el rendimiento generado, ya que el tiempo de producción/venta es menor que el del resto de los años.

Además, en este gráfico se aprecia las ventas en dólares que ya se habían proyectado, con el fin de que exista un contraste entre lo que es necesario y lo que se ha proyectado. Dentro de este gráfico se puede identificar una pérdida no tan significativa para el primer año de la empresa, ya que las ventas proyectadas están por debajo del equilibrio, pero que al pasar de los años tendrán un crecimiento significativo logrando sobrepasar las ventas en equilibrio.

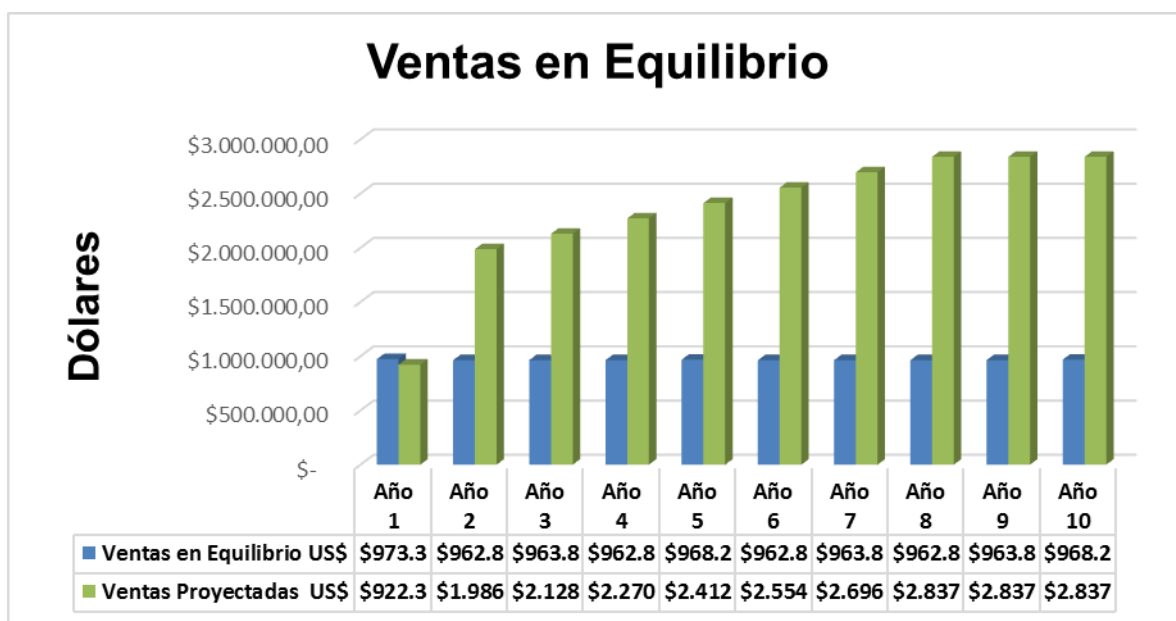


Ilustración 52: Ventas en equilibrio del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

La siguiente Ilustración 53 muestra que entre 415,000 a 417,000 es la cantidad de bolsas por unidad mínimas, que la empresa debe vender para poder cubrir con todos sus costos y gastos, y para que este proyecto no presente pérdidas, como ya se lo había mencionado con anterioridad. También se presentan las cantidades de bolsas para la venta proyectadas.

Por lo consiguiente, se puede observar que durante el primer año, la cantidad de bolsas proyectadas no será la suficiente para poder generar ganancias a la empresa ya que no cubre con lo requerido por el equilibrio, pero a partir del segundo año, se puede observar una cantidad de bolsas proyectadas para la venta muy superior que las cantidades en equilibrio, cumpliendo así con las metas de la empresa la cual busca generar ingresos.

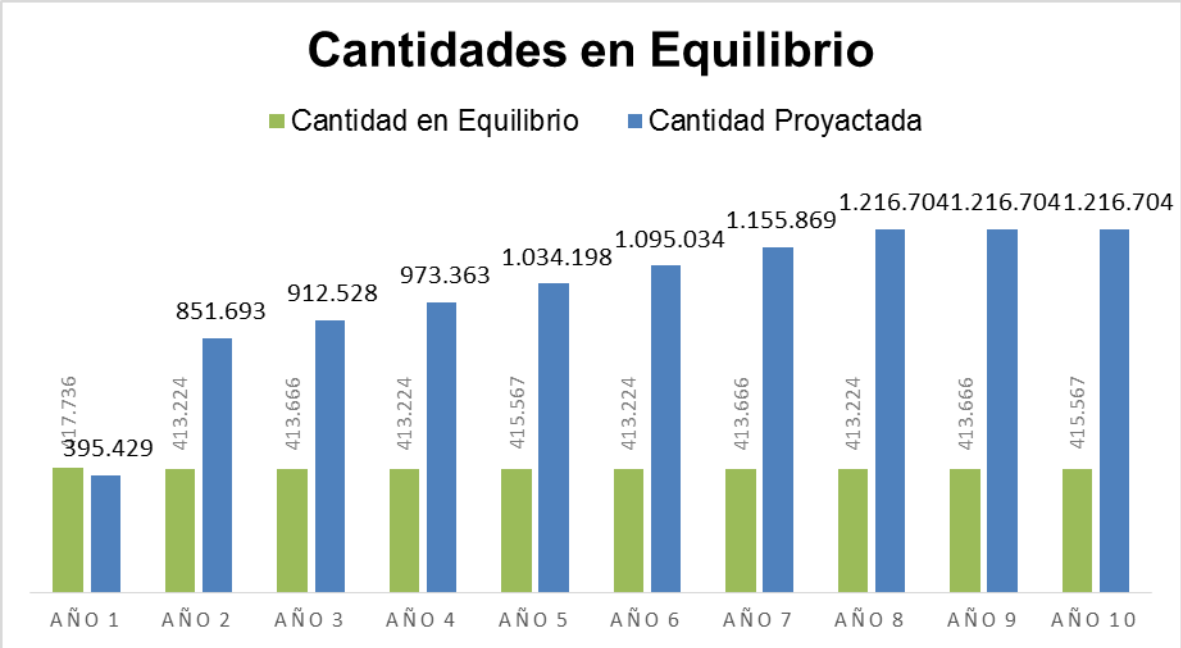


Ilustración 53: Cantidad de bolsas en equilibrio del proyecto
Fuente: Elaboración Propia

5.5.7. Periodo de Recuperación

El tiempo de recuperación que tendrá el proyecto será de 2 años 9 meses, tiempo considerablemente prudente para poder recuperar la inversión, y que este proyecto presente mejores resultados para la empresa. En la siguiente ilustración se mostrará la gráfica lineal del tiempo ya tratado.

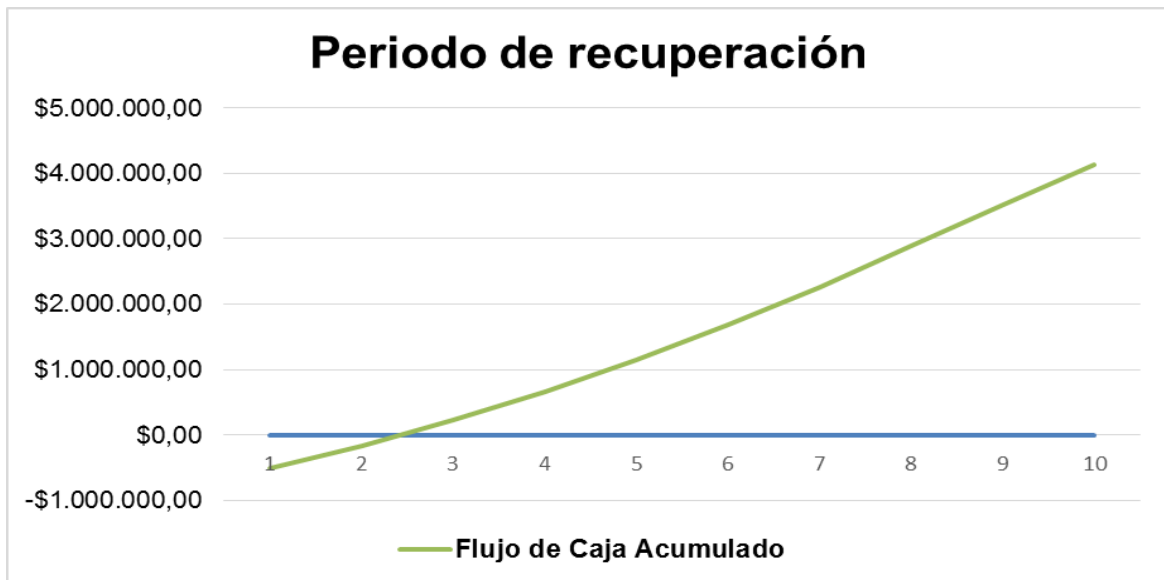


Ilustración 54: Periodo de recuperación del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

5.5.8. Relación Costo-Beneficio

Para el cálculo de la relación costo-beneficio, se tomó en consideración el flujo neto anual que se genera sobre la inversión realizada de la empresa. Los resultados de este cálculo arrojaron que, por cada dólar invertido, la empresa generará \$4 de flujo; lo que quiere decir que los beneficios que crea este proyecto superan a los costos, logrando así que la empresa presente rentabilidad y determinando que el proyecto es viable realizarlo.

5.5.9. Análisis de Sensibilidad

En el presente proyecto de investigación se han desarrollado escenarios necesarios para evidenciar la sensibilidad que puede presentar el mismo. Estos escenarios están basados en los posibles cambios, ya sean por factores internos o externos, que puedan afectar de manera significativa en su viabilidad. Entre estos factores se encuentran: el cambio de la tendencia de consumo de las frutas deshidratadas por parte del comprador canadiense, la inflación, la situación económica del país, la tasa de crecimiento de la producción industrial, la entrada de nuevos competidores, entre otros factores mencionados en el FODA de este trabajo. Los escenarios que se tratarán a continuación tendrán un enfoque optimista y pesimista, con el fin de conocer la situación por la que atravesaría el proyecto ante estos casos.

En la Tabla 66, se muestra al escenario pesimista con un precio promedio anual de \$2,05 por cada bolsa de 70gr de rambután deshidratado, este precio está dado en función al margen de utilidad (32%), que en este caso, requiere la empresa. En lo que respecta al VAN y la TIR fueron de \$301,762 y 16,8% respectivamente. Aunque el escenario que se presenta, es pesimista, el proyecto se encuentra aún en condiciones de llevarse a cabo, aunque su tiempo de recuperación sea mayor, y el porcentaje de cumplimiento de ventas que se da por año, sea menor.

Tabla 66: Escenario Pesimista

ESCENARIO PESIMISTA										
PRECIO PROMEDIO ANUAL										
\$2,05										
FLUJO NETO ANUAL										
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$ (498.362)	\$ (140.027)	\$ 67.774	\$ 84.132	\$ 100.689	\$ 116.076	\$ 135.453	\$ 155.298	\$ 175.593	\$ 195.438	\$ 964.454
VAN: 301,762										
TIR: 16,8%										
PERIODO DE RECUPERACIÓN: 8,78 AÑOS										

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 67 se detalla el escenario optimista, el cual presenta un precio promedio anual de \$2,57 dado por el aumento del margen de utilidad (65%) que la empresa desea ganar en esta ocasión, ya que el nivel de consumo de frutos deshidratados cuenta con una tendencia elevada, permitiendo a la empresa incrementar sus ventas.

En este caso, el VAN fue de \$2'398.285 y la TIR DE 59.8%, siendo mucho más rentable que los escenarios anteriores, porque permitirá a la empresa recuperarse en un tiempo menor. A diferencia del escenario pesimista, el flujo de este escenario presenta un flujo positivo para la empresa, desde el primer año de puesta en marcha.

Tabla 67: Escenario Optimista

ESCENARIO OPTIMISTA										
PRECIO PROMEDIO ANUAL										
\$2,57										
FLUJO NETO ANUAL										
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$ (498.362)	\$ 70.094	\$ 377.606	\$ 414.660	\$ 451.915	\$ 487.999	\$ 528.074	\$ 568.616	\$ 609.609	\$ 609.383	\$ 1.378.399
VAN: \$2'398.285										
TIR: 59,8%										
PERIODO DE RECUPERACIÓN: 2,12 AÑOS										

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, en ambos casos, el proyecto, a pesar de la disminución del precio, es factible realizarlo ya que goza de una rentabilidad financiera generando valor agregado y un gran impacto económico dentro de las exportaciones del país.

Aunque el proyecto, en general, se encuentre basado en un escenario conservador, fue necesario realizar el cálculo de un tercer escenario apegado a la inflación que influye tanto en el costo unitario del producto, los gastos de la empresa y por ende, el precio del producto final al exportar. La inflación para el año 1 al año 10, es de 3,96% el cual representa un promedio de la inflación de los años 2014 y 2015 presentadas por el Banco Central del Ecuador. Es importante señalar que el escenario conservador- inflacionista continua siendo rentable, con una TIR del 42,9%. Los resultados de este escenario puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 68: Escenario Inflacionista

ESCENARIO INFLACIONISTA										
PRECIO PROMEDIO ANUAL										
\$2,42										
FLUJO NETO ANUAL										
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$ (498.362)	\$ (14.774)	\$ 254.928	\$ 283.808	\$ 312.905	\$ 340.776	\$ 372.732	\$ 405.099	\$ 437.935	\$ 437.700	\$ 1.206.678
VAN: \$1'560.847										
TIR: 42,9%										
PERIODO DE RECUPERACIÓN: 2,91 AÑOS										

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, en la siguiente tabla se presentan los tres escenarios del proyecto: optimista, pesimista e inflacionista, con el fin de demostrar que es un proyecto rentable y que a pesar de ciertos factores que pueden afectarlo, este proyecto se logra mantener por sí sólo, sin necesidad de volver a adquirir una nueva deuda con terceros.

Tabla 69: Análisis de Sensibilidad

ESCENARIO INFLACIONISTA	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA
PRECIO PROMEDIO ANUAL	PRECIO PROMEDIO ANUAL	PRECIO PROMEDIO ANUAL
\$2,42	\$2,57	\$2,05
VAN: \$1'560.847	VAN: \$2'398.285	VAN: \$301,762
TIR: 42,9%	TIR: 59,8%	TIR: 16,8%

Fuente: Elaboración Propia

5.5.10. Evaluación Económica del Proyecto

Tabla 70: Evaluación Económica del Proyecto

	<u>Año 0</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Activos Fijos	\$ (352.840)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fomento/Capital de trabajo	\$ (145.522)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activo Diferido		\$ -	\$ -								
Participación utilidades empleados		\$ -	\$ (43.670)	\$ (52.266)	\$ (61.076)	\$ (69.453)	\$ (77.659)	\$ (84.703)	\$ (91.849)	\$ (91.798)	\$ (91.578)
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ (54.442)	\$ (65.159)	\$ (76.142)	\$ (86.584)	\$ (96.815)	\$ (105.596)	\$ (114.505)	\$ (114.441)	\$ (114.167)
Flujo operacional		\$ (14.211)	\$ 344.009	\$ 390.968	\$ 438.607	\$ 484.102	\$ 533.206	\$ 580.165	\$ 627.805	\$ 627.465	\$ 626.001
Valor de recuperación		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 384.994
Inversión Activos Fijos											\$ 239.472
Inversión Capital de Trabajo											\$ 145.522
Flujo neto anual	\$ (498.362)	\$ (14.211)	\$ 245.896	\$ 273.543	\$ 301.389	\$ 328.066	\$ 358.733	\$ 389.867	\$ 421.452	\$ 421.226	\$ 1.190.243

Tasa de Descuento	10,41%
VAN	1.495.157
TIR	41,8%

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Dentro del presente proyecto de investigación se evaluó la factibilidad técnica, comercial y financiera para la producción del rambután como fruto deshidratado y poder exportarlo hacia el mercado de Canadá. Por lo consiguiente se ha pasado a plantear las siguientes conclusiones desarrolladas en base a dar respuestas a las preguntas de investigación de este trabajo, como también, a cumplir con lo dispuesto en los objetivos específicos detallados anteriormente. Los resultados que se obtuvieron de la presente evaluación son:

a) El modelo de negocios que se ha planteado para el proyecto se basa en buscar una fruta no tradicional para su transformación, producción y exportación con un valor agregado, que en este caso fue la deshidratación, hacia el mercado canadiense.

b) A través del estudio realizado al mercado demandante y al mercado ofertante del rambután como fruta fresca y deshidratada; se pudo concluir que la situación es muy favorecedora para la exportación de rambután deshidratado ya que es un producto de calidad, atractivo, saludable y cumplen con las características requeridas por el consumidor canadiense. El consumo canadiense presenta una tendencia a la alza para años posteriores, respondiendo a la primera pregunta de investigación planteada en este trabajo. En lo que respecta al mercado ofertante, se determinó que la mayor parte de la producción mundial del rambután se encuentra en el continente asiático, y el resto de esta producción en los países de Centroamérica. Además, Taiwán, ya se encuentra exportando rambután con un valor agregado (liofilizado), pero los factores de distancia hacen que el precio de su producto sea más elevado, dejando las puertas abiertas para que otros países, cercanos a Canadá, puedan adentrarse a este mercado.

c) Para el proceso de producción de rambután deshidratado se fijaron 8 pasos. La exportación será a través de la vía marítima. Se determinó también las épocas de compra del rambután de manera local (enero a mayo) e importado (junio a diciembre). Dentro del país de destino, específicamente en la provincia de Montreal

(Quebec), se realizará negociaciones con Metro Inc. quien desarrollará el papel de bróker/distribuidor y será el encargado de poner dicho producto en las manos del consumidor final; las negociaciones que se manejen con esta entidad se registrarán bajo el término FOB. Finalmente, se acordó que el número de exportaciones de rambután deshidratado, serán de 48 al año, con una cantidad de 25.384 empaques en una presentación 70 gr. por cada exportación.

d) Por medio de la evaluación económica-financiera del proyecto, se estableció una inversión requerida de \$498.362,29 para llevar a cabo el mismo. Un precio de exportación por empaque de \$2,33; un VAN de \$1'495.157 y una TIR de 41,8%, respondiendo también a la segunda pregunta de investigación, ya que se comprueba que, a través del uso de los recursos financieros, este proyecto es rentable. De igual manera, aporta grandes beneficios para el Ecuador, ya que éste provoca la generación de divisas y empleo.

Finalmente se establece que el proyecto es viable como modelo para la transformación, producción y exportación de una fruta no tradicional con valor agregado, ayudando a que el país entre a nuevos mercados con el fin generar nuevas oportunidades de negociación y contribuir con el cambio de la matriz productiva.

Recomendaciones:

Para el presente proyecto se presentan las siguientes recomendaciones:

Estimular la transformación de frutos frescos típicos del país y que son apetecidos en el mercado extranjero en frutos deshidratados creando un valor agregado que permite ser competitivo en los distintos países y de esta forma se están generando nuevas plazas de empleo, como también se apoya a la producción nacional y se forman cambios en la matriz productiva del país.

Así también, se debería presentar un mayor apoyo al consorcio ECUA-DEHYD, conformado por pequeñas y medianas empresas, para fomentar tanto la producción de frutos deshidratados como su exportación.

Elaborar un análisis concerniente a las nuevas variedades de cultivos de acodo de rambután realizado por el INIAP y estudiar sus resultados con el objetivo que

exista una mayor producción de la fruta en el país y los niveles de importación de materia prima disminuyan dando mayor oportunidad a los productores de rambután en el Ecuador.

Además, se deberían realizar campañas para dar a conocer mayor información para el cultivo de rambután en el país, ya que es un fruto del cual se pueden obtener beneficios al ser comercializado fuera del país, pero también se debe presentar los beneficios de su consumo y aumentar el mismo a nivel nacional.

Agregar dentro del proceso de control de calidad del producto el análisis del perfil sensorial para que de este modo la empresa pueda conocer, regular e inspeccionar este aspecto que es muy importante para determinar la aceptación de la calidad del rambután que se estará produciendo. De la mano con ello es necesaria la capacitación del analista de control de calidad en evaluación del perfil sensorial dicha capacitación podría darse mediante una instrucción técnica en la estación del INIAP Pichilingue.

REFERENCIAS

- 50Minutos.es. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Cómo aportar valor añadido a su negocio y optimizar su ventaja competitiva*. 50MINUTOS.ES.
- AHPERAMBUTAN. (2006). *El Rambután y su Auge en la Región Centroamericana*. La Masica, Atlántida: El Comité Editor.
- Álvarez, V. (2013). *Evaluación del potencial nutraceutico de siete variedades de rambután (Nephellium lappaceum) cultivadas en Costa Rica, como fuente potencial de antioxidantes*. Heredia.
- Amazon. (8 de Junio de 2016). *Amazon*. Obtenido de https://www.amazon.com/Melissas-Fresh-Rambutans-2-lb/dp/B000158YDY/189-7045840-6020565?ie=UTF8&*Version*=1&*entries*=0
- Arias, M., & Calvo, I. (2014). *El Cultivo de Rambután o Mamón Chino*. Recuperado de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00353.pdf>
- Asociación Guatemalteca de Exportadores. (s.f.). *Rambután/Ficha/45/UE*. Recuperado de <http://portaldace.mineco.gob.gt/sites/default/files/unidades/oportunidades/Fichas%20T%C3%A9cnicas/Fichas%20T%C3%A9cnicas%20-%20Productos%20de%20Inter%C3%A9s%20para%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea%202008/Ficha45%20-%20Rambut%C3%A1n.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Reporte de coyuntura sector agropecuario*. Recuperado de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201404.pdf>
- Bautista, M. (9 de Julio de 2015). *Entiemporealmx.com*. Obtenido de <http://entiemporealmx.com/se-desploma-el-precio-de-rambutan-de-exportacion/>
- Blanco A. (2013). *El mercado de la alimentación en Canadá Diciembre 2013*. Recuperado de http://www.iberglobal.com/files/canada_alimentacion.pdf
- Bengoechea, B. P. (1999). *Diccionario de Marketing*. Grupo Cultural S.A.
- Brito, A. (s.f.). *www.laformacion.com*. Obtenido de www.libroelectronico.net.:file:///C:/Users/Pamela/Downloads/pla000.pdf
- Bruzeta, A., Pérez, L., & Pérez, Y. (2010). *Evaluación financiera de un proyecto de inversión en la Empresa Nacional de Software Desoft División Las Tunas*. Obtenido de <http://eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/mms.htm>

- Cantor, J. M. (2008). *Progress in Food Engineering Research and Development*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Cantos, K., & Alvarado, G. (2015). *Plan de exportación de productos agroindustriales del Ecuador en el sector alimenticio: frutas deshidratadas hacia Berlín- Alemania*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil.
- Centro de Comercio Internacional. (2015). *Trade Map*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx
- Chávez Martínez, J. (2012). *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del Municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca*. (Tesis inédita de maestría). Instituto Tecnológico de Oaxaca, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.
- Comercio y Aduanas.com.mx . (2015). <http://www.comercioyaduanas.com.mx/>. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/110-que-es-incoterm-fob>
- Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria . (s.f.). *La Deshidratación de Frutas: Métodos y posibilidades* . Corpoica.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). *Análisis sectorial de frutas no tradicionales*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- Embajada de Canadá en Ecuador. (24 de Marzo de 2016). *Canada International*. Obtenido de http://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa
- Escribano, G. (2011). *Gestión Financiera*. Paraninfo.
- Fernández, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fernando, J., & Matejovsky, L. (15 de Septiembre de 2011). *Government of Alberta*. Obtenido de [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/sis13895/\\$file/jeewani_sna_king%20in%20canada.pdf?OpenElement](http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/sis13895/$file/jeewani_sna_king%20in%20canada.pdf?OpenElement)
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2003). *Medium-term prospects for agricultural commodities*. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/y5143e/y5143e00.pdf>
- García , A., Pérez, E., & Sandoval, L. (2014). Evaluación de la calidad sensorial de frutos tropicales deshidratados. *Rev. Fac. Agron., Supl. 1*, 719-729.

- García, C., Méndez, J., Zea, S., Calderón, D., Vela, G., & Palacios, G. (2016). Elaboración de un producto a base de la semilla de rambután. *Revista Universitaria de Difusión de Ciencias y Artes*, 01(01), 11-25.
- Germán, J. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad Contable Faces*, 7(9), 7-17.
- Gobierno de Canadá. (03 de Marzo de 2016). *Canada Border Services Agency*. Obtenido de <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/ar-da/menu-eng.html>
- Gottau, G. (29 de Noviembre de 2012). *Directo al paladar*. Obtenido de <http://www.directoalpaladar.com/salud/los-snacks-como-incluirlos-en-la-dieta-a-favor-de-la-salud>
- Grupo del Banco Mundial. (31 de Mayo de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/>
- Harvard Business Press. (2009). *Entendiendo las Finanzas*. Boston : Impact Media Comercial S.A. .
- Hidalgo, A. (4 de Abril de 2016). *Tiempo Digital*. Obtenido de <http://tiempo.hn/exportacion-de-rambutan-crecera-un-20-en-2016/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2016). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/estadisticas-por-sector/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Frutas deshidratadas y sus beneficios en el mercado canadiense*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/Bolet%C3%ADn-de-Inteligencia-Comercial-Canad%C3%A1-Ene-2014.pdf>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2016). *Guía Comercial a Canadá 2016*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/PROEC_GC2016_CANADA.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2014/Resultados_2014/2.%20Presentacion_ESPAC_2014.pdf
- Irta Group. (2015). *Irta Group*. Obtenido de <http://irtagroup.com/bolsas/doypack/>
- Jørgensen, J. J. (2008). Michael Porter's Contribution to Strategic. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 5(3), 236-238.
- Keat, P., & Young, P. (2004). *Economía de Empresa*. México: Pearson Educación.

- Knight, J., Thomas, R., Angus, B., & Case, J. (2012). *Gestión de Proyectos Rentables: Una guía confiable para mantener los proyectos dentro de lo planeado y presupuestado*. Bogotá: Carvajal Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). México: Pearson Educación.
- La Prensa. (27 de Octubre de 2014). *La Prensa*. Obtenido de <http://www.laprensa.hn/economia/762024-410/rambut%C3%A1n-hondure%C3%B1o-llega-a-estados-unidos-y-europa>
- Lam, P., & Kosiyachinda, S. (1987). *Rambutan fruit development postharvest physiology and marketing in ASEAN*. Kuala Lumpur: ASEAN Food Handling Bureau.
- Laurent, J. (27 de Noviembre de 2011). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/8488290/Agrocadena_de_rambut%C3%A1n_en_costa_rica?auto=download
- Law, C. L., Waje, S. S., Thorat, B. N., & Mujumdar, A. S. (2008). *Advances and recent developments in thermal drying for bio-origin and agricultural products* (Vol. 4). Montreal: Stewart Postharvest Solutions.
- Lira, I. S. (s.f.). *Repositorio CEPAL*. Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/33706/S8300558_es.pdf?sequence=1
- Lizarzaburu, E. R., Berggrum, L., & Quispe, J. (2012). Gestión de Riesgos Financieros. Experiencia en un banco latinoamericano. *Estudios Gerenciales*, 28(125), 96-103.
- Lledó, P. (2003). *Mas Consulting*. Obtenido de <http://www.masconsulting.com.ar/anterior/Documentos/a%20articulos%20pdf/03-03-06%20Sensibilidad%20-%20Lledo.PDF>
- Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas, Tubérculos . (2015). *inerletras.com*. Obtenido de <http://interletras.com/manualcci/index02.htm>
- Maridueña Salazar, M., Moreno Quito, M. & Villafuerte Holguín, G. (2010). *Proyecto para la exportación de rambután (achotillo) a la Comunidad Económica Europea*. (Tesis inédita de pregrado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos: Evaluación económica financiera social ambiental* (Quinta Edición ed.). Bogotá: MM Editores.
- Morton, J. F. (1987). *Fruits of Warm Climates*. Miami: Creative Resource Systems, Inc.
- NAFTANow.org. (16 de Abril de 2012). *NAFTANow.org*. Obtenido de http://www.naftanow.org/faq_en.asp#faq-1
- Nieto, C. (24 de Octubre de 2013). La conformación de plataformas productivas sustentable. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

- Oficina comercial del Ecuador en Toronto. (2015). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Panades, G., Núñez de Villavicencio, M., & Acosta, V. (2003). Deshidratación osmótica de guayaba a diferentes condiciones de vacío pulsante. *Revista Alimentaria*, 67-70.
- Parzanese, M. (2011). *Alimentos Argentinos*. Obtenido de http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Tecnologia/tecnologia/Ficha_06_Osmotica.pdf
- Pérez, A., & Jürgen, H. (20 de Marzo de 2013). *Agricultores Network*. Obtenido de <http://www.agriculturesnetwork.org>
- Philip, K., Paul, B., & Thomas, H. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales* (Primera ed.). Nueva Jersey: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Phillips, J. (2011). *Return on Investment in training and performance improvement*. New York: Routledge.
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. Mexico: CECSA.
- PRO ECUADOR. (2015). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/estadisticas-por-sector/>
- Quero, L. (2008). Estrategias Competitivas: Factor Clave de Desarrollo. *NEGOTIUM*, 4(10), 36-49.
- Rambutan Exotic Fruits Ecuador Cía. Ltda. (2015). *Rambutan Exotic Fruits Ecuador*. Obtenido de <http://www.rambutanfruits.com/productos/produccion.html>
- Ramírez Goyes, C. (2015). *Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Carchi.
- Sánchez, J. (2015). *Estudio de factibilidad para la exportación de cacao bajo las premisas del programa "Socio Cacao"*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Salinas, J. M., Martínez, J. G., & Sánchez, A. A. (2009). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. MCGRAW-HILL.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson.
- Siddiq, M. (2012). *Tropical and Subtropical Fruits: Postharvest Physiology, Processing and Packaging*. Ames: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Simoes, A. (2014). *The Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/can/>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker., B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Tindall, H. (1994). *Rambutan Cultivation*. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Trade Facilitation Office. (Marzo de 2014). *Exportando a Canadá*. Obtenido de Trade Facilitation Office Canada : http://www.tfocanada.ca/global/File/JANUARY_-_MARCH_2014_-SPANISH.pdf
- Vélez, I. (2010). *Decisiones de Inversión para la valoración financiera de proyectos y empresas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Vergíu, J. (2013). La cadena de valor como herramienta de gestión para una empresa de servicios. *Industrial Data*, 16(1), 017-028.
- Vilariño, C., & Rodrigo, J. (2007). Las Estrategias Competitivas: lo esencial para la Gestión Estratégica. *Ciencias Holguín [en línea]*, XIII(4), 1-13.
- Walmart. (8 de Junio de 2016). www.walmart.ca. Obtenido de <http://www.walmart.ca/search/rambutan/page-1?sortBy=newest&orderBy=ASC>
- Wiley-Blackwell. (2012). *Tropical and Subtropical Fruits: Postharvest Physiology, Processing and Packaging*. Ames: Muhammad Siddiq, PhD.
- Zák, K. (21 de Noviembre de 2014). *Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a productores de rambután

1. Descripción del rambután
2. ¿Cómo se realiza la producción del rambután?
3. ¿Cuál es el comportamiento del árbol del rambután?
4. ¿En qué ciudades se cultiva el rambután?
5. ¿Cómo es el tiempo de cosecha de la fruta?
6. ¿Cómo se realiza la venta de la cosecha?
7. ¿Cuál es el precio de venta de la cosecha del rambután?
8. ¿Quiénes son sus principales compradores?
9. ¿Cómo ve el futuro del negocio del rambután en el país?

ANEXO 2: Cotización Marítima FCL de Exportación



Av. de Las Américas
Edif. Terminal de Cargas Ecuador oficina PP-02
Tel.: (593)(4) 228-0999
www.starcargo.com.ec

Guayaquil, Junio 14 del 2016

COTIZACIÓN MARITIMA FCL DE EXPORTACION

COT-EXPO-000963

Aten.: Adriana Vera

Origen: Guayaquil, Ecuador

Destino: Montreal, Canada

Frecuencia: Semanal

REF: 20 STD/ FCL / FOB

COMM: frutas deshidratadas

POD Montreal	Ocean Freight (USD) 20' STD	VIGENCIA	T/T
Flete marítimo	USD. \$1500,00	301.06.2016	25 días aprox
OTHC	USD. \$ 165.00		
Costos Locales			
Gastos locales por BL	USD. \$ 150.00		
Gastos locales por contenedor	USD. \$ 330.00		
Porteo Contecon	USD. \$ 90.00		
Aduana DAE	USD. \$ 350.00		
Subtotal	USD. \$ 2,285.00		

- Costos no incluyen Iva.
- No incluye costos de inspección de antinarcóticos
- No incluye demoraje ni bodegaje en origen.

Beneficios adicionales

- Entrega de documentación a sus instalaciones u oficinas.

Agradezco inmensamente su amable apertura con el fin de poderle ofrecer nuestros servicios exclusivos.

Atentos saludos,

Denise Guzman
STARCARGO CIA. LTDA.

ANEXO 3: Cálculo para el cubicaje de la exportación de bolsas de rambután deshidratado en un contenedor de 20'

Bolsas			
Peso:	70gr	cm	m3
Ancho Total:	110	11	0,11
Alto Total:	170	17	0,17
Fuelle de Fondo:	70	7	0,07
			0,001309
			m3

Caja			m3
Largo	50	cm	0,5
Ancho	50	cm	0,5
Alto	60	cm	0,6
			0,15
			m3

Formula: largoxanchoxaltura			
Caja:	0,15	m3	
Bolsa:	0,001309	m3	
Total de bolsas en la caja:	115	bolsas	
			8,02
			kg

1 Contenedor de 20'						
Contenedor	33,18	m3	Peso	8,02	kg	
Caja	0,15	m3	Contenedor	21727	kg	
Total de cajas por contenedor	221	Cajas	Total peso bruto	2709	kg	
Total de bolsas por contenedor	25348	bolsas				

Anexo 4: Cotización del precio de los ingredientes del jarabe osmótico para la deshidratación del rambután



Vendo azúcar al por mayor

\$ 37

📍 Piñas , El Oro



Servicios » Otros Servicios

Ofrezco

Publicado por : Concesionario

Vendo azúcar al por mayor blanca al granel a \$36; 50 y enfundada a \$39; 75 pedido minimo de 500 sacos información al 0987718054

📍 Piñas . El Oro

☎ 0987718054

👤 Do you own this ad?

mercado libre

También puede interesarte: perfume hugo boss hombre, whisky, plancha pelo babytiss, bebe.

Volver al listado | Otras categorías > Delicatessen > Comestibles

Publicación #409294251

Ácido Cítrico

Me gusta

Nuevo 12 vendidos

U\$S 4⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Ambato, Tungurahua
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

mercado libre

También puede interesarte: old parr, cremas bellavei ecuador, perfumes, whisky,

Volver al listado | Otras categorías > Industrias y Oficinas > Otros

Publicación #40924250

Ácido Absorbico Al Por Mayor Y Menor Kg

Me gusta

Nuevo

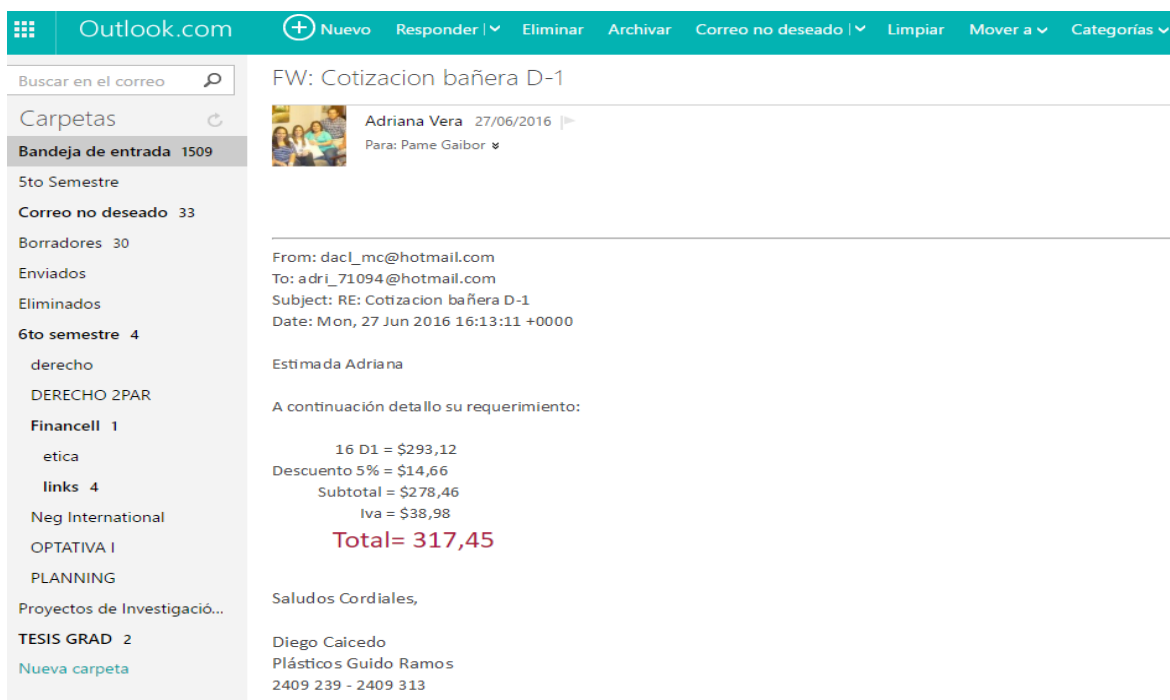
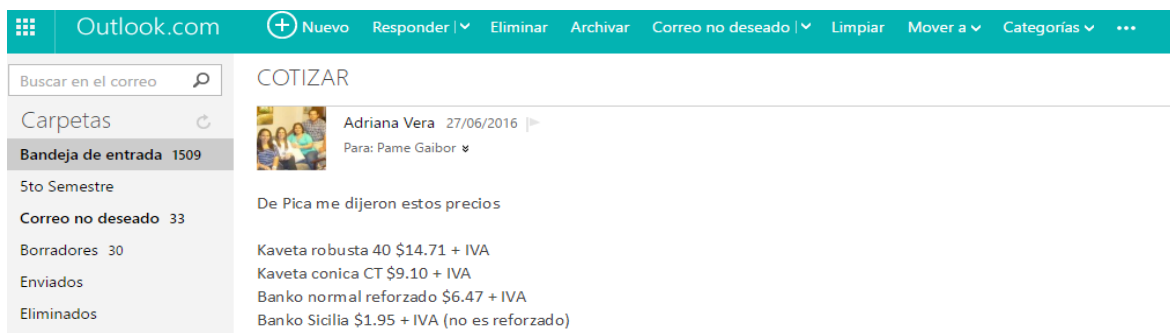
U\$S 7⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: **Comprar**

Anexo 5: Cotización de los precios de los materiales para el proceso de producción del rambután deshidratado



mercado libre GAIBORPAMELA

También puede interesarte: cocinas gas, licuadora, muebles sala quito, juegos sala.

Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles Publicación #408996601

Mesa De Trabajo En Acero Inoxidable Me gusta

Nuevo 4 vendidos

MESA DE TRABAJO
Acero Inoxidable

U\$S 350⁰⁰

Finaliza en 3 d 12 h

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: **Comprar** ♥️ 📱 💬

mercado libre GAIBORPAMELA

El artículo que querías visitar finalizó, estás viendo una nueva publicación del mismo vendedor.

Delantal Industrial Impermeable Pvc Me gusta

Nuevo 4 vendidos

U\$S 6⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar ♥️ 📱 💬

Almacenes deWAN ✉️ 📶 📱 🌐

✓ Todos nuestros precios incluyen IVA

👤 Inicie Sesión / Regístrese 🛒 Carrito vacío

Audio & Video | Tecnología | Electrohogar | Electrodomésticos | Utensilios de cocina | Hogar | Belleza | Climatización | Motorizados

brother Brateck BIONAIRE ALPINE Whirlpool Westinghouse TRAMONTINA TOSHIBA SONY SHARP

Encuentra lo mejor

Escribe lo que deseas buscar. Si prefieres escoje una marca o una categoría de tu interés.

buscar

categoría

marca

precio

- Hasta \$ 1130 (227)
- De \$ 1130 a \$ 1970 (18)
- De \$ 2440 a \$ 3370 (5)

🔍 todos los productos

Juego de Cuchillos de 14 piezas Oster

Código SKU: T-26131

♥️ 📱 📧

- Hojas de acero inoxidable
- Mangos ergonómicos



3 cuotas **\$23.90**
Precio Dewan: \$71.72

🛒 Agregar al carrito



PROFORMA

CLIENTE: SRTA. ADRIANA VERA
 FECHA: 27/6/2016
 FORMA DE PAGO: CONTADO

Equipo	Descripción del Bien		Tiempo Entrega	CANTIDAD	Precio Unitario	SUBTOTAL	IMAGEN	MARCA
Bota PVC CON puntera de acero	Bota Industrial de Seguridad 100 % Impermeable de PVC, con suela de goma, antideslizante en superficie lisa y con humedad, resistente a hidrocarburos y sus derivados, ácidos y álcalis grasas, sangre, aceites animales y vegetales y detergentes, gran resistencia al deterioro y la abrasión. Puntera de metal, Norma EN 12568	Saffety	15 DIAS	101	13,75	1.388,75		RAINFAIR
Guante de Caucho calibre 20	Guante fabricado en Latex natural espesor 20 mils. Largo 30 cm acabado en palma grafiado disponible en tallas 7, 7 1/2, 8, 8 1/2, 9	C20	Inmediata	101	1,10	111,10		Master
						SUBTOTAL	\$ 1.499,85	
						IVA 14%	\$ 209,98	
						TOTAL	\$ 1.709,83	

Descartables y Protección

¡Oferta!



Redecillas de Nylon para Cabello
~~\$32,00~~ **\$27,00** Incluye IVA

Presentación: Paquete de 100 und

Material: Nylon

Color: Negro

Diseño tipo panal de 1/16"

Lavable

Marca: IMPACT

Procedencia: USA

Ideal para la elaboración y manipulación de alimentos en restaurantes, hoteles, fabricas y laboratorios.

mercado libre

También puede interesarte: cremas bellavei ecuador, whisky johnny negro original, plancha pelo babyless, oxi part.

Volver al listado | Otras categorías > Delicatessen > Otros

Cucharon Gigante 1.5lt Restaurante Industrial

Nuevo

U\$S 10⁵⁰

Pago a acord
 Acepta depós
 Más informac

Entrega a ac
 Quito, Pichinc
 Más informac

¡Único disponible!

Comprar

mercado libre

También puede interesarte: refrigeradora durama, muebles sala quit, calefactor eléctrico, colchones.

Volver al listado | Hogar y Muebles > Otros

Manguera De Extension Automatica Magic Hose

Nuevo 13 vendidos

U\$S 15⁰⁰

Pago a acord
 Más informac

Entrega a ac
 Quito, Pichinc
 Ver costos de

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 6: Cotización de los precios de las máquinas para el proceso de producción del rambután deshidratado

mercado libre

GAIBORPAMELA

Marmita Eléctrica Industrial 250 Litros Con Agitador Nueva

Nuevo 1 vendido

U\$S 4.500⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Outlook.com

Nuevo Responder | Eliminar Archivar Correo no deseado | Limpiar Mover a | Categorías

Buscar en el correo

Carpetas

Bandeja de entrada 1509

5to Semestre

Correo no deseado 33

Borradores 30

Enviados

Eliminados

6to semestre 4

derecho

DERECHO 2PAR

Financell 1

etica

links 4

Neg International

OPTATIVA I

PLANNING

Proyectos de Investigació...

TESIS GRAD 2

Nueva carpeta

Categorías

No leídos 1548

Nueva categoría

SECADOR 4 COCHES

Atendiendo a su gentil pedido nos es grato cotizar la construcción de un deshidratador a DIESEL de bandejas para secado de frutas, hongos, granos, Plantas medicinales y otros tubérculos.

EQUIPO OFERTADO:
Un deshidratador de bandejas a DIESEL construido la parte modular en acero inoxidable y aislamiento de fibra de vidrio, el deshidratador esta construido en módulos prefabricados desarmables para ser transportado en poco espacio.
El equipo consta de las siguientes partes:

- 4 Carros porta bandejas en hierro y con ruedas giratorias.
- 72 bandejas de hierro de 70x90 cm. con malla galvanizada
- 1 medidor de temperatura digital.
- 2 puerta modulares en acero inoxidable
- 1 estructura modular para un carro porta bandejas en acero inoxidable
- 1 Ventilador eléctrico
- 1 Extractor de 1.5 HP
- 1 Quemador de DIESEL Italiano
- 1 Intercambiador de calor tipo caldera con tubos especiales de caldera y tol negro de 4 mm.
- 1 Sistema para el encendido y apagado automático con regulación de temperatura controlada.

Pernos remaches y selladores necesarios para instalar el equipo.
Bisagras, manijas, soportes, y algunos otros elementos serán fabricados en acero inoxidable para mayor durabilidad del equipo.

CARACTERISTICAS DE FUNCIONAMIENTO

- El equipo está diseñado y fabricado con un intercambiador de calor tubular tipo caldera que no contamina el aire caliente que ingresa a la cámara de secado, de esta manera la materia prima no tiene ninguna contaminación con el combustible.
- El diseño de nuestro deshidratador mantiene un bajo consumo de diesel, 16 galones por cada 24 horas de funcionamiento aproximadamente
- Nuestros equipos pueden funcionar con cualquier tipo de luz 220V. o trifásica según el tipo de luz disponible en su centro de acopio o planta.

MEDIDAS EXTERIORES DEL DESHIDRATADOR
Largo 2.20 m.
Ancho 2.20 m.
Alto 1.80 m.

VALOR DEL EQUIPO
Valor del deshidratador USD\$ 12.800
SON: Doce mil ochocientos dólares.

Anexo 7: Cotización de StarCargo para la importación del rambután fresco desde Costa Rica



Edificio Las Cámaras Torre B
Piso 8 Oficina 802
Telf.: (593) (4)371-3181
www.starcargo.com.ec

Guayaquil, Julio 20 del 2016

COTIZACIÓN MARITIMA FCL DE IMPORTACIÓN

COT-IMPO-1023-A

Atn: Adriana Vera

Puerto de embarque: Quepos, Costa Rica
Puerto de llegada: Guayaquil, Ecuador
Tiempo de transito estimado: 3 días aprox
Frecuencia: Semanal
Vigencia: Jul 31 del 2016

REF.: FCL / 1X20 Refrigerado / FOB Carga general

Concepto	Detalle Unitario	Total
Costos en Exterior		
Flete Marítimo FCL 1X20' STD	US\$ 2.500,00	US\$ 2.500,00
THC	US\$ 150,00	US\$ 150,00
TOTAL GASTO ORIGEN →		US\$ 2.650,00
Costos Locales en destino		
Gastos Naviera por contenedor	US\$ 300,00	US\$ 300,00
Gastos por BL	US\$ 100,00	US\$ 100,00
TOTAL GASTOS LOCALES →		US\$ 400,00
TOTAL ORIGEN & LOCAL →		US\$ 3.050,00

- Costos Locales no incluyen IVA. Collect fee 5% |
- Tarifa sujeta a disponibilidad de espacio y equipo.

Beneficios adicionales

- Exoneración de garantía y entrega de carta de salida (CAS).
- Estadía de 30 días libres en destino.
- Entrega de documentos originales un día antes del arribo de la nave a sus instalaciones.

Agradezco inmensamente su amable apertura con el fin de poderle ofrecer nuestros servicios exclusivos.

Atentos saludos,
Denise Guzmán
STARCARGO CIA. LTDA.

Concepto	Detalle
BODEGAJE LOCAL	\$319.82
Total	\$319.82

Cod. Principal	Cant	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
R11	1.00	COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN DE TRANSPORTE		235.00	0.00	235.00
R102	1.00	COORDINACIÓN Y DESPACHO		300.00	0.00	300.00
R159	1.00	COORDINACIÓN CUADRILLA		175.00	0.00	175.00

Anexo 8: Determinación de cantidad y los costos de la materia prima (rambután) importada

Importación MATERIA PRIMA (RAMBUTÁN)	
Tiempo de tránsito máximo	3 días
Unidades de rambután/Semanal	401.162,79
Peso del Rambután/ (gr)	15,16
Peso de importación de rambután en (gr)	6.081.628
Peso de importación de rambután en (kg)	6.082
Precio del rambután por (kg) FOB	\$ 3,50
Valor FOB	\$ 21.285,70
Flete	\$ 2.650,00
Flete Marítimo FCL 1X20' STD	\$ 2.500,00
THC	\$ 150,00
Seguro 1%	\$ 212,86
Base Imponible	\$ 24.148,55
Tasa	\$ 40,00
Otros Gastos de la Agencia de Aduana	\$ 1.485,82
Bodegaje	\$ 319,82
Coordinación y supervisión de transporte	\$ 235,00
Coordinación y despacho	\$ 300,00
Coordinación Cuadrilla	\$ 175,00
Gastos Naviera por contenedor y BL	\$ 456,00
<u>Total producto importado</u>	<u>\$ 25.674,37</u>
Costo por MP Importada	\$ 0,96

Valor de las Garantías	
Ad- Valorem (25%)	\$ 6.037,14
FODINFA (0,5%)	\$ 120,74
Base Imponible+ Ad-Valorem+FODINFA	\$ 30.306,44
IVA (14%)	\$ 4.242,90
<u>Total</u>	<u>\$ 34.549,34</u>
Valor de la Garantía de importación	<u>\$ 10.400,78</u>
Valor Mensual de la Garantía de importación	\$ 41.603,13
Costo de la Garantía 1,5%	\$ 624,05
Costo Anual de la Garantía	<u>\$ 4.368,33</u>

Anexo 9: Determinación de los costos por empaque (C/E), número de los materiales y máquinas para la deshidratación del rambután, y transporte interno del rambután hacia la empresa

Gavetas	\$15	
Peso/Rambután (gr)	34	
Unidades/ Rambután (Semanal)	401.163	
Capacidad de la Gaveta (kg)	80	
Peso/ Rambután (kg)	0,034	
PesoRambSem/ Gavetas (kg)	13639,535	
Número de Gavetas	170	C/E
Total	\$ 2.859,09	\$ 0,0249
Bañeras	\$18	
Peso/Rambután (gr)	34	
Unidades/ Rambután (Semanal)	401.163	
Unidades/ Rambután (Diarios)	80.233	
Capacidad de la Bañera (lts./ kg)	135	
	11	
Número de Bañeras	16	C/E
Total	\$ 317,44	\$ 0,0028
Mangueras	\$15	
Número de Bañeras	16	
Número de Mangueras	8	C/E
Total	\$ 120,00	\$ 0,0010
Mesas Metálicas	\$250	
Número de Personas	64	
Personas por Mesa	4	
Número de Mesas para Pelado y Cortado	16	
Número de Mesas para proceso con Maq.	4	C/E
Total	\$ 4.979,79	\$ 0,0433
Juego de Cuchillos	\$71,72	
Número de Personas	64	
Nº de Juegos de Cuchillos	5	C/E
Total	\$326,21	\$ 0,0028
Delantal Industrial Impermeable	\$6,00	
Número de Personas	101	
Número de Mandiles	101	C/E
Total	\$603,09	\$ 0,0052

Juego de Guantes	\$1,10	
Número de Personas	101	
Número de Guantes	101	C/E
Total	\$126,05	\$ 0,0011
Paquete de Gorros de malla	\$27,00	
Número de Personas	69	
Número de paquetes	1	C/E
Total	\$30,78	\$ 0,0003
Botas Impermeables	\$13,75	
Número de Personas	101	
Número de Botas	101	C/E
Total	\$1.575,57	\$ 0,0137
Bancos Plásticos	\$1,95	
Número de Personas	101	
Número de Bancos	101	C/E
Total	\$224,52	\$ 0,0020
Cucharones	\$10,50	
Número de cucharones	3	C/E
Total	\$31,50	\$ 0,0003
Gaveta para el Pelado, Cortado, etc.	\$9,10	
Capacidad de la Gaveta (kg)	40	Luego de la Paila
Peso de Pulpa del rambután (gr)	15,16	4,548
Peso de Pulpa del rambután (kg)	0,0152	364,8977
Nº de rambutanes diarios	80233	91,2244186
Peso de rambutanes diarios (kg)	1216	2
Número de bandejas	33	C/E
Total	\$339,11	\$ 0,0029
Pailas Osmóticas (Marmitas)	\$4.500,00	
Capacidad (lts.)	250	
Número de Pailas	3	C/E
Total	\$13.500,00	\$ 0,1174

Deshidratador por Bandeja	\$12.800,00	
Rambutan (cm)	5,5	
	4	
Pulpa del Rambután: cm/cm2/m2	400	
	0,04	
Area total del secado (m2):	15,73	
Nº de Ramb por bandeja:	393	
Nº de Deshidratadores	1	
Tiempo de deshidratado (horas)	2,3	
Unidades de Rambutanes diarios a deshid.	84.942	C/E
Total	\$14.592,00	\$ 0,1269

Empacadora/ Selladora	\$15.600,00	
Bolsas diarias	5.070	
Bolsas por hora	1.690	
Bolsas por minutos	28	
Nº de empacadoras	1	C/E
Total	\$17.784,00	\$ 0,1546

Fundas de Empaque	\$0,13	<u>MENSUAL</u>	
Número de Bolsas Semanales	25.348	101.392	C/E
Total	\$3.295,24	\$13.180,96	\$ 0,1146

Cajas de cartón	\$0,83	
Número de Cajas de cartón Semanales	221	
Numero de Cajas de cartón Mensuales	885	C/E
Total	\$734,38	\$ 0,0064

Cinta de Embalaje (100 Yardas)	\$1,50	
Número de Cintas mensuales	15	C/E
Total	\$22,50	\$ 0,0002

Dispensadores de Cintas	\$5,50	
Número de dispensadores	5	C/E
Total	\$27,50	\$ 0,0002

Flete Semanal Interno:

Flete (Semanal/Mensual)	\$194
Unidades/ Rambután (Semanal)	401.163
	\$0,0005
Costo de Transporte MP/Empaque	\$ 0,01

Anexo 10: Depreciaciones, mantenimientos y seguros

Depreciación /Suma	Valor	% Valor residual	Vida útil Dep.	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
				\$11.860	\$11.860	\$11.860	\$11.113	\$11.113	\$11.113	\$11.113	\$11.113	\$11.113	\$11.113
Terreno	\$120.000		0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obras Civiles	\$178.125	10%	25	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413	\$ 6.413
Equipos y Accesorios	\$ 45.876	10%	10	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129	\$ 4.129
Vehículos	\$ -	10%	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -					
Muebles de Oficina	\$ 6.349	10%	10	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571	\$ 571
Equipos de Computación	\$ 2.490	10%	3	\$ 747	\$ 747	\$ 747							

	<u>%</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
Mantenimiento	8%	\$ 16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08	\$16.800,08
Seguro	3,00%	\$ 10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03	\$10.320,03

Anexo 11: Amortización del Financiamiento para la inversión

Año	Periodo	Capital Inicial	Interés	Amortización Capital	Dividendo	Saldo Capital
1	1	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	2	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	3	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	4	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	5	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	6	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	7	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	8	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	9	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	10	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	11	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
1	12	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ -	\$ 3.448,88	\$ 369.523,00
2	13	\$ 369.523,00	\$ 3.448,88	\$ 7.698,40	\$ 11.147,28	\$ 361.824,60
2	14	\$ 361.824,60	\$ 3.377,03	\$ 7.698,40	\$ 11.075,43	\$ 354.126,21
2	15	\$ 354.126,21	\$ 3.305,18	\$ 7.698,40	\$ 11.003,57	\$ 346.427,81
2	16	\$ 346.427,81	\$ 3.233,33	\$ 7.698,40	\$ 10.931,72	\$ 338.729,42
2	17	\$ 338.729,42	\$ 3.161,47	\$ 7.698,40	\$ 10.859,87	\$ 331.031,02
2	18	\$ 331.031,02	\$ 3.089,62	\$ 7.698,40	\$ 10.788,02	\$ 323.332,63
2	19	\$ 323.332,63	\$ 3.017,77	\$ 7.698,40	\$ 10.716,17	\$ 315.634,23
2	20	\$ 315.634,23	\$ 2.945,92	\$ 7.698,40	\$ 10.644,32	\$ 307.935,83
2	21	\$ 307.935,83	\$ 2.874,07	\$ 7.698,40	\$ 10.572,46	\$ 300.237,44
2	22	\$ 300.237,44	\$ 2.802,22	\$ 7.698,40	\$ 10.500,61	\$ 292.539,04
2	23	\$ 292.539,04	\$ 2.730,36	\$ 7.698,40	\$ 10.428,76	\$ 284.840,65
2	24	\$ 284.840,65	\$ 2.658,51	\$ 7.698,40	\$ 10.356,91	\$ 277.142,25
3	25	\$ 277.142,25	\$ 2.586,66	\$ 7.698,40	\$ 10.285,06	\$ 269.443,85
3	26	\$ 269.443,85	\$ 2.514,81	\$ 7.698,40	\$ 10.213,21	\$ 261.745,46
3	27	\$ 261.745,46	\$ 2.442,96	\$ 7.698,40	\$ 10.141,35	\$ 254.047,06
3	28	\$ 254.047,06	\$ 2.371,11	\$ 7.698,40	\$ 10.069,50	\$ 246.348,67
3	29	\$ 246.348,67	\$ 2.299,25	\$ 7.698,40	\$ 9.997,65	\$ 238.650,27
3	30	\$ 238.650,27	\$ 2.227,40	\$ 7.698,40	\$ 9.925,80	\$ 230.951,88
3	31	\$ 230.951,88	\$ 2.155,55	\$ 7.698,40	\$ 9.853,95	\$ 223.253,48
3	32	\$ 223.253,48	\$ 2.083,70	\$ 7.698,40	\$ 9.782,09	\$ 215.555,08
3	33	\$ 215.555,08	\$ 2.011,85	\$ 7.698,40	\$ 9.710,24	\$ 207.856,69
3	34	\$ 207.856,69	\$ 1.940,00	\$ 7.698,40	\$ 9.638,39	\$ 200.158,29
3	35	\$ 200.158,29	\$ 1.868,14	\$ 7.698,40	\$ 9.566,54	\$ 192.459,90
3	36	\$ 192.459,90	\$ 1.796,29	\$ 7.698,40	\$ 9.494,69	\$ 184.761,50
4	37	\$ 184.761,50	\$ 1.724,44	\$ 7.698,40	\$ 9.422,84	\$ 177.063,10
4	38	\$ 177.063,10	\$ 1.652,59	\$ 7.698,40	\$ 9.350,98	\$ 169.364,71
4	39	\$ 169.364,71	\$ 1.580,74	\$ 7.698,40	\$ 9.279,13	\$ 161.666,31
4	40	\$ 161.666,31	\$ 1.508,89	\$ 7.698,40	\$ 9.207,28	\$ 153.967,92
4	41	\$ 153.967,92	\$ 1.437,03	\$ 7.698,40	\$ 9.135,43	\$ 146.269,52
4	42	\$ 146.269,52	\$ 1.365,18	\$ 7.698,40	\$ 9.063,58	\$ 138.571,13
4	43	\$ 138.571,13	\$ 1.293,33	\$ 7.698,40	\$ 8.991,73	\$ 130.872,73
4	44	\$ 130.872,73	\$ 1.221,48	\$ 7.698,40	\$ 8.919,87	\$ 123.174,33
4	45	\$ 123.174,33	\$ 1.149,63	\$ 7.698,40	\$ 8.848,02	\$ 115.475,94
4	46	\$ 115.475,94	\$ 1.077,78	\$ 7.698,40	\$ 8.776,17	\$ 107.777,54
4	47	\$ 107.777,54	\$ 1.005,92	\$ 7.698,40	\$ 8.704,32	\$ 100.079,15
4	48	\$ 100.079,15	\$ 934,07	\$ 7.698,40	\$ 8.632,47	\$ 92.380,75
5	49	\$ 92.380,75	\$ 862,22	\$ 7.698,40	\$ 8.560,62	\$ 84.682,35
5	50	\$ 84.682,35	\$ 790,37	\$ 7.698,40	\$ 8.488,76	\$ 76.983,96
5	51	\$ 76.983,96	\$ 718,52	\$ 7.698,40	\$ 8.416,91	\$ 69.285,56
5	52	\$ 69.285,56	\$ 646,67	\$ 7.698,40	\$ 8.345,06	\$ 61.587,17
5	53	\$ 61.587,17	\$ 574,81	\$ 7.698,40	\$ 8.273,21	\$ 53.888,77
5	54	\$ 53.888,77	\$ 502,96	\$ 7.698,40	\$ 8.201,36	\$ 46.190,38
5	55	\$ 46.190,38	\$ 431,11	\$ 7.698,40	\$ 8.129,51	\$ 38.491,98
5	56	\$ 38.491,98	\$ 359,26	\$ 7.698,40	\$ 8.057,65	\$ 30.793,58
5	57	\$ 30.793,58	\$ 287,41	\$ 7.698,40	\$ 7.985,80	\$ 23.095,19
5	58	\$ 23.095,19	\$ 215,56	\$ 7.698,40	\$ 7.913,95	\$ 15.396,79
5	59	\$ 15.396,79	\$ 143,70	\$ 7.698,40	\$ 7.842,10	\$ 7.698,40
5	60	\$ 7.698,40	\$ 71,85	\$ 7.698,40	\$ 7.770,25	\$ 0,00

Anexo 12: Hoja de los gastos de la empresa VegaFruit S.A.

			<u>Subtotal</u>	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			\$ 15.331,10	Mensual
Remuneraciones		\$ 14.081,10		
Gastos de oficina		\$ 650,00		
Otros		\$ 600,00		
Gastos de Constitución de la Compañía			\$ 1.241,57	
Aprobación de denominación		\$ -		Una vez
Cuenta I.C		\$ 5,00		
Elaboración de escritura pública y anotaciones marginales		\$ 120,00		
Ingreso de la escritura pública		\$ -		
Aprobación de la escritura de constitución		\$ -		
Publicación		\$ 25,00		
Inscripción		\$ 250,00		
Inscripción del nombramiento Gerente (5 hojas)		\$ 9,30		
Inscripción del nombramiento Presidente (5 hojas)		\$ 9,30		
Obtención del número de expediente		\$ -		
Movilización		\$ 22,97		
Honorarios		\$ 800,00		
Seguridad			\$ 272,00	
Extintor 10 LBS (anual)	8	\$ 19,50		Anual
Lámpara de emergencia	4	\$ 20,50		Año 1
Letrero de evacuación	2	\$ 7,00		
Letrero luminoso	1	\$ 20,00		
Tasa de funcionamiento			\$ 175,68	Año 1
Mediana Industria		\$ 175,68		
Tasa de registro sanitario / Notificaciones sanitarias			\$ 340,34	Cada 2 años
Alimentos procesados industriales		\$ 340,34		
Certificado de buenas prácticas de manufactura			\$ 1.464,00	Cada 5 años
Mediana Industria		\$ 1.464,00		
GASTOS DE VENTAS			\$ 3.411,00	
Viajes y representaciones/comunicaciones exterior		\$ 2.856,00		
Gastos de transporte		\$ 555,00		
OTROS GASTOS OPERATIVOS			\$ 9.377,87	
Otros Materiales				Anual
Gavetas		\$ 2.859,09		
Bañeras		\$ 317,44		
Mangueras		\$ 120,00		
Juego de Cuchillos		\$ 326,21		
Bancos Plásticos		\$ 224,52		
Cucharones		\$ 31,50		
Gaveta para el Pelado, Cortado, etc.		\$ 339,11		
Cloro (Galón)		\$ 5.160,00		Mensual
TOTAL GASTOS			\$ 31.613,56	

Anexo 13: Costos de la materia prima local por empaque

Costos de Materia Prima (Rambután) Local/Empaque		
GrPulpa/ Fruta	15,16	gr
% de Deshidratación	30%	
Peso Dried Fruit	4,548	gr
Gramos/ Empaque	70	gr
Frutas/ Empaque	15	u
Nº Empaques/ Cont	25.348	bolsas
Gr/ Contenedor	1774332	gr
Frutas/ Contenedor	390.134	u
Costo/ Fruta	\$ 0,04	
Costo MP Local/ Empaque	\$ 0,54	

Jarabe Osmótico 1:1		
122	(kg) de Azucar	
50	1 saco de azucar kg	
2	Nº de sacos por comprar por cada 2 horas en la maquina	
\$ 36,00	Precio del saco	
\$ 87,58	Total azucar por cada 2 horas en la maquina	
209	Nº de sacos por mes	C/E
\$ 7.531,49	Total de Azucar por mes	\$0,0655
78	(kg) de Ácido cítrico	
25	1 funda de a.c. kg	
\$ 4,50	Precio del saco	
3	Nº de sacos por mes	C/E
\$ 14,12	Total de Ácido Cítrico por mes	\$0,0001
52	(kg) Ácido Ascórbico	
1	1 funda de a.a. kg	
\$ 7,00	Precio del saco	
52	Nº de sacos por mes	C/E
\$ 366,11	Total de Ácido Ascórbico por mes	\$0,0032

Anexo 14: Rol de Pagos del Proyecto

ITEM	DEPARTAMENTO	CARGO	CANTIDAD	SUELDO NOMINAL	APORTES IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL INGRESOS	
1	ADMINISTRATIVO	Gerente Gral	1	\$ 2.100,00	\$ 255,15	\$ 174,93	\$ 30,50	\$ 87,50	\$ -	\$ 548,08	\$ 2.648,08	
		Asis. Administrativo	1	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,30	\$ 30,50	\$ 41,67	\$ -	\$ 276,97	\$ 1.276,97	
		Dep. Financiero	3	\$ 2.850,00	\$ 346,28	\$ 237,41	\$ 30,50	\$ 118,75	\$ -	\$ 732,93	\$ 3.582,93	
		Dep.de Comercio Exterior	3	\$ 2.850,00	\$ 346,28	\$ 237,41	\$ 30,50	\$ 118,75	\$ -	\$ 732,93	\$ 3.582,93	
		Guardianes	2	\$ 1.000,00	\$ 121,50	\$ 83,30	\$ 30,50	\$ 41,67	\$ -	\$ 276,97	\$ 1.276,97	
		Conserjes	3	\$ 1.350,00	\$ 164,03	\$ 112,46	\$ 30,50	\$ 56,25	\$ -	\$ 363,23	\$ 1.713,23	
TOTAL ADMINISTRATIVO			13	\$11.150,00	\$ 1.354,73	\$ 928,80	\$ 183,00	\$ 464,58	\$ -	\$ 2.931,10	\$ 14.081,10	C/E
2	MANO DE OBRA DIRECTA	Pelado-Cortado	64	\$25.470,65	\$ 3.094,68	\$2.121,71	\$ 30,50	\$ 1.061,28	\$ -	\$ 6.308,17	\$ 31.778,82	\$ 0,28
		Clasificación-Limpieza	32	\$12.735,33	\$ 1.547,34	\$1.060,85	\$ 30,50	\$ 530,64	\$ -	\$ 3.169,33	\$ 15.904,66	\$ 0,14
		Máquinas	5	\$ 2.000,00	\$ 243,00	\$ 166,60	\$ 30,50	\$ 83,33	\$ -	\$ 523,43	\$ 2.523,43	\$ 0,02
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			101	\$40.205,98	\$ 4.885,03	\$3.349,16	\$ 91,50	\$ 1.675,25	\$ -	\$ 10.000,93	\$ 50.206,91	
3	MANO DE OBRA INDIRECTA	Jefe de Producción	1	\$ 900,00	\$ 109,35	\$ 74,97	\$ 30,50	\$ 37,50	\$ -	\$ 252,32	\$ 1.152,32	
		Supervisor de Calidad	1	\$ 850,00	\$ 103,28	\$ 70,81	\$ 30,50	\$ 35,42	\$ -	\$ 240,00	\$ 1.090,00	C/E
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA			2	\$ 1.750,00	\$ 212,63	\$ 145,78	\$ 61,00	\$ 72,92	\$ -	\$ 492,32	\$ 2.242,32	\$ 0,02
<u>TOTAL</u>			<u>116</u>								<u>\$66.530,33</u>	

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Gaibor Minchala, Pamela Marina ; Vera Yépez, Adriana Nicole**, con C.C: # **0950366633** y con C.C: # **0931591408** autoras del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 19 de septiembre de 2016

f.  _____

Gaibor Minchala, Pamela Marina

C.C: 0950366633

f.  _____

Vera Yépez, Adriana Nicole

C.C: 0931591408



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá		
AUTOR(ES)	Gaibor Minchala, Pamela Marina ; Vera Yépez, Adriana Nicole		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Jácome Ortega, Xavier Omar PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	DE 19 de septiembre de 2016	No. PÁGINAS:	DE 168
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Finanzas		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	RAMBUTÁN; FRUTOS DESHIDRATADOS; CANADÁ; SNACK; EXPORTACIÓN; MATRIZ PRODUCTIVA		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	El presente proyecto se enfoca en la creación de una empresa, ubicada en la ciudad de Guayaquil, dedicada a la producción y exportación de rambután deshidratado hacia el mercado de Canadá, país en donde se ha encontrado un elevado nivel de consumo de frutos deshidratados debido a sus altas propiedades nutritivas que contribuyen a llevar una vida más saludable para las personas que lo consumen. Este producto será exportado en forma de snack, para su fácil acceso al mercado a través de una cadena de supermercados, en la ciudad de Montreal. Además, el trabajo contiene el estudio del mercado meta el cual es Montreal, en donde se incluye el cálculo de la demanda potencial del producto. También, se incluye la descripción del rambután, sus propiedades nutricionales y su beneficio al consumirlo como producto deshidratado que le otorga un valor agregado a su comercialización. Además, se presentan son los requisitos para poder entrar al mercado canadiense con respecto a sus normas de seguridad, etiquetado, embalaje, entre otras; así como también, los canales para la correcta distribución de este producto. Al mismo tiempo, se establecerán los costos implicados en la transformación y exportación de esta fruta que se comercializará bajo una marca. Finalmente, se determinó que el proyecto es financieramente viable, resultado obtenido de las proyecciones de los Estados Financieros como Flujo de Caja, Balance General y Estado de Resultados con lo que se responde a las preguntas de investigación planteadas.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2390046 / 0981837465 / 0989504572	E-mail: pamegaibor94@live.com / adri_71094@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-9-84228698		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			