



**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**TEMA: “PROYECTO DE EXPORTACION DE MALANGA HACIA  
ESTADOS UNIDOS - MIAMI”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO  
PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO EN CIENCIAS  
EMPRESARIALES**

Autor

**Johanna Robles Idrovo**

Tutor

**Gonzalo Pizarro**

**Samborondón, Mayo del 2014**

### **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a Dios, quien ha sido un apoyo espiritual enorme, que a pesar de todos los obstáculos que se atravesaron siempre me dio temple y fortaleza para seguir en la lucha. En Segundo lugar, quiero dedicar mi trabajo a las personas más importantes en mi vida, que son mi familia. A mis padres que siempre me inculcaron valores, humildad, constancia y perseverancia; además estuvieron conmigo viviendo día a día el proceso de estudio con los consejos emitidos que en los momentos más difíciles fueron mi motor. Por supuesto a mi hijo, que a pesar de tener dos añitos de vida fue mi motor en la “batalla final”, ya que todo lo plasmado en esta investigación fue a su nombre y por el soy lo que soy. Por último, les dedico a todas las personas que son parte importante de mi vida y que creyeron en mí. Para ustedes esta tesina como reconocimiento a su apoyo moral y espiritual.

Los amo.

Johanna Robles Idrovo

## **Agradecimiento**

El resultado de esta investigación se debe gracias al apoyo de varias personas que estuvieron presentes durante todo el proceso.

Quiero agradecer de manera muy especial a mi tío y propietario de la Hacienda San Vicente del Nila, el Sr. Marco Idrovo Idrovo, quien tuvo la paciencia de facilitarme toda la información que necesite en cada momento.

Quiero agradecer de manera especial a los señores catedráticos de la Universidad de Especialidades Espiritu Santo, que me abrieron las puertas de esta noble Institución para continuar mis estudios de Pre-Grado; compartir generosamente sus enseñanzas y experiencias, que me condujeron por el camino del saber y la responsabilidad, los mismos que pondré siempre al servicio del bien, la verdad y la justicia.

Mi eterna gratitud al señor **Ingeniero Gonzalo Pizarro**, asesor de esta investigación, y catedrático de la mencionada institución, por haberme guiado en el desarrollo de la presente investigación, con sus instrucciones, correcciones, consejos e ideas aportadas a este trabajo.

A todas aquellas personas que de alguna u otra manera intervinieron en el proceso de mi vida estudiantil.

Mil gracias a todos, los llevo en el corazón.

**Johanna**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN .....	3
CAPITULO I .....	4
1.1 INTRODUCCION.....	4
1.2 OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS.....	5
1.2.1    Objetivo General.....	5
1.2.2    Objetivos Específicos .....	5
1.3 PROBLEMA .....	5
1.3.1    Planteamiento del problema.....	5
1.4 JUSTIFICACIÓN .....	6
1.5 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	7
1.6 DISEÑO INVESTIGATIVO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.7 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	16
1.8 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS .....	16
CAPITULO II .....	17
MALANGA: PRODUCCIÓN EN EL MUNDO Y EN ECUADOR .....	17
2.1 PRODUCCIÓN DE MALANGA EN EL MUNDO .....	17
2.2 CONSUMO Y ZONAS DE PRODUCCIÓN DE MALANGA EN ECUADOR .....	18
2.2.1    Consumo de malanga en Ecuador.....	18
2.2.2    Zonas productoras de malanga en Ecuador .....	19
2.2.3    Producción y exportación de malanga ecuatoriana .....	19
2.2.4    Principales países importadores de malanga ecuatoriana.....	21
2.2.5    Exportadores de malanga en Ecuador.....	22
CAPITULO III .....	23
MERCADO MUNDIAL DE LA MALANGA .....	23
3.1    COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTADOS UNIDOS, ESTADO DE LA FLORIDA Y DE MIAMI DADE COUNTY .....	23

3.1.1	Población de Estados Unidos.....	23
3.1.2	Composición de la población del estado de florida.....	25
3.1.3	Composición de la población de Miami Dade County.....	27
3.2	IMPORTADORES MUNDIALES DE MALANGA.....	29
3.3	EXPORTADORES MUNDIALES DE MALANGA .....	30
3.4	LAS IMPORTACIONES DE MALANGA EN eSTADOS UNIDOS.....	31
3.5	PRECIO PROMEDIO FOB DE MALANGA ECUATORIANA INTRODUCIDA A ESTADOS UNIDOS.....	33
3.6	POLÍTICA INTERNACIONAL – Relaciones Exteriores.....	34
3.6.1	Ecuador – Estados Unidos.....	34
3.7	EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN .....	35
CAPÍTULO IV.....		37
LA PROPUESTA .....		37
4.1	LA ORGANIZACIÓN.....	37
4.1.1	Tipo jurídico de empresa a constituir .....	37
4.1.2	El organigrama propuesto.....	38
4.1.3	Ubicación del proyecto .....	39
4.2	EL PRODUCTO .....	39
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	40
4.3.1	Acopio de materia prima .....	40
4.3.2	Relación con productores de malanga.....	40
4.3.3	Calificación de proveedores.....	41
4.3.4	El proceso de empackado de malanga .....	41
4.3.5	Infraestructura .....	43
4.3.6	Equipamiento.....	44
4.3.7.	Instalaciones .....	45
4.3.8	Mobiliario.....	45
4.3.9	Equipo de computación .....	46
4.4	ASPECTOS DE LOGÍSTICA.....	46
4.4.1	Requisitos de etiquetado en Estados Unidos .....	46
4.4.2	Transporte.....	47
4.4.3	Agencias reguladoras de productos agrícolas en Estados Unidos .....	49

4.4.4	Empaque .....	50
4.4.5	Registro de Exportador .....	52
4.4.6	Tramite de Orden de Embarque .....	52
CAPÍTULO V	.....	54
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	.....	54
5.1	PRESUPUESTO .....	54
5.1.1	Terrenos .....	54
5.1.2	Edificio.....	54
5.1.3	Instalación .....	55
5.1.4	Equipo .....	55
5.1.5	Mobiliario.....	56
5.1.6	Equipo de cómputo.....	56
5.1.7	Gastos preoperativos .....	56
5.2	MARKETING.....	57
5.3	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	57
5.3.1	Inversión inicial .....	57
5.3.2	Financiamiento.....	58
5.3.3	Costos de pre-exportación.....	59
5.3.4	Estado proyectado de resultados .....	61
5.3.5	Flujo de fondos.....	64
5.3.6	Indicadores de rentabilidad .....	65
5.3.7	Punto de equilibrio.....	66
5.3.8	Análisis de sensibilidad ingresos .....	67
CAPITULO VI	.....	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	.....	69
CONCLUSIONES	.....	69
RECOMENDACIONES	.....	70
BIBLIOGRAFÍA	.....	71

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Nombres comunes de la malanga según países y regiones.....	8
Cuadro 2. Producción de malanga en el mundo, año 2011 .....	17
Cuadro 3. Exportación de partida arancelaria 071490 (demás raíces y tubérculos...), periodo 2008-2012, en toneladas y valor FOB (US\$) .....	19
Cuadro 4. Principales países importadores de malanga ecuatoriana, periodo 2008-2012 .....	21
Cuadro 5: Detalle de exportadores de malanga.....	22
Cuadro 6. Distribución de la población de Estados Unidos por origen y tipo, censos 2000 y 2010	23
Cuadro 7. Composición de la población del Estado de Florida, estimada al año 2012, por origen y grupo .....	25
Cuadro 8. Población de Miami-Dade County por origen y grupos étnicos, estimada al año 2012 .	27
Cuadro 9. Importaciones mundiales de malanga, periodo 2008-2012, en toneladas métricas .....	29
Cuadro 10. Exportaciones mundiales de malanga, periodo 2008-2012 en toneladas métricas .....	30
Cuadro 11. Importaciones de malanga en Estados Unidos, periodo 2008-2012 (toneladas) .....	31
Cuadro 12. Principales supermercados en el estado de Florida .....	35
Cuadro 13. Importadores y distribuidores en Miami .....	36
Cuadro 14. Presupuesto de gastos preoperativos .....	37
Cuadro 15. Organigrama .....	38
Cuadro 16. Proceso para preparación de malanga para exportación.....	41
Cuadro 17. Distribución de espacios .....	43
Cuadro 18. Presupuesto para terreno.....	44
Cuadro 19. Presupuesto para construcción .....	44
Cuadro 20. Presupuesto para equipo.....	45
Cuadro 21. Presupuesto de instalaciones .....	45
Cuadro 22. Presupuesto de mobiliario.....	45
Cuadro 23. Presupuesto de equipo de cómputo .....	46
Cuadro 24. Diagrama de requisitos para ingreso de productos vegetales a Estados Unidos .....	47
Cuadro 25. Costos relacionados a flete y pre-embarque.....	48
Cuadro 26. Evergreen: Itinerario Guayaquil-Miami .....	49
Cuadro 27. Modelo de caja para empaque .....	50
Cuadro 28. Presupuesto de terreno.....	54
Cuadro 29. Presupuesto de edificios.....	55
Cuadro 30. Presupuesto de instalación .....	55
Cuadro 31. Presupuesto de equipo.....	55
Cuadro 32. Presupuesto de mobiliario.....	56
Cuadro 33. Presupuesto de equipo de cómputo .....	56
Cuadro 34. Presupuesto de gastos preoperativos .....	57
Cuadro 35. Presupuesto de marketing.....	57
Cuadro 36. Presupuesto de inversión inicial .....	58
Cuadro 37. Cantidades estimadas de costos, detallada por mes, primer año .....	59

Cuadro 38. Presupuesto de estado proyectado de resultados primer año .....	61
Cuadro 39. Estado proyectado de resultados, años 1 al 5. ....	62
Cuadro 40. Flujo proyectado de fondos .....	64
Cuadro 41. Flujo de fondos descontados .....	65
Cuadro 42. Periodo de recuperación de inversión .....	65
Cuadro 43. Estimación de punto de equilibrio .....	66
Cuadro 44. Análisis de sensibilidad .....	67



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Imágenes de malanga blanca y rosada.....	7
Figura 2. Imágenes de la planta de malanga.....	7
Figura 3. Clasificación de las empresas .....	12
Figura 4. Producción de malanga en el mundo, año 2011 .....	18
Figura 5. Cuadro 2. Exportación de partida arancelaria 071490 (demás raíces y tubérculos...), periodo 2008-2012, en toneladas y valor FOB (US\$) .....	20
Figura 6. Principales países importadores de malanga ecuatoriana, participación porcentual, periodo 2008-2012.....	21
Figura 7. Composición de la población de Estados Unidos por origen, censos 2000 y 2010 .....	24
Figura 8. Mapa del estado de Florida.....	25
Figura 9. Composición de la población del Estado de Florida, estimada al año 2012, por origen y grupo .....	26
Figura 10. Población de Miami-Dade County por origen y grupos étnicos, estimada al año 2012.....	28
Figura 11. Importaciones mundiales de malanga, año 2012, en porcentaje de cantidades importadas .....	30
Figura 12. Exportaciones mundiales de malanga, año 2012, países participantes en cantidades exportadas.....	31
Figura 13. Precio promedio anual de malanga ecuatoriana, introducida a Estados Unidos, periodo 2008-2012 (US\$ kilo).....	33
Figura 14. Principales supermercados en el estado de Florida .....	35
Figura 15. Gráfico de punto de equilibrio .....	67
Figura 16. Análisis de sensibilidad TIR.....	68

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Población en Estados Unidos según censos 2000 y 2010 por grupos y origen .....	76
Anexo 2. Costo de procesamiento de exportación de malanga.....	77
Anexo 3. Cantidades y costo de producción, años 1 al 5to.....	78

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS UTILIZADAS**

<b>AISV:</b>	Aviso de Ingreso y Salida de Vehículos
<b>APHIS:</b>	Animal and Plant Health Inspection Service
<b>CBP:</b>	Customs and Border Protection
<b>CFSAN:</b>	Center for Food Safety and Applied Nutrition
<b>CSAV:</b>	Compañía Sudamericana de Vapores
<b>DAU:</b>	Declaración Aduanera Única
<b>EE.UU:</b>	Estados Unidos
<b>EPA:</b>	Environmental Protection Agency
<b>FAO:</b>	Food and Agriculture Organization
<b>FDA:</b>	Food And Drug Administration
<b>FDCA:</b>	Food Drug and Cosmetic Act
<b>FOB:</b>	Free on Board
<b>IPPC:</b>	International Plant Protection Convention
<b>MCPE:</b>	Ministerio Coordinador de Política Económica
<b>N:</b>	Población
<b>NIMF:</b>	Normas Internacionales de para Medidas Fitosanitarias
<b>NMF:</b>	Nación Más Favorecida
<b>OMC:</b>	Organización Mundial del Comercio
<b>ONU:</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>PROECUADOR:</b>	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
<b>RUC:</b>	Registro Único de Contribuyentes

**SENAE:** Servicio Nacional de Aduana del Ecuador  
**SGP:** Sistema General de Preferencia  
**T/M:** Tonelada métrica  
**TRADEMAP:** International Trade Center  
**USDA:** United States Department of Agriculture  
**USITC:** United States International Trade Commission  
**USPTO:** United States Patent and Trademark Office

## RESUMEN

Esta investigación busca formular un plan de exportación de malanga procedente de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para estimular el comercio internacional ecuatoriana; para ello se determinaron tres objetivos específicos, el primero es describir el producto, sus propiedades nutricionales y producción de malanga en Ecuador; el segundo objetivo fue dimensionar la demanda de malanga en el condado de Miami-Florida; el tercero fue el elaborar una propuesta o estudio de factibilidad para exportar malanga a Miami, Florida, Estados Unidos. Es una investigación de tipo no experimental ya que no realiza ningún tipo de manipulación de las variables; es una investigación documental, se basa en análisis de información secundaria, es de tipo vertical. El método aplicado fue el deductivo-inductivo. Las principales conclusiones fueron las siguientes: **i)** La malanga, tubérculo rico en carbohidratos, sustituto de cereales, plátano y yuca; en Ecuador es un cultivo de subsistencia orientado al autoconsumo conocido como papa china producido y consumido por un porcentaje muy limitado de la población, en su mayoría habitantes del subtrópico ecuatoriano, donde constituye uno de los principales componentes de su dieta alimenticia; en el País, la producción con fines comerciales se realiza con el objetivo de la exportación donde se utilizan alrededor de 1000 hectáreas, concentradas principalmente en Santo Domingo de los Tsáchilas y provincias de la Amazonía; **ii)** El mercado internacional de malanga es significativo, donde los mayores importadores son Estados Unidos y Japón, quienes constituyen alrededor del 47%; para Ecuador el principal comprador de la malanga es Estados Unidos quien consume aproximadamente el 99% de las exportaciones, en el país del norte los principales consumidores son los inmigrantes de Centroamérica, Caribe, Venezuela y México; en Miami-Dade County alrededor del 63% de la población es de origen latino. El precio del kilo del producto fresco se mantuvo entre US\$ 0,583 en su nivel mínimo en el año 2011 y el máximo es de US\$ 1,115 en el año 2012; **iii)** Desde el punto de vista de la producción, organización, técnica, de mercado y financiera existe factibilidad para su acopio, procesamiento y exportación en que se evidencia que es posible su exportación y acopio desde Santo Domingo de los Tsáchilas, los indicadores de inversión son atractivos para su emprendimiento.

## **CAPITULO I**

### **1.1 INTRODUCCION**

Uno de los grandes esfuerzos del país es incrementar el monto de las exportaciones y su diversificación mediante la incorporación de nuevos rubros en las ventas al exterior. En este propósito, de manera permanente se agregan nuevos productos de los denominados no tradicionales en el portafolio de exportaciones tales como flores, brócoli, pescado, zumo y pulpa de frutas, entre otros.

En el propósito de mejorar la balanza comercial, un factor a favor que dispone el país es su diversidad geográfica que contempla cuatro regiones y en su interior cierta variedad de microclimas lo que facilita el cultivo de nuevos productos agropecuarios con demanda emergente en el mercado internacional.

Un fenómeno que impulsa la demanda internacional de nuevos productos, de lo cual Ecuador se beneficia ha tenido como origen la emigración mundial; Estados Unidos y regiones como la que conforma la Unión Europea, actualmente es residencia de millones de personas que nacieron en otros países y que ahora en su nuevo hogar con mejores ingresos demandan productos denominados de la “nostalgia”, línea que está conformada por un conjunto de productos y marcas que asocian con su lugar de origen, por tanto benefician a sus países.

En la parte occidental del mundo, la demanda internacional de malanga, objeto de esta investigación, surge del alto número de habitantes oriundos de México, Centroamérica, países del Caribe como Cuba, Puerto Rico y República Dominicana que productos de la emigración, residen actualmente en Estados Unidos y que han llevado consigo una carga cultural hacia el país del norte, entre ellas el gusto gastronómico, donde la malanga es parte de los sabores de su tierra natal; ahora en su nueva tierra se está generando una amplia y creciente demanda de este tubérculo.

Esta investigación parte de una propuesta metodológica sobre objetivos, establecimiento de metodología de investigación para de ahí iniciar la investigación de la producción de malanga en el mundo y Ecuador y luego a la identificación del comercio internacional del mercado para ese tubérculo, expresado en exportaciones e importaciones mundiales.

Se concluye la investigación con una propuesta de emprendimiento para empacar y exportar malanga producida en Santo Domingo y por supuesto el análisis de factibilidad, organizacional, técnica y financiera.

## **1.2 OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Formular un plan de exportación de malanga procedente de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Describir el producto, sus propiedades nutricionales y producción de malanga en Ecuador.
- Dimensionar la demanda de malanga en el condado de Miami-Florida.
- Elaborar una propuesta o estudio de factibilidad para exportar malanga a Miami, Florida, Estados Unidos.

## **1.3 PROBLEMA**

### **1.3.1 Planteamiento del problema**

El Ecuador es un país que tiene la fortuna de producir variedades de vegetales y frutas las cuales algunos productos no son reconocidos tanto nacional como internacional; y por ende no pueden ser comercializadas. Dentro de ellas está la Malanga que es tubérculo muy poco conocido en nuestro medio (producto agrícola no tradicional) y tiene ventajas alimentarias similares a la papa, la yuca y el camote. Su cormo puede ser utilizado para variedad de consumos como coladas, ensaladas, puré y comidas en general.

La falta de promoción en consumo de productos agrícolas hace que este producto de alto poder nutritivo se lo consuma muy poco; en cambio esto difiere en mercados de EEUU y Europa; ya que este producto es comercializado y consumido en gran cantidad y se aprecia su alto contenido de nutrientes de manera natural; y una de las ventajas que tiene es que tiene un nivel bajo en costos de producción.

Visto que el mercado de nutrición está saturado por parte de los productos agrícolas tradicionales un ejemplo de ellos, es el maíz, banano, trigo, papa, etc., se crea esta alternativa que particularmente en Ecuador se la conoció en 1995, específicamente en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Con lo que al precio/kilo se refiere señalamos que esta variable se ha mantenido estable en los mercados internacionales, no obstante hay que tener en cuenta los avances tecnológicos y productos sustitutos que puedan intervenir en la mismas, sin embargo, no deja de ser atractivo para este proyecto.

Una de los principales ventajas es que la Malanga es reconocida internacionalmente y esto puede hacer que haya un alto poder de compra ya que el Ecuador es un principal productor, cosechador y exportador de la misma; aunque como ciudadanos no se conozca este tubérculo, es muy importante para muchos lugares en el mundo. El Ecuador puede también beneficiarse debido a que puede haber un crecimiento en la economía. Un problema al momento de exportar es que puede haber aranceles y barreras que pueden hacer impedir la comercialización.

Por estas razones el objetivo de este estudio es analizar la oportunidad de comercializar la Malanga a hacia los Estados Unidos y que pueda posicionarse en el mercado internacional, además es importante considerar los gustos, y necesidades de dicho mercado en este caso el de Estados Unidos para así poder aplicar las estrategias necesarias para que el producto pueda llegar a los mercados.

#### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

El propósito de esta investigación es poder proporcionar, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de factores internos como costos y fijación de precios y externos como comercio, mercadeo, economía, y competencia una serie de estrategias y acciones para dar a conocer las ventajas de poder exportar un vegetal de la familia de los tubérculos, como es la Malanga a un país el cual es uno de los mayores compradores de productos ecuatorianos en especial de frutas exóticas y vegetales agrícolas no tradicionales.

Para poder lograr los objetivos específicos, utilizaremos las técnicas de investigación necesarias como las encuestas, investigaciones para demostrar que con un plan estratégico y financiero se podrá tener los resultados necesarios para poder comprobar que la Exportación a Estados Unidos de la Malanga puede tener buenos resultados.



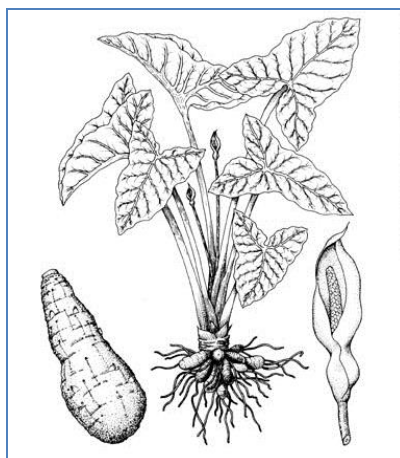
## 1.5 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.5.1 Descripción de la malanga



**Figura 1. Imágenes de malanga blanca y rosada**  
Fuente: [www.vegaproduce.com](http://www.vegaproduce.com)

La Malanga como se la conoce en Ecuador, es un cultivo que pertenece a la familia de las aráceas herbáceas comestibles que comprende los géneros: *Colocasia Sculenta*, *Xanthosoma*, *Alocasia*, *Cyrtosperma* y *Amorphophallus*; es de comportamiento perenne si no se la cosecha. Alcanza una altura entre 1 a 3 metros, no posee tallo aéreo sino un cormo de apariencia corta, en el cual se ramifican y salen los cormelos que son los que se consumen, mismos que tienen una corteza de color café oscuro y la pulpa de color blanca o lila dependiendo su variedad. Es procedente de las zonas tropicales de América latina, específicamente de las Antillas, se dice que cuando los españoles llegaron a las tierras americanas, vieron este cultivo en el sur de México hasta Bolivia donde se encontraron con mayor variedad de las mismas (Giacometti, 2013).



**Figura 2. Imágenes de la planta de malanga**

**Fuente:** Giacometti, D & León, J. La agricultura amazónica y caribeña, malanga o yautía.

La malanga tiene diferentes denominaciones, según el país, región e idioma, a continuación los más comunes:

**Cuadro 1. Nombres comunes de la malanga según países y regiones**

País/Región	Nombre (s) común (es)
Antillas	Castellano: Yautía, malanga. Otros idiomas: Tannia, Taniera. Ingles: Cocoyam.
México	Macal (Yucatán), Queiquexque
Honduras	Quiscamote
Costa Rica	Tiquisque
Panamá	Oto
Venezuela	Okumo
Perú	Uncucha
Bolivia	Gualuza
Colombia	Malangay
Brasil	Taloba, mangareto, mangarito, mangarás
Antillas francesas	Chou Caribe

**Fuente:** Giacometti, D & León, J. La agricultura amazónica y caribeña, malanga o yautía.  
**Elaborado por:** Johanna Robles

### 1.5.2 Propiedades nutricionales

Estudios al respecto (Ferreira et al, 1990), informan lo siguiente:

*El corno de la malanga posee el 70% de agua, 1,16% de cenizas P/P en base seca, con un alto porcentaje de cenizas insolubles, con bastante hierro y fósforo, alto contenido de almidón de gránulos pequeños de 5-7 micras de diámetro, bajo contenido de fibra y proteínas, mayor contenido de vitaminas A, B2 y menos vitamina B1 y C que otros tubérculos de uso común, con un contenido limitante de triptofeno y con muy buenas posibilidades de empleo integral de la planta para la alimentación animal y del corno para la alimentación humana, extracción del almidón para producir alimentos procesados o con fines industriales.*

### Valor nutricional de los cormelos y corno de tres tipos de malanga (100g)

Componente	Blanca	Amarilla	Morada
Humedad	58.8%	47.1%	59.7%
Proteína	5.4	7.4	5.0
Fibra Cruda	1.0	1.0	0.6
Grasa	0.6	0.7	0.3
Ceniza	1.0	1.8	1.0
Extracto libre de nitrógeno	79.6	78.9	80.9
Calcio	40.0mg	46.0mg	35.0mg
Fósforo	140.0mg	142.0mg	150.0mg
Hierro	0.9mg	1.7mg	1.3mg
Potasio	520.0mg	460.0mg	550.0mg
Ácido ascórbico (Vit. C)	8.0mg	8.0mg	7.8mg
Niacina	0.5mg	0.6mg	0.5mg
Riboflavina	0.02mg	1.9mg	0.2mg
Tiamina	0.10mg	0.1mg	0.09mg

Fuente: Venezuela, Inst. Nac. De Nut. 1983, Adams 1981, Schultz 1980, Barrios 1972. Citado en Diaz. s/f.

#### 1.5.3 Teorías del comercio internacional

**Adam Smith: ventaja absoluta:** El concepto de ventaja absoluta desarrollada por Adam Smith, parte de una economía (persona o sociedad) tiene una ventaja absoluta cuando puede producir más bienes a partir de una cantidad específica de recursos que cualquier otro individuo, esto es consecuencia de diferencias en la productividad, como resultado de mejor tecnología, más capital o mejores habilidades; esto le permite obtener ganancias de la especialización e intercambio (Parkin, 2004).

**David Ricardo y ventajas comparativas:** Los países pueden obtener beneficios al especializarse en la producción de aquellos bienes y servicios en los que tienen una ventaja comparativa; esto en base a la teoría del valor, ya que la regla que rige el valor al interior de un país no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países, según Ricardo, es el costo relativo o comparativo de las mercancías en cada país en lugar de costos absolutos lo que determina el valor de los intercambios internacionales; la teoría ricardiana implica tres supuestos simplificadores: **i)** Inmovilidad relativa de factores; **ii)** Estática; y, estructura del mercado (Laguna, s/f).

**John Stuart Mill. Teoría de los valores internacionales:** J. S. Mill estudia las proporciones en las que las mercancías se cambian unas por otras. Mill considera que existe una cantidad dada de trabajo en cada país y diferentes cantidades de producción, de esta manera, su formulación tiene en cuenta la eficiencia relativa del trabajo en lugar del costo relativo en trabajo de Ricardo. Esto constituye una orientación de la especialización de cada economía (Ibídem).

**Política económica:** La política económica es una de las divisiones de la economía, se define como aquella parte de la ciencia económica que estudia las formas y efectos de la intervención del Estado en la vida económica, con el objeto de conseguir determinados fines.

Otra definición es el conjunto de medios que utiliza un gobierno para regular o modificar los asuntos económicos de un país; entre esos medios pueden destacarse diversas políticas: fiscal, monetaria, financiera, crediticia, industrial, entre otras.

Entre los objetivos que busca la política económica está el crecimiento económico, redistribución del ingreso, fortalecimiento de las finanzas públicas, racionalización del desarrollo industrial, reordenamiento de las transacciones internacionales. El problema principal de la política económica consiste en equilibrar los diferentes objetivos entre sí para evitar conflictos que repercutan tanto en forma interna como internacional (Parkin, 2004).

Las políticas económicas, se clasifican en términos macroeconómicos como: **i)** políticas fiscales, **ii)** política monetaria; **iii)** política comercial; y, **iv)** otras.

**Política comercial:** Está conformada por tarifas, cuotas y otras regulaciones que restringen o alientan la importación y la exportación. La mayor parte de las políticas comerciales tienen poco efecto sobre el desenvolvimiento macroeconómico, pero según los ciclos económicos pueden contribuir a crisis económica interna.

#### **1.5.4 Teorías de la empresa**

Según definiciones económicas es un agente de la economía y quien se encarga de producir y distribuir bienes y servicios, además de demandar mano de obra de las familias. Es una unidad económica que combina los denominados factores de la producción que son capital, trabajo, recursos naturales y tecnología (Rey, 2011).

Según LINARES (2001), la empresa tiene los siguiente elementos en común: **i)** unos objetivos que integran su finalidad; toda empresa debe definir claramente lo que quiere hacer (construir viviendas, vender bienes inmuebles, asesoras económica y financieramente a empresas, fabricar material de obras, etc.) y para ello establece una serie de metas a alcanzar; **ii)** Un conjunto de factores de producción o recursos necesarios para la obtención y/o distribución de bienes y servicios. Para adquirir dichos factores es preciso contar con la financiación adecuada; **iii)** Una dirección que establece los objetivos a alcanzar, organiza los factores de producción e impulsa a la organización para la consecución de las metas establecidas. En resumen una empresa es un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa.

El modelo de Katz-Kahn (Garcia, 1994) divide a la empresa en un conjunto de cinco subsistemas en los términos siguientes:

**Sistema técnico:** se refiere al proceso de asignación y combinación de recursos dentro de una regularidad y conocimiento del proceso.

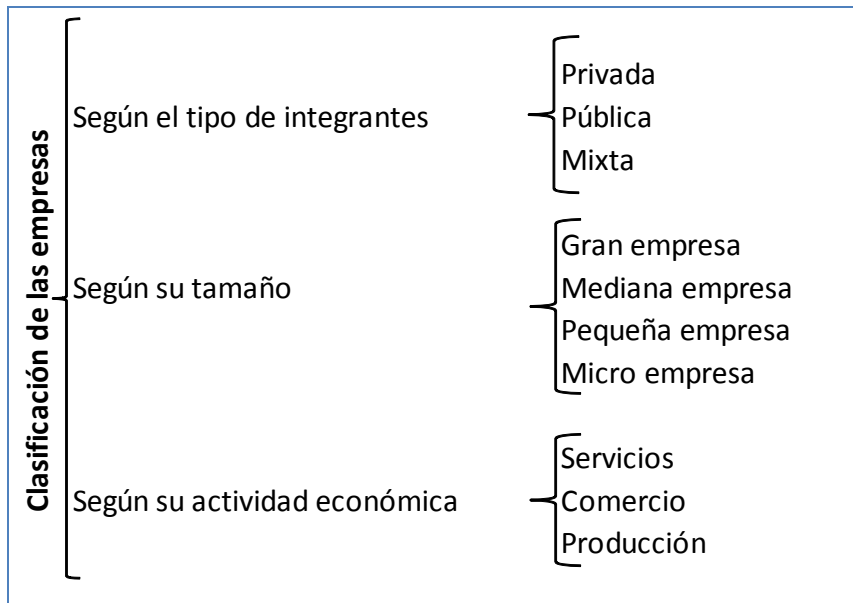
**Sistema de aprovisionamiento o de logística,** en el sentido de la capacidad de coordinación con el exterior, con el entorno.

**Sistema de mantenimiento de la capacidad** de los recursos, de la combinación de los mismos y de las relaciones de la empresa con su entorno

**Sistema de adaptación** que afecta a la capacidad de la empresa para adaptarse a las situaciones cambiantes de la tecnología, de dimensión, de variaciones del entorno, etc.

**Sistema político,** que afecta a la característica de la empresa como institución societaria en la que se recoge la relación y la forma en que realiza su vinculación con el entorno en el que se desenvuelve.

**Clasificación de las empresas:** Pueden ser clasificadas según la composición de sus integrantes, su tamaño y su actividad económica, entre otras formas.



**Figura 3.** Clasificación de las empresas  
Elaborado por: Johanna robles

### Clasificación según sus integrantes

**Empresa privada.** Es aquella que tiene como socios o accionistas a ciudadanos o personas jurídicas privadas.

**Empresa pública:** Tiene como socios, o accionistas a entidades públicas y su capital proviene del Presupuesto General del Estado o de otra empresa pública.

**Empresa mixta:** Está integrada por capitales públicos y privados, actúa normalmente en sectores estratégicos de la economía.

### Clasificación según su tamaño

Esta clasificación es relativa y su dimensionamiento depende del tamaño de la economía del país anfitrión, en términos generales:

- Micro empresa: si posee 10 o menos trabajadores.
- Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.
- Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores

**Tipo de empresas:** El tipo de empresa es una clasificación en función de su constitución, lo establece en el País, la Ley de Compañías, a continuación los diversos tipos de empresas (H. Congreso Nacional, 1999):

**Compañía en Nombre Colectivo:** La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social (Ley de Compañía. Art. 36).

**Compañía en Comandita Simple:** La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse. El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía (Ley de Compañías. Art. 59)

**Compañía de responsabilidad Limitada:** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar (Ley de Compañías, Art. 92).

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

**Compañía en Comandita por Acciones:** El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles (Ley de Compañías, Art. 301).

**Compañía de Economía Mixta:** Se aplica las disposiciones relativas a la compañía anónima, se forma con entidades del Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía (Ley de Compañías, Art. 308).

**Compañía extranjera:** Son aquellas que están legalmente constituidas en su país de origen y cumplen las disposiciones de registro y operación en el Ecuador de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Compañías.

**Asociación o Cuentas en Participación:** Es aquella en la que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio. Puede también tener lugar en operaciones mercantiles hechas por no comerciantes (Ley de Compañías, Art. 423).

**Compañía Holding o Tenedora de Acciones:** Es la que tiene por objeto la compra de acciones o participaciones de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de vínculos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados y conformar así un grupo empresarial (Ley de Compañías, Art. 429).

### **Marco conceptual.-**

**Comerciante:** El Art. 28 del Código de Comercio define como comerciantes a las personas naturales o jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno.

La habitualidad es un elemento básico para la definición de comerciantes, personas que ejerzan con eventualidad el comercio no tienen el calificativo de comerciantes. La condición de capacidad legal para contratar es lo que permite el ejercicio de comerciante.



**Flujograma de procesos:** La palabra flujograma, es una expresión genérica de un diagrama de flujos que se podría aplicar a flujos de información (Anaya, 2007) aplicable a cualquier tipo de procesos.

**Tratados de libre comercio:** Es un acuerdo comercial suscrito entre dos países (bilateral), un país y un bloque de países o entre bloque de países (multilateral). Mediante estos instrumentos se dinamiza el comercio por medio de la apertura comercial, disminución de gravámenes, promover condiciones justas de competencia, incrementar oportunidades de inversión, protección adecuada a derechos de propiedad, estimulación a producción nacional, fomentar la cooperación entre países, además de solución de controversias.

**Balanza comercial:** La balanza comercial es la diferencia entre exportaciones e importaciones de un país durante un período. Si el valor de las exportaciones es mayor al valor de las importaciones se tiene una balanza comercial favorable o superavitaria, en el caso contrario, se tiene una balanza comercial desfavorable o deficitaria (Banco Central del Ecuador, 2012).

**Exportaciones:** Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios que el país vende a otros países. Para el análisis de la estructura de las exportaciones por grupo de productos, se consideran únicamente las exportaciones de bienes (Ibídem).

**Importaciones:** Las **importaciones** son el conjunto de bienes y servicios **que** el país compra a otros países. Para el análisis de la estructura de las importaciones por uso o destino económico, se consideran únicamente las importaciones de bienes (Ibídem).

## **1.6 DISEÑO INVESTIGATIVO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es su paradigma, plan, estructura y estrategia, todo ello enfocado en la metodología de la investigación científica. Todo diseño debe estar sujeto a las exigencias de validez interna y validez externa.

Esta investigación es de tipo no experimental, ya que no realiza ningún tipo de manipulación de las variables.

En cuanto a lo espacial es una investigación documental, se basa en análisis de información secundaria, para ello se consultó una amplia gama bibliográfica, tales como libros, documentos, informes técnicos, contenido de páginas web leyes y normas del país que regulan la producción y la exportación.

En lo temporal es una investigación vertical, al realizar un diagnóstico sobre evolución de variables a lo largo del tiempo.

En la parte investigativa es de tipo descriptivo porque presenta características, cualidades, causas, efectos del problema planteado y además registra datos, los analiza e interpreta la naturaleza actual del objeto de la investigación.

## **1.7 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

**Población (N).**- Constituyen los sujetos de la investigación siendo el centro de la misma, de donde se extrae la información requerida para el estudio respectivo.

Para efectos de esta investigación la población es el conjunto de registros estadísticos sobre exportaciones e importaciones de malanga, tanto de Ecuador como del resto del mundo.

**Muestra (n).**- La muestra será igual a la población, esto es el conjunto de registros estadísticos sobre exportaciones e importaciones de malanga.

## **1.8 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

El método a utilizarse en la investigación es el deductivo-inductivo, esto es de lo general se arriba a conclusiones particulares. La principal técnica utilizada es el análisis documental, para ello se utilizará como instrumento central la ficha bibliográfica.

## CAPITULO II

### MALANGA: PRODUCCIÓN EN EL MUNDO Y EN ECUADOR

#### 2.1 PRODUCCIÓN DE MALANGA EN EL MUNDO

Cuadro 2. Producción de malanga en el mundo, año 2011

No.	País	Cantidad	Cantidad	Total
		Taro	Yautia	
1	Nigeria	3.265.740		3.265.740
2	China continental	1.650.000		1.650.000
3	Camerun	1.568.804		1.568.804
4	Ghana	1.299.645		1.299.645
5	Madagascar	224.888		224.888
6	Papua Nueva Guinea	222.916		222.916
7	Ruanda	187.248		187.248
8	Japón	171.300		171.300
9	Cuba		132.100	132.100
10	República Centroafricana	122.719		122.719
11	Filipinas	110.718		110.718
12	Egipto	103.117		103.117
13	Venezuela		90.336	90.336
14	Tailandia	89.674		89.674
15	Costa de Marfil	69.682		69.682
16	República Democrática del Congo	68.923		68.923
17	Gabón	60.207		60.207
18	Burundi	58.311		58.311
19	Fiji	53.256		53.256
20	Taiwan	46.882		46.882
21	El Salvador		42.961	42.961
22	islas Salomón	40.638		40.638
23	Perú		35.000	35.000
24	República Dominicana		32.916	32.916
25	Guinea	28.000		28.000
26	Costa Rica		15.428	15.428
27	Dominica		5.413	5.413
28	Panamá		4.567	4.567
29	Trinidad y Tobago		1.771	1.771
30	Puerto Rico		1.666	1.666
31	México		415	415
32	Belice		214	214
33	Santa Lucía		39	39

Fuente: [www.faostat.fao.org](http://www.faostat.fao.org)

El reporte de producción de malanga (taro o yautía) al año 2011 que publica FAO, indica que el mayor productor del tubérculo en el mundo es Nigeria, con 3'265.740 millones de toneladas métricas, seguida de China Continental con 1'650.000 t/m, Camerún está en tercer lugar con 1'568.804; Ghana en cuarto lugar con 1'299.645 y Madagascar en quinto lugar con 224.888.

Entre los países de América con mayor producción está Cuba en noveno lugar en el mundo con 132.100 t/m; Venezuela con 90.336 t/m, El Salvador con 42.961 t/m, Perú con 35.000 t/m entre otros.

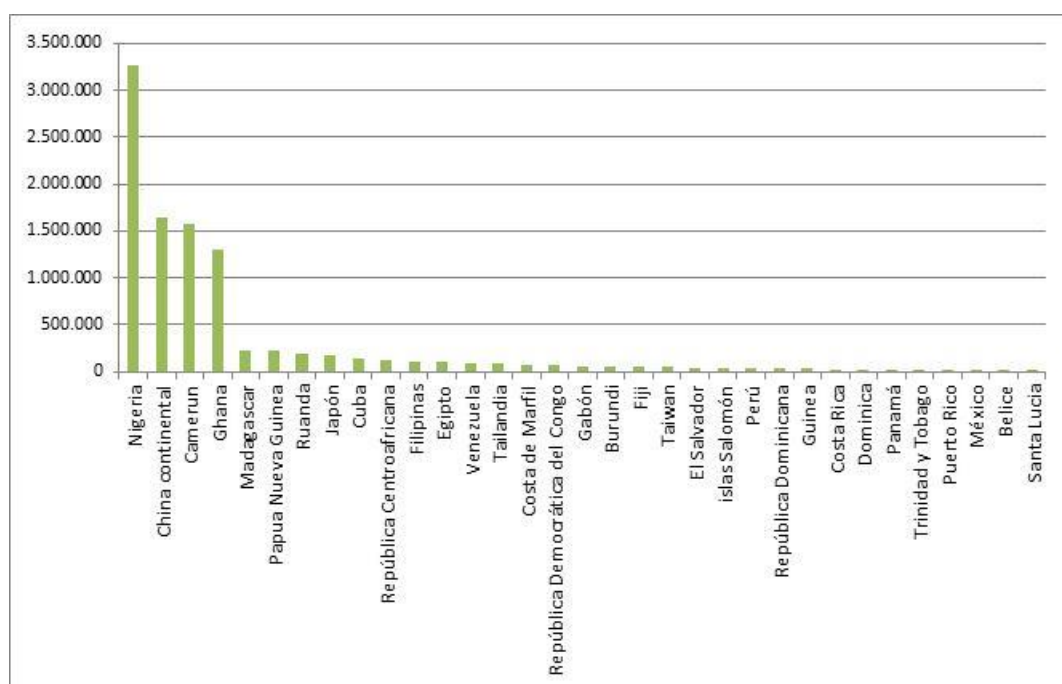


Figura 4. Producción de malanga en el mundo, año 2011  
Fuente: www.faostat.fao.org

## 2.2 CONSUMO Y ZONAS DE PRODUCCIÓN DE MALANGA EN ECUADOR

### 2.2.1 Consumo de malanga en Ecuador

En Ecuador, los tubérculos ricos en carbohidratos de mayor consumo son la papa, yuca y camote; la malanga es un producto desconocido para un amplio porcentaje de la población y ausente de los mercados. La especie de malanga blanca está presente en la dieta de la población de las estribaciones de los Andes, donde es un cultivo de subsistencia conocido como papa china.

Por el contrario, es un producto ampliamente consumido en el Caribe, Centroamérica y Venezuela; por lo que el éxodo de esa población a Estados Unidos y su concentración en la costa Atlántica ha generado una fuerte demanda del producto, siendo el mayor importador de la malanga producida en terceros países.

## 2.2.2 Zonas productoras de malanga en Ecuador

Según expertos, la malanga debe ser sembrada en suelos de textura franco arenosa, con alto contenido de materia orgánica, profundos y bien drenados, la precipitación pluvial ideal es entre 65 a 80 pulgadas al año bien distribuidas, y la temperatura ambiente debe estar entre 25 a 30°C (Díaz, s/f).

En Ecuador la siembra de malanga se concentra en la provincia de Santo Domingo y zonas aledañas, adicionalmente en la Amazonía (Sucumbíos y Orellana), se estima que el total de hectáreas dedicadas al cultivo no sobrepasa de 2.000 en el país (Bernal, 2010).

La cosecha no es estacional, es gradual, la planta dura en la tierra hasta 16 meses, de tal forma que durante todo el año puede haber disponibilidad del producto sin problemas de temporalidad de la cosecha que afecta al precio.

## 2.2.3 Producción y exportación de malanga ecuatoriana

No existe información oficial pública sobre la superficie de cultivo de la malanga, no obstante como aproximación se puede considerar las exportaciones de la misma, ya que es un producto íntegramente orientado al mercado internacional.

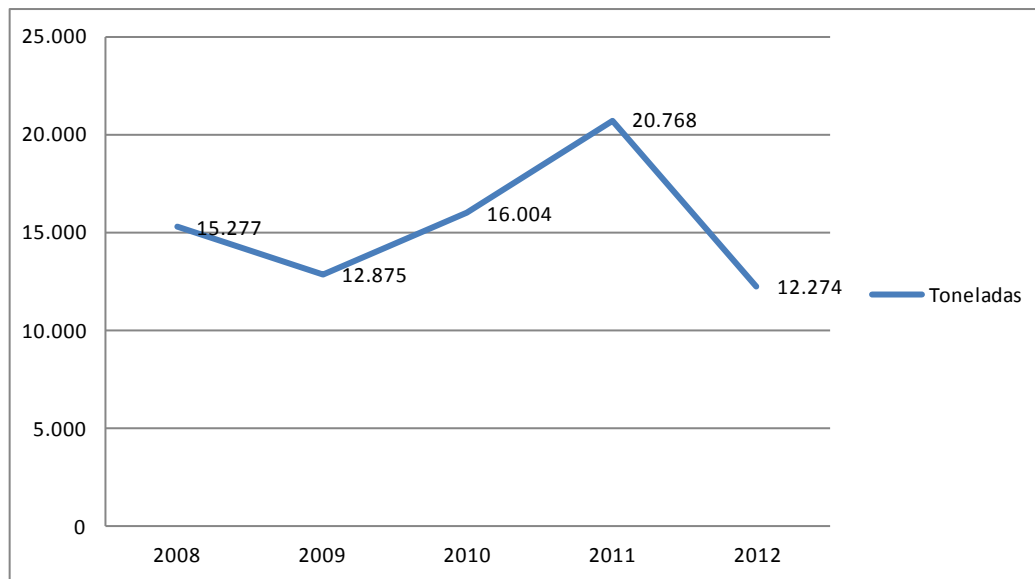
**Cuadro 3. Exportación de partida arancelaria 071490 (demás raíces y tubérculos...), periodo 2008-2012, en toneladas y valor FOB (US\$)**

Descripción	2008	2009	2010	2011	2012
Toneladas	15.277	12.875	16.004	20.768	12.274
Valor FOB (Miles de US\$)	12.347	11.126	11.809	11.008	12.439
Precio promedio por kilo (US\$)	0,889	0,951	0,812	0,583	1,115

Fuente: Trademap

En cuanto a exportaciones de malanga, aunque existe la partida arancelaria 071450 que corresponde a yautía y 071440 para taro; Ecuador exporta el producto amparado en la partida 071490 que corresponde a “*los demás tubérculos...*”; información de exportaciones de malanga correspondiente al año 2008 de la Empresa de Manifiestos

indica que en ese año el país exportó 15.119 toneladas de malanga (98,99% de lo registrado por TRADEMAP para la partida presentada) con un valor FOB de US\$ 11'083.347; por tanto, se considerarán válidos y representativos los datos arriba presentados para exportaciones ecuatorianas de malanga. Cabe destacar que en el año 2013, según publicaciones especializadas, las exportaciones ecuatorianas de malanga crecieron en un 33% (Revista El Agro, 2013).



**Figura 5. Cuadro 2. Exportación de partida arancelaria 071490 (demás raíces y tubérculos...), periodo 2008-2012, en toneladas y valor FOB (US\$)**

Fuente: TRADEMAP

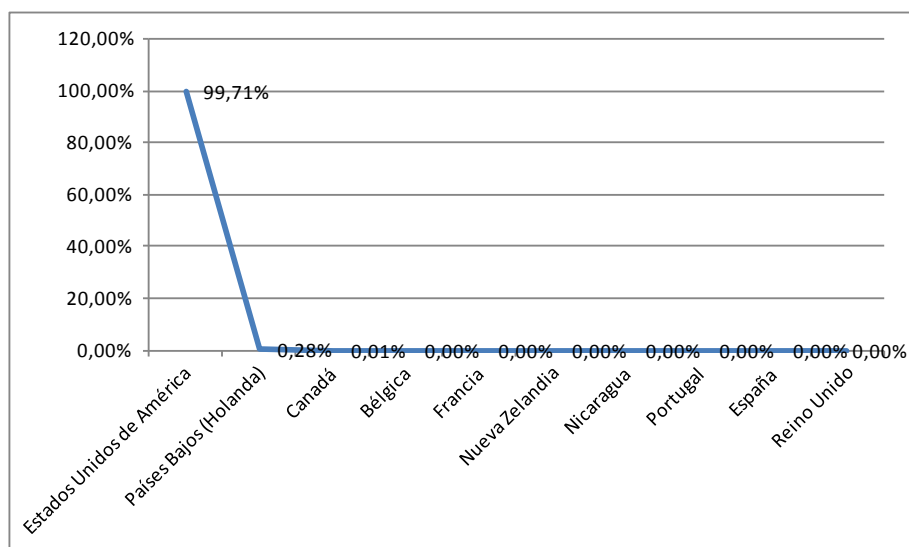
## 2.2.4 Principales países importadores de malanga ecuatoriana

**Cuadro 4. Principales países importadores de malanga ecuatoriana, periodo 2008-2012**

Países importadores	2008	2009	2010	2011	2012	2008-2012	
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Promedio exportado cantidades	Promedio exportado porcentaje
Mundo	15.277	12.875	16.004	20.768	12.274	15.440	100,0%
Estados Unidos de América	14.905	12.463	15.994	20.668	12.238	15.254	99,71%
Países Bajos (Holanda)	225	38	0	12	34	62	0,28%
Canadá	0	0	0	0	1	0	0,01%
Bélgica	0	0	0	50	0	10	0,00%
Francia	39	3	0	25	0	13	0,00%
Nueva Zelanda	0	0	4	0	0	1	0,00%
Nicaragua	0	5	0	0	0	1	0,00%
Portugal	0	19	0	0	0	4	0,00%
España	70	347	5	13	0	87	0,00%
Reino Unido	38	0	0	0	0	8	0,00%

Fuente: TRADEMAP

Durante el periodo 2008 al 2012, las exportaciones de la partida arancelaria 071490 en promedio fueron de 15.440 t/m por año, el 99,71% fue para Estados Unidos, Holanda fue el segundo importador con el 0,28%; adicionalmente países como Bélgica, Francia, Nueva Zelanda, Nicaragua, Portugal, España y Reino Unido participaron como compradores pero con cantidades muy pequeñas.



**Figura 6. Principales países importadores de malanga ecuatoriana, participación porcentual, periodo 2008-2012**

Fuente: TRADEMAP

## 2.2.5 Exportadores de malanga en Ecuador

A continuación un listado de exportadores ecuatorianos de malanga:

**Cuadro 5: Detalle de exportadores de malanga**

No.	Nombre
1.	TROPICALEXPORT S.A. Km. 1,5 Vía Samborondón, Ed. Samborondón Bussines Center, torre B, piso 1, of. 109, telef. 593-4-2838701
2.	Roberto Romero Imp & Export.
3.	Alba del Ecuador
4.	CIMEXPORT COMERCIO IMP. & EXP.
5.	RITCYMAR S.A.
6.	DUREXPORT S.A.
7.	TROPICAL EXPORT S.A.
8.	ROBERTO ALZAMORA
9.	FGENTERPRISE S.A. Km. 17, vía Santo Domingo, telef. 2764129. Santo Domingo de los Tsáchilas.
10.	HELGE VORBECK
11.	MASUQ S.A.
12.	EXPOCARTE S.A.
13.	Jorge Salazar
14.	SHAYDAL S.A.
15.	ECUBOS C.A.
16.	JMW TROPICAL & JR. PRODUCE CORP S.A.
17.	JORGE PALMA
18.	SUCRE RODRÍGUEZ
19.	AGRIPROCORP S.A.
20.	AMALIA MACIAS
21.	ECUADOR PARAISO TROPICAL
22.	Luís Pavar Impor. & Expor.
23.	Liber Ramírez
24.	Agrícola Montebello S.A.
25.	Fgenterprise S.A.
26.	SEMBRIEXPORT S.A.
27.	EXPORTADORA HIGHLAND GOURMET S.A.
28.	ROBERTO DUNN
29.	LORENA RACINES
30.	Lauritsen Cool Ecuador
31.	Ferry Cerezo
32.	VERYTECH S.A.
33.	Malanga y Tropicales S.A.

Fuente: Empresas de Manifiestos. 2008  
Elaborado por: Johanna Robles



## CAPITULO III

### MERCADO MUNDIAL DE LA MALANGA

No obstante que la malanga en muchos países constituye un cultivo de subsistencia, la emigración de población caribeña, centroamericana, y sudamericana a Estados Unidos ha generado una importante demanda del tubérculo con el propósito de satisfacer la necesidad de la población latina.

#### 3.1 COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTADOS UNIDOS, ESTADO DE LA FLORIDA Y DE MIAMI DADE.

##### 3.1.1 Población de Estados Unidos

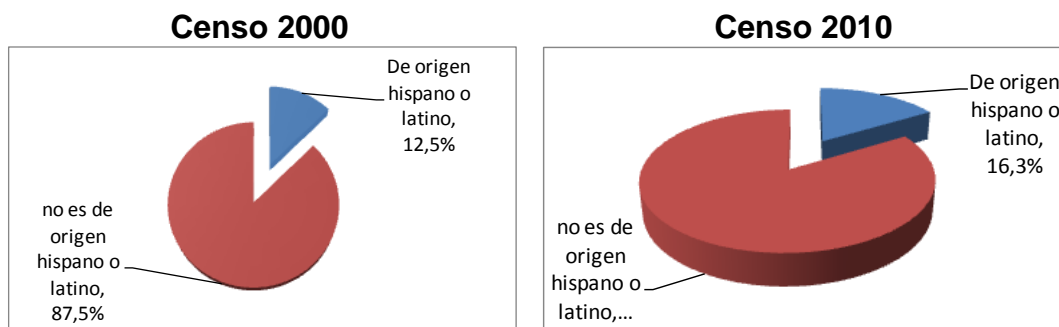
La demanda de un producto está determinada por la cuantía de la población, sus necesidades y gustos y preferencias, entre otros aspectos; en este caso la población con mayor inclinación cultural al consumo de malanga en Estados Unidos es la de origen latinoamericano, específicamente caribeños, centroamericanos, mexicanos y venezolanos.

Cuadro 6. Distribución de la población de Estados Unidos por origen y tipo, censos 2000 y 2010

Origen y tipo	CENSO 2000		CENSO 2010	
De origen hispano o latino	35.305.818	12,5%	50.477.594	16,3%
no es de origen hispano o latino	246.116.088	87,5%	258.267.911	83,7%
<b>Total</b>	<b>281.421.906</b>	<b>100,0%</b>	<b>308.745.505</b>	<b>100,0%</b>
<b>Hispanos o latinos por tipo</b>	<b>35.305.818</b>	<b>12,5%</b>	<b>50.477.594</b>	<b>16,3%</b>
Mexicanos	20.640.711	7,3%	31.798.258	10,3%
Puertorriqueños	3.406.178	1,2%	4.623.716	1,5%
Cubanos	1.241.685	0,4%	1.785.547	0,6%
<b>Hispano o latino de otro tipo</b>	<b>10.017.244</b>	<b>3,6%</b>	<b>12.270.073</b>	<b>4,0%</b>

Fuente: Ennys, Rios & Albert. US Census Bureau. 2010

En Estados Unidos, la percepción que la población latina se incrementa gradualmente es confirmada por el Censo del año 2010, mismo que indica que los habitantes de origen latino de ese país en el año 2010 constituían el 12,55 de la población, y en el año 2010 ascendían al 16,3% del total de habitantes. En esta población de origen latino sobresalen grupos tales como mexicanos que son el 10,3% de la población, junto con puertorriqueños (1,5%), cubanos (0,6%) e hispanos de otro tipo (4%), en esta última clasificación se agrupan centroamericanos, sudamericanos, españoles y otros, como se presenta en el anexo global de la población por origen y tipo de Estados Unidos.



**Figura 7. Composición de la población de Estados Unidos por origen, censos 2000 y 2010**

Elaborado por: Johanna Robles

### 3.1.2 COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN DEL ESTADO DE FLORIDA

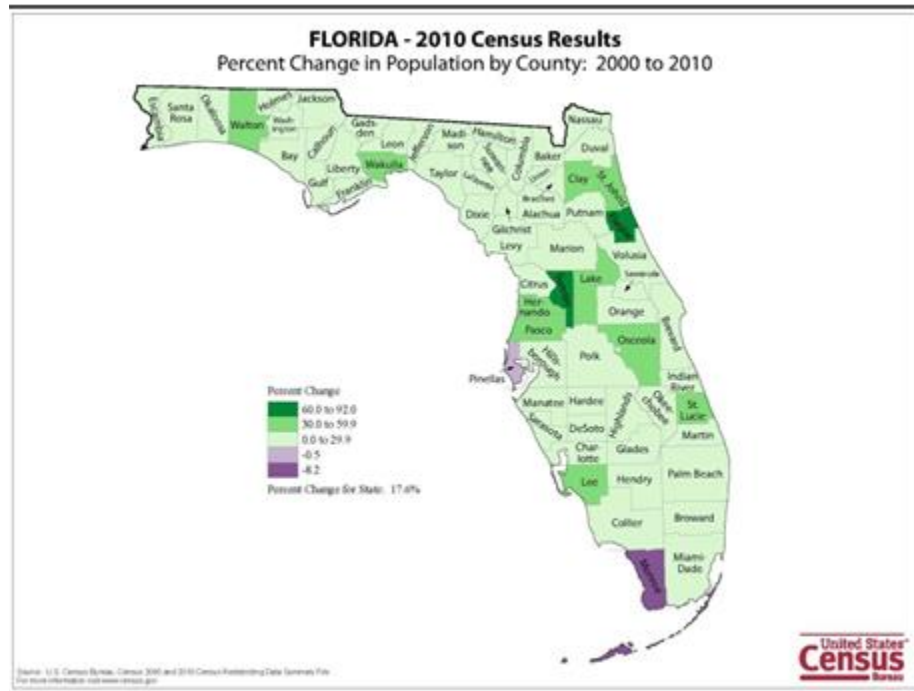


Figura 8. Mapa del estado de Florida

Fuente: www.census.gov

El estado de Florida se ubica al sur de Estados Unidos en la Costa Este, constituye uno de los grandes puntos de comercio con América Latina, y de por sí es un estado con una amplia población latina y fuertemente influenciado por el idioma castellano.

Cuadro 7. Composición de la población del Estado de Florida, estimada al año 2012, por origen y grupo

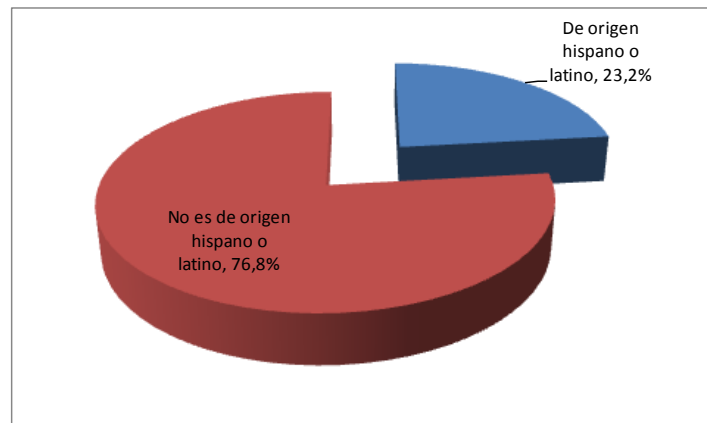
Origen y tipo	2012	
De origen hispano o latino	4.482.414	23,2%
No es de origen hispano o latino	14.838.335	76,8%
<b>Total</b>	<b>19.320.749</b>	<b>100,0%</b>
Afrodescendientes	3.207.244	16,6%
Indios americanos y nativos de Alas	96.604	0,5%
Asiáticos	502.339	2,6%
Nativos de Hawaii	19.321	0,1%
Hispanos o latinos	4.482.414	23,2%
Blancos no hispanos o latinos	11.012.827	57,0%

Fuente: Census Bureau. 2010

Elaborado por: Johanna Robles

Datos estimados por el Census Bureau, indica que en el estado de Florida, la población al año 2012 fue de 19'320.749 habitantes, de ello, el 23,2% correspondía a habitantes de origen latino o latino, mientras que el 76,8% correspondía a otros grupos.

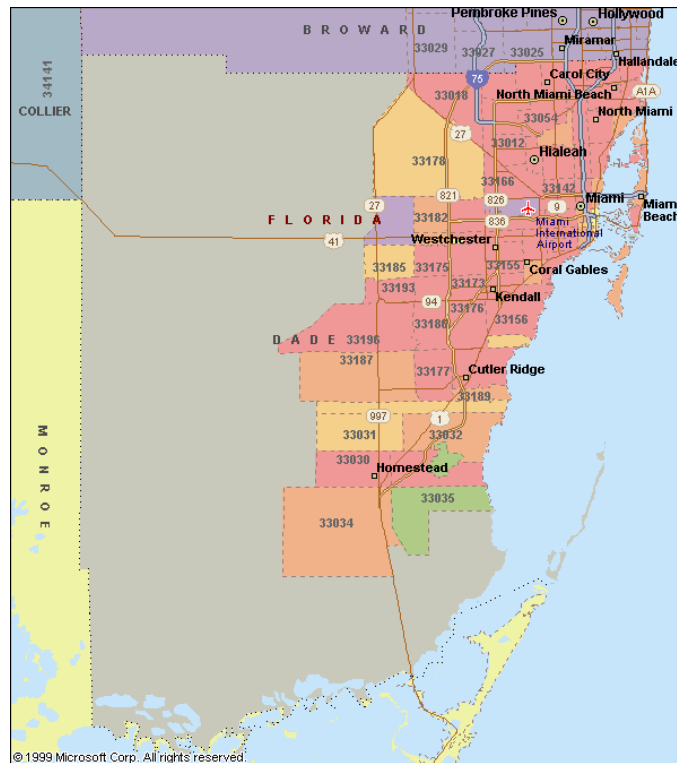
En cuanto a los otros grupos de la población de la Florida, el 16,6% son afrodescendientes, 0,5% son nativos americanos y de Alaska, 2,6% asiáticos, 0,1% nativos de Hawaii y 57% son blancos no hispanos o latinos.



**Figura 9. Composición de la población del Estado de Florida, estimada al año 2012, por origen y grupo**

Fuente: Census Bureau. 2010  
Elaborado por: Johanna Robles

### 3.1.3 Composición de la población de Miami Dade.



Fuente: www.mundiaccion.com

El condado de Miami-Dade es uno de los 67 condados que forman parte del estado de Florida en Estados Unidos, está ubicado al sur-este de la península de Florida, y aglutina importantes poblaciones tales como North Miami, Miami Beach, Miami, Hialeah, Coral Gables, West Chester, Kendall, Cutler Ridge y Homestead.

Cuadro 8. Población de Miami-Dade por origen y grupos étnicos, estimada al año 2012

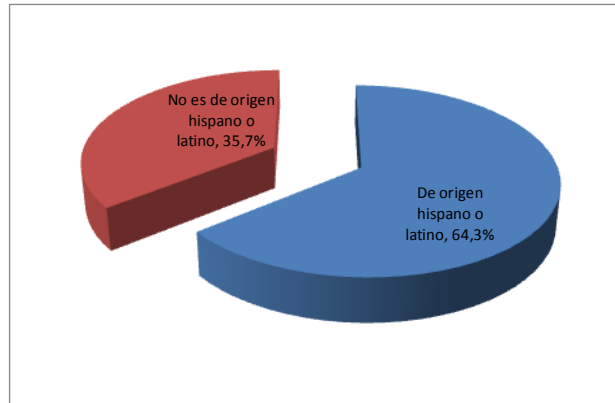
Origen y tipo	2012	
De origen hispano o latino	1.666.036	64,3%
No es de origen hispano o latino	924.999	35,7%
<b>Total</b>	<b>2.591.035</b>	<b>100,0%</b>

Origen y tipo	2012	
Afrodescendientes	497.479	19,2%
Indios americanos y nativos de Alas	7.773	0,3%
Asiáticos	44.048	1,7%
Nativos de Hawaii	2.591	0,1%
Hispanos o latinos	1.666.036	64,3%
Blancos no hispanos o latinos	373.109	14,4%
<b>Total</b>	<b>2.591.035</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Census Bureau. 2010  
Elaborado por: Johanna Robles

Al año 2012, la población de Miami-Dade county se estimó en 2'591.035 habitantes, de ellos, la población de origen hispano o latino es mayoría, asciende a 64,3% (1'666.036 individuos) del total, una gran parte de ellos de ascendencia cubana.

Los afrodescendientes son del 19,2%, y blancos no hispanos o latinos ascienden a 14,4% del total.



**Figura 10. Población de Miami-Dade County por origen y grupos étnicos, estimada al año 2012**

**Fuente:** Census Bureau. 2010  
Elaborado por: Johanna Robles

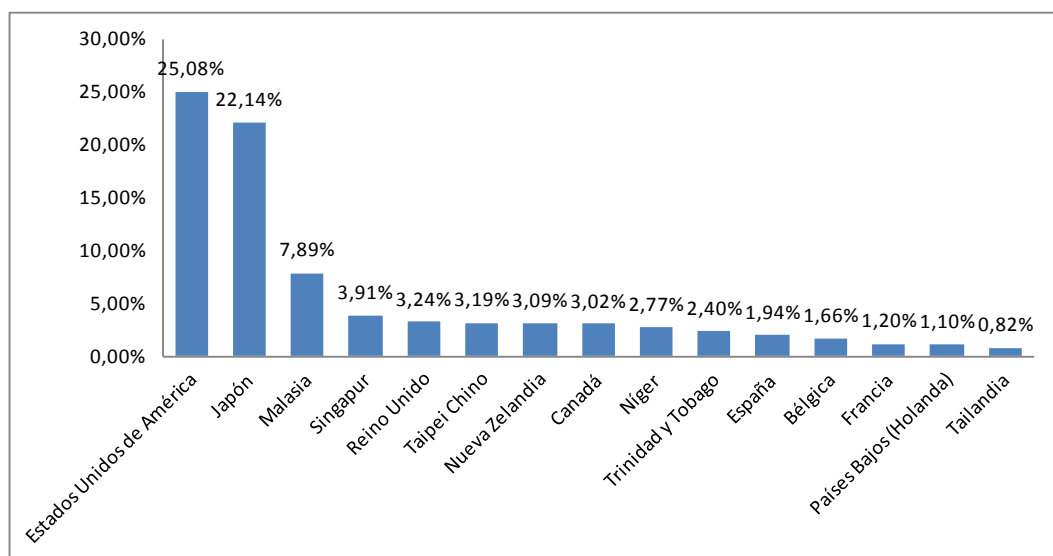
### 3.2 IMPORTADORES MUNDIALES DE MALANGA.

**Cuadro 9. Importaciones mundiales de malanga, periodo 2008-2012, en toneladas métricas**

No.	Importadores	2008	2009	2010	2011	2012	Porcentaje
		cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	
	Mundo	368.753	369.473	403.609	322.052	224.156	100,00%
1	Estados Unidos de América	87.541	90.528	94.778	100.178	56.216	25,08%
2	Japón	52.568	47.149	47.213	54.247	49.619	22,14%
3	Malasia	14.870	19.262	22.794	18.386	17.679	7,89%
4	Singapur	10.883	10.824	11.445	11.643	8.760	3,91%
5	Reino Unido	18.161	19.549	19.779	20.223	7.253	3,24%
6	Taipei Chino	9.946	9.699	10.590	7.270	7.154	3,19%
7	Nueva Zelandia	8.186	7.452	6.968	8.312	6.937	3,09%
8	Canadá	13.284	14.573	16.467	17.097	6.778	3,02%
9	Níger	2.216	2.731	4.292	6.218	6.206	2,77%
10	Trinidad y Tobago	2.515	3.499	12.430	4.629	5.388	2,40%
11	España	2.030	3.626	3.257	4.092	4.348	1,94%
12	Bélgica	87.536	104.284	94.718	2.071	3.726	1,66%
13	Francia	6.632	6.553	7.114	6.053	2.691	1,20%
14	Países Bajos (Holanda)	3.262	3.129	5.386	5.647	2.469	1,10%
15	Tailandia	851	958	1.399	1.528	1.843	0,82%

Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Johanna Robles

El mercado internacional de malanga al año 2012 es de aproximadamente 224.156 toneladas métricas, el mayor importador es Estados Unidos que absorbe el 25,08% de las importaciones mundiales, seguido de Japón con el 22,14%, el tercer y cuarto lugar lo ocupan Malasia y Singapur en Asia con el 7,89% y 3,91%, en Europa Reino Unido ocupa el quinto lugar con el 3,24%, Canadá en América del Norte ocupa el octavo lugar (3,02%) entre los más cercanos a Ecuador.



**Figura 11. Importaciones mundiales de malanga, año 2012, en porcentaje de cantidades importadas**

Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Johanna Robles

Sobre los cuadros arriba insertos, debe considerárseles de manera referencial, ya que como se trata de estadísticas internacionales, no necesariamente el año 2012 está actualizado por lo que se aprecia una baja importante de las importaciones mundiales de malanga.

### 3.3 EXPORTADORES MUNDIALES DE MALANGA

**Cuadro 10. Exportaciones mundiales de malanga, periodo 2008-2012 en toneladas métricas**

No.	Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	Porcentaje
		cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	
	<b>Mundo</b>	<b>367.055</b>	<b>293.766</b>	<b>336.756</b>	<b>393.775</b>	<b>289.261</b>	<b>100,0%</b>
1	China	114.340	115.364	104.364	110.347	113.377	39,2%
2	Nicaragua	15.077	17.562	13.292	13.902	43.834	15,2%
3	México	24.569	23.443	27.099	38.928	34.209	11,8%
4	Ghana	14.666	10.501	7.030	21.521	20.822	7,2%
5	Costa Rica	29.343	19.884	36.246	36.654	15.589	5,4%
6	Ecuador	15.277	12.875	16.004	20.768	12.274	4,2%
7	Rumania	0	0	16.412	2.047	11.953	4,1%
8	Jamaica	8.532	8.592	10.707	10.660	10.960	3,8%
9	Fiji	11.114	9.957	10.756	12.598	9.189	3,2%
10	San Vicente y las Granadinas	4.693	6.697	5.158	5.745	6.611	2,3%
11	República Dominicana	3.105	4.799	3.142	2.086	4.423	1,5%
12	Honduras	11.167	3.787	2.942	1.568	2.980	1,0%
13	Brasil	5.192	6.420	4.021	3.639	2.931	1,0%

Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Johanna Robles



Los principales países exportadores de malanga al año 2012 son China con el 39,2% de participación mundial, seguido de Nicaragua con el 15,2%, México (11,8%), Ghana (7,2%), Costa Rica (5,4%), Ecuador (4,2%), Rumania (4,1%), Jamaica (3,8%), Fiji (3,2%), San Vicente y las Granadinas (2,3%), República Dominicana (1,5%), Honduras y Brasil con el 1% cada uno.

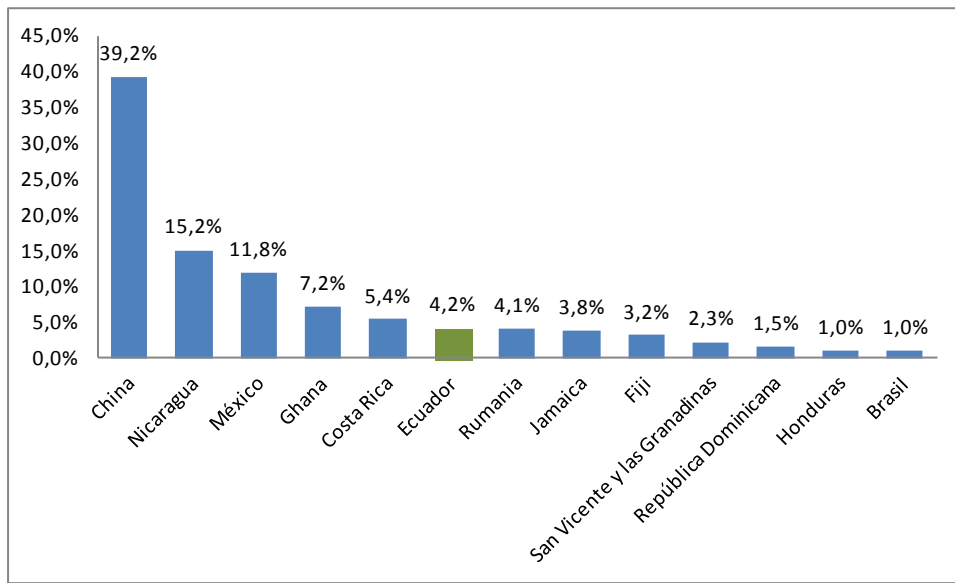


Figura 12. Exportaciones mundiales de malanga, año 2012, países participantes en cantidades exportadas

Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Johanna Robles

### 3.4 LAS IMPORTACIONES DE MALANGA EN ESTADOS UNIDOS

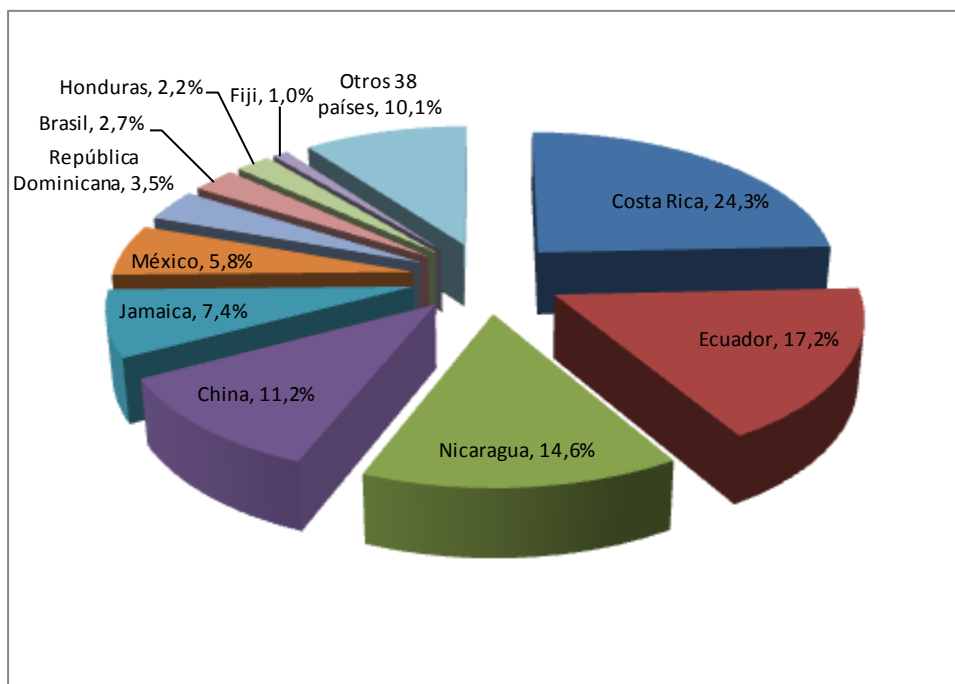
Cuadro 11. Importaciones de malanga en Estados Unidos, periodo 2008-2012 (toneladas)

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	Promedio 2008-2012	Promedio 2008-2012 (%)
= Mundo	87.541	90.528	94.778	100.178	59.241	86.453	100,0%
1 Costa Rica	23.059	20.667	26.762	25.002	9.496	20.997	24,3%
2 Ecuador	14.065	11.490	15.761	19.650	13.242	14.842	17,2%
3 Nicaragua	13.506	14.407	11.084	12.015	11.991	12.601	14,6%
4 China	8.869	10.995	8.903	10.194	9.467	9.686	11,2%
5 Jamaica	6.545	7.574	9.272	8.260	522	6.435	7,4%
6 México	1.030	2.448	6.570	9.608	5.288	4.989	5,8%
7 República Dominicana	2.895	4.357	2.502	1.561	3.911	3.045	3,5%
8 Brasil	3.121	3.463	2.617	2.210	447	2.372	2,7%
9 Honduras	1.711	1.793	1.507	1.485	3.049	1.909	2,2%
10 Fiji	1.001	911	840	764	611	825	1,0%
Otros 38 países	11.738	12.424	8.959	9.429	1.193	8.749	10,1%

Fuente: TRADEMAP

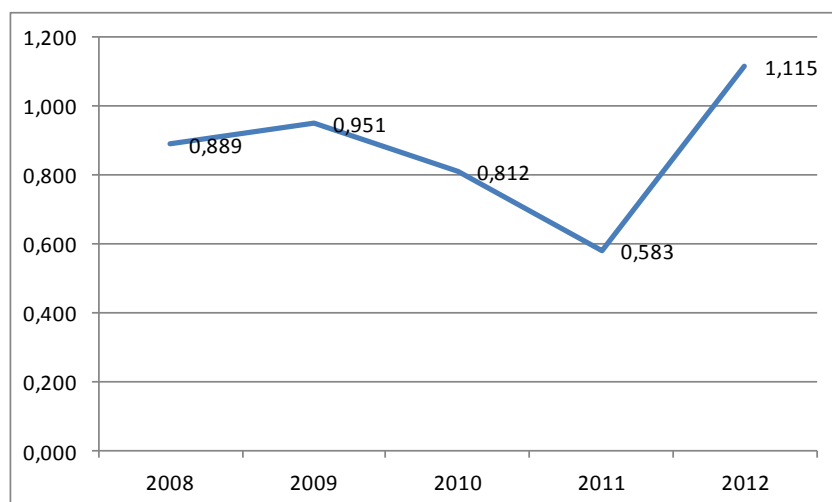
En Estados Unidos, las importaciones de malanga, yautía o taro se registra en las partidas arancelarias 071440, 071450 y 071490, durante el periodo 2008 al 2012, El primer abastecedor del producto fue Costa Rica con el 24,2%, seguido de Ecuador con el 17,2%, Nicaragua con el 14,6%, china con el 11,2%; Jamaica (7,4%), México (5,8%), República Dominicana (3,5%), Brasil (2,7%), Honduras (2,2%), Fiji (1,2%) y otros 38 países participan con el 10,1%.

Cabe destacar que en el año 2012 que hubo una disminución de alrededor del 40% de las importaciones de malanga en Estados Unidos, Ecuador fue el mayor abastecedor del producto, seguido de Nicaragua, Costa Rica y China.



**Fuente:** TRADEMAP  
Elaborado por: Johanna Robles

### 3.5 PRECIO PROMEDIO FOB DE MALANGA ECUATORIANA INTRODUCIDA A ESTADOS UNIDOS



**Figura 13. Precio promedio anual de malanga ecuatoriana, introducida a Estados Unidos, periodo 2008-2012 (US\$ kilo)**

Fuente: Trademap  
Elaborado por: Johanna Robles

La malanga tiene precios variables en el mercado internacional, dependiendo de los determinantes de precios de productos agrícolas mediante las variables de oferta y demanda, en ellos está la estacionalidad cultural de consumo de determinado alimento, cantidad de oferta que puede subir o bajar en función de fenómenos naturales, etc.

Para el periodo 2008 al 2012 los precios promedio del kilo de malanga ecuatoriana introducida al mercado de Estados Unidos fueron de US\$ 0,889 en el año 2008, US\$ 0,951 en el 2009, US\$ 0,812 en el 2010, US\$ 0,583 en el 2011 y US\$ 1,115 en el 2012.

En Ecuador, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, tiene el programa Sistema Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca –SINAGAP- donde se publican precios referencias de precios de productos en los mercados mayoristas; en este la malanga no aparece por ser un producto que no se comercializa en estos mercados, por ser su producción comercial para fines de exportación. Por tanto no existen precios ni oficiales ni referenciales de este producto.

## 3.6 POLÍTICA INTERNACIONAL – RELACIONES EXTERIORES

### 3.6.1 Ecuador – Estados Unidos

Estados Unidos es un importante socio comercial para Ecuador, aunque en lo inverso Ecuador es un proveedor relativamente reducido para el país del norte.

A diferencia de los países centroamericanos, Ecuador no tiene un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, por lo que una vez vencido el ATPDEA la malanga ingresa al mercado de Estados Unidos con un arancel potencial de 2,3% (MCPE, 2011). Hoy en día, Ecuador exporta a Estados Unidos cerca de 138 productos no petroleros, de los cuales el 93% ingresa amparado en el principio de nación más favorecida (NMF), un 3% ingresa bajo el SGP y el 4% restante paga el arancel completo (MCPE, 2011).

- **Principio de la nación más favorecida.-** Es un principio del sistema de comercio que es manejado por la Organización Mundial de Comercio, el cual manifiesta un “igual trato para todos los demás”; esto significa que los países no pueden establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Como por ejemplo, la reducción de arancel de cualquier producto y cualquier tipo arancelario tiene que hacerse lo mismo con todos los miembros (Organización Mundial de Comercio, 2012).
- **Sistema Generalizado de Preferencias.-** Es un programa comercial que sostiene Estados Unidos, y tiene como objetivo ayudar a los países en desarrollo a mejorar su condición económica mediante la importación de productos con libre arancel, los cuales oscilan en los 4.100 productos.

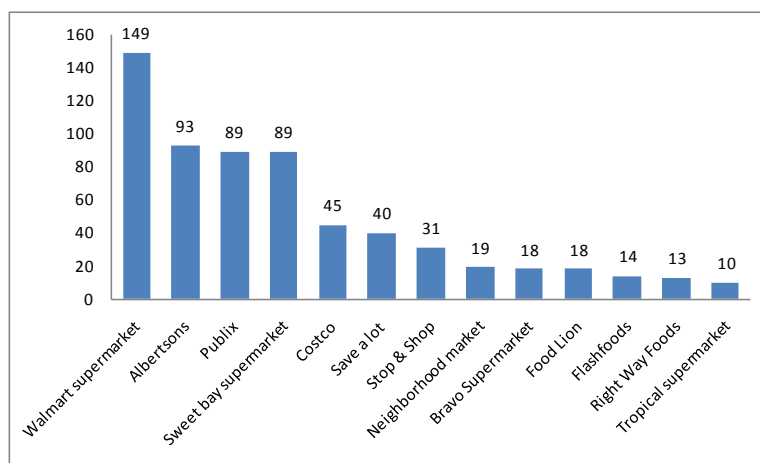
### 3.7 EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

**Cuadro 12. Principales supermercados en el estado de Florida**

No.	Empresa	Número	Página web
1	Walmart supermarket	149	<a href="http://www.walmart.com/cp/grocery/976759">http://www.walmart.com/cp/grocery/976759</a>
2	Albertsons	93	<a href="http://www.albertsons.com">www.albertsons.com</a>
3	Publix	89	<a href="http://www.publix.com">www.publix.com</a>
4	Sweet bay supermarket	89	<a href="http://www.sweetbaysupermarket.com/">http://www.sweetbaysupermarket.com/</a>
5	Costco	45	<a href="http://www.costco.com">www.costco.com</a>
6	Save a lot	40	<a href="http://save-a-lot.com/">http://save-a-lot.com/</a>
7	Stop & Shop	31	<a href="http://www.stopandshop.com/">http://www.stopandshop.com/</a>
8	Neighborhood market	19	<a href="http://www.neighborhood-market.com/">http://www.neighborhood-market.com/</a>
9	Bravo Supermarket	18	<a href="http://www.bravosupermarkets.com/">http://www.bravosupermarkets.com/</a>
10	Food Lion	18	<a href="http://www.foodlion.com">www.foodlion.com</a>
11	Flashfoods	14	<a href="http://www.flashfoods.com/">http://www.flashfoods.com/</a>
12	Right Way Foods	13	<a href="http://www.rightwayfoodservice.com/">http://www.rightwayfoodservice.com/</a>
13	Tropical supermarket	10	<a href="http://sabortropicalsupermarkets.com/">http://sabortropicalsupermarkets.com/</a>
<b>Total</b>		<b>628</b>	

Fuente: [www.supermarketpage.com/state/FL/](http://www.supermarketpage.com/state/FL/)  
 Elaborado por: Johanna Robles

En el estado de Florida existen un gran número de supermercados, mismas que son detallistas, pero a la vez muchas de ellas son importadoras directas. Las principales cadenas son trece, muchas de ellas con cientos de tiendas a lo largo de todo Estados Unidos. Estas trece cadenas detalladas tienen 628 puntos de venta donde distribuyen una amplia gama de mercaderías de ellas todo lo que son abastos.



**Figura 14. Principales supermercados en el estado de Florida**

Fuente: [www.supermarketpage.com/state/FL/](http://www.supermarketpage.com/state/FL/)  
 Elaborado por: Johanna Robles

La cadena con mayor presencia es Wal-Mart que tiene alrededor de 4.500 locales en Estados Unidos, en Florida tiene 149 puntos de venta. Albertsons tiene 93 puntos de venta; Publix y Sweet Bay Supermarket con 89 cada una; Costco tiene 45 puntos de venta; Save a Lot con 40; Stop And Shop con 31 locales; Neighborhood Supermarket con 19 locales; Bravo Supermarket y Food Lion con 18 locales cada una; Flashfoods tiene 14 locales; Right way Foods con 13 locales y Tropical Supermarket con 10 locales.

**Cuadro 13. Importadores y distribuidores en Miami**

Compañía	J&C Enterprise
Teléfono	(305)-255-5100
Fax	(305)-255-5282
Dirección	17425 SW 172 Street Miami, FL 33187
Ciudad	Miami
Estado	Florida

Compañía	Wp Produce Corp.
Teléfono	(305)-326-8333
Dirección	1471 NW 21st St Miami, FL 33142
Ciudad	Miami
Estado	Florida

Compañía	Golden Products, Inc
Teléfono	(305)-381-2362
Dirección	8460 SW 154th Circle Court Miami, FL 33193- 5024
Ciudad	Miami
Estado	Florida

Compañía	Gamma Seafood Corp.
Contacto	Vicente García
Teléfono	(786)-218-6304
Dirección	7850 New South River Dr. Miami FL 33166
Ciudad	Miami
Estado	Florida

Fuente: [www.supermarketpage.com](http://www.supermarketpage.com)  
Elaborado por: Johanna Robles

## CAPÍTULO IV

### LA PROPUESTA

#### 4.1 LA ORGANIZACIÓN

##### 4.1.1 Tipo jurídico de empresa a constituir

Por tratarse de una propuesta en firme, donde se inicia con la exportación de malanga, pero el mismo mercado demandará que se diversifique la oferta exportadora, el grupo deberá organizarse jurídicamente para ello tienen la opción de elegir una forma asociativa con fines de lucro como es la sociedad anónima; misma que se constituye al amparo de la Ley de Compañías y es regulada por la Superintendencia de Compañías, de acuerdo a las siguientes características (H. Congreso Nacional, 1999):

**Capital mínimo para la constitución:** para actividades como la propuesta es de US\$ 800, debe ser pagado en al menos el 25% de su valor nominal.

**Número de socios:** por lo menos dos y un número ilimitado como máximo, siempre y cuando no sean cónyuges ni hijos no emancipados.

Para la constitución de la empresa se requerirá incurrir en gastos de constitución legal y permisos varios.

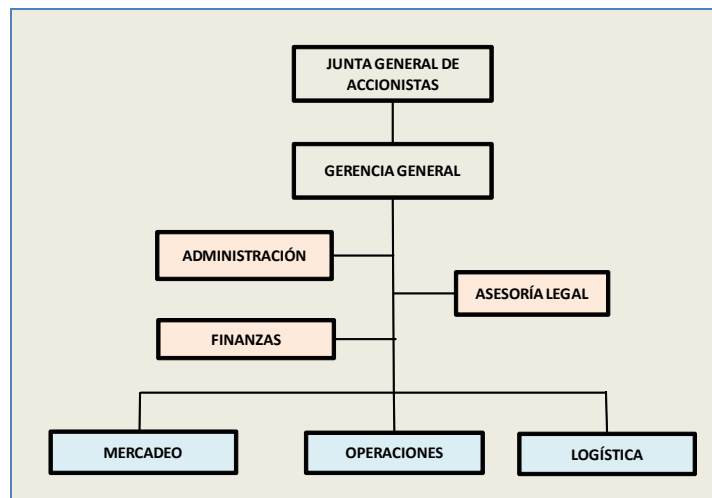
**Cuadro 14. Presupuesto de gastos preoperativos**

Cant.	Descripción	Unidad de medida	Valor unitario	Total
1	Constitución de empresa	Unidad	800	800
1	Permisos varios	Unidad	500	500
<b>TOTAL</b>				<b>1.300</b>

Elaborado por: Johanna Robles

## 4.1.2 El organigrama propuesto

Cuadro 15. Organigrama



Elaborado por: Johanna Robles

En el área de gobierno empresarial está la Junta General de Accionistas y la Gerencia general, conforme el siguiente detalle:

**Junta General de Accionistas:** Es el máximo órgano de gobierno de la empresa y está conformada por el conjunto de accionistas, según la conformación del capital social, tiene como principales funciones el aprobar la dirección estratégica, ejecutar la fiscalización y remover a los directivos, la Ley de Compañías en sus artículos 230 al 250 detalla el conjunto de funciones y responsabilidades de esta instancia de gobierno empresarial.

**Gerencia General:** Es el representante legal, judicial y extra judicial de la empresa. Es el líder-administrador y encargado de ejecutar el objeto social, políticas y procedimientos existentes.

Como áreas de soporte institucional, está administración, finanzas y asesoría legal, a continuación la competencia de cada una de ellas:

**Asistencia administrativa:** Proporciona soporte administrativo, en cuanto a recursos humanos, inventario, información y archivos.

**Finanzas:** Tiene a su cargo áreas de contabilidad, tesorería y cobranzas.

**Asesoría legal:** Presta el soporte legal en lo que compete a aspectos societarios, tributarios y aduaneros.



El área operativa está conformada por Mercadeo, operaciones y logística, conforme el siguiente detalle:

**Mercadeo:** Dirige las acciones de marketing orientadas a generar un flujo permanente, continuo y creciente de colocaciones del producto en el mercado internacional.

**Operaciones:** Administra el proceso de relaciones con productores, adquisiciones, procesamiento, control de calidad y empaque de productos.

**Logística:** Está a cargo de dirigir el proceso de embarque de productos y seguimiento de los mismos hasta que llegue a su destinatario.

#### **4.1.3 Ubicación del proyecto**

Para aprovechar las ventajas que ofrece el Código de la Producción, además de estar próximo a las zonas agrícolas donde se produce la malanga, la sede del proyecto estará en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

El Código de la Producción establece que las empresas con encadenamientos productivos basado en el sector agrícola y con sede en cantones diferentes a Quito o Guayaquil, estarán exentas de pago de Impuesto a la Renta por los primeros cinco años (Asamblea Nacional, 2010); esto es, pagarán en el sexto año el tributo que corresponde al 22% de la utilidad neta deducida la participación a trabajadores.

## **4.2 EL PRODUCTO**

Para la exportación el producto tendrá las siguientes características:

Estado: Fresca

Tamaño: 225-300 gms. Por unidad

Longitud: Mínimo 15 cm.

Embalaje: Caja de 40 lbs.

Duración: 3 meses en temperatura de hasta 7°C.

## 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.3.1 Acopio de materia prima

En Ecuador la malanga se produce en el triángulo entre Quevedo, Santo Domingo y Quinindé, mismo que corresponde a tres provincias: Los Ríos, Esmeraldas y Santo Domingo, la mayor concentración de la producción está en la provincia Tsáchila, Adicionalmente existe producción en algunas parroquias de las provincias amazónicas, aunque en poca extensión.

Para efectos de este proyecto y por facilidades de embarque, la sede y centro de operaciones será el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas.

### 4.3.2 Relación con productores de malanga

En búsqueda de la construcción con los agricultores de una relación ganar-ganar se buscará establecer relaciones basadas en los siguientes principios:

- **Calidad del producto:** La empresa destinará una proporción del precio para ofrecer capacitación y asistencia técnica a los agricultores, por medio de eventos tales como días de campo y asistencia individual cuando el caso lo amerite.
- **Asociatividad:** Para disminuir costos de coordinación con los productores, se buscará desarrollar relaciones con grupos de productores agremiados.
- **Inclusión social:** La cooperativa de producción deberá ser accionista de la empresa, para esto deberá invertir de manera gradual, de tal forma que se beneficie, además de conocer los pormenores del mercado internacional.
- **Producción:** Además del producto Premium, la empresa se compromete a abrir mercado para colocar productos de segunda y tercera categoría; de tal forma que los productores puedan colocar íntegramente la producción.
- **Producción amigable con el ambiente:** Aunque no se trata de producción orgánica, se buscará de manera gradual y de manera integral se adopte procedimientos de producción y empaque amigables con el ambiente.

### 4.3.3 Calificación de proveedores

Para la calificación de proveedores se considerarán los siguientes elementos:

**Perfil del productor:** Agricultor con antecedentes en producción de malanga.

**Recursos:** Ser propietario de finca ubicado en zonas cercanas al centro de acopio.

**Cantidad de provisión:** Comprometerse a destinar por lo menos 2 hectáreas de malanga.

**Entregas:** Las entregas deberán ser por semana, según calendario de recepción que indique en su momento la empresa y en condiciones de transporte y empaque preacordado.

**Presentación del producto:** El productor entregará malanga, según protocolo de entrega del producto que la empresa difundirá y capacitará previamente; este protocolo incluirá aspectos de calidad, tamaño, presentación, limpieza, tamaño y otros aspectos relevantes necesarios para cumplir con calidad en mercados internacionales.





**Aspectos contractuales:** Para una claridad de términos de trabajo se suscribirá un contrato semestral de compra-venta del producto.

### 4.3.4 El proceso de empaqueo de malanga

La planta asumirá la preparación y empaque de la malanga lista para la exportación, este proceso consta de las siguientes actividades:

**Cuadro 16. Proceso para preparación de malanga para exportación**

No.	Actividad	Descripción
1	Recepción de malanga de productores rurales	Se recibe el producto prelavado y cortadas las raíces 
2	Selección por tamaño y despunte	Una vez recibido el producto se selecciona por tamaño, que es para calidad premium de mínimo 15 cm y peso entre 225-300 gms.

		<p>El despunte es el corte de los extremos.</p> 
3	Curado en solución de cloro	<p>Se sumerge el producto en solución de cloro con una concentración de 300 ppm</p> 
4	Curado en solución de captan	<p>Se sumerge el producto en tina con el fungicida Captan con una concentración de 1 kg x 150 lts. de agua.</p> 
5	Secado	<p>Se somete el producto a secado durante 3 horas.</p> 
6	Empaque	<p>Una vez secas, se empaqueta en cajas de 40 libras.</p>

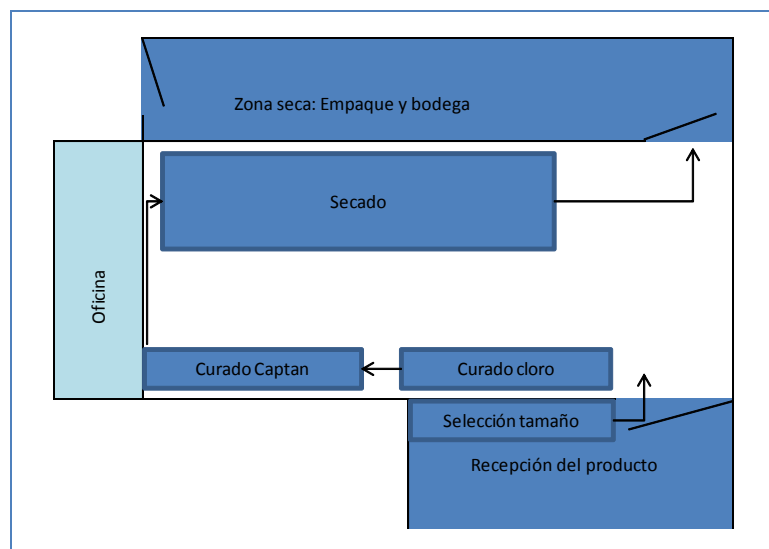
		
7	Bodega previo al embarque	<p>Una vez empacada se apila en pallets previo al embarque</p> 

Fuente: Agrícola MC. Honduras  
 Elaborado por: Johanna Robles

### 4.3.5 Infraestructura

Como se puede apreciar del proceso la infraestructura requerida es un galpón con disponibilidad de servicios básicos, tales como agua potable para el proceso de curado, el galpón deberá tener ventilación apropiada para el proceso de secado.

**Cuadro 17. Distribución de espacios**



Elaborado por: Johanna Robles

**Terreno:** 50 X 50 mts. (2500 mts<sup>2</sup>)  
**Construcción:** 20 x 24 mts.  
**Características:** Galpón de estructura fabricada mínimo 8 mts. de alto.  
**Paredes:** 4 mts. de alto  
**Techo:** Fibrolit  
**Piso:** Contrapiso de cemento

**Cuadro 18. Presupuesto para terreno**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
2500	M2 de terreno	m <sup>2</sup>	10	25.000
2500	Nivelación de terreno	m <sup>2</sup>	5	12.500
<b>TOTAL</b>				<b>37.500</b>

Elaborado por: Johanna Robles

El terreno requerido debe tener por lo menos 2500 mts. cuadrados, en una medida de alrededor 50 mts. de ancho por 50 mts. de largo; se estima que el presupuesto será de alrededor de US\$ 37.500.

**Cuadro 19. Presupuesto para construcción**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
480	M2 de galpón	m2	200	96.000
200	Pared alrededor del terreno	ml	50	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>106.000</b>

Elaborado por: Johanna Robles

Para el funcionamiento se requiere de una construcción de 480 metros cuadrados, tipo galpón industrial y construcción de pared perimetral de US\$ 106.000.

#### **4.3.6 Equipamiento**

No se requiere mayor equipamiento, solamente una bomba de agua de 2 HP, para el requerimiento de agua necesario para el lavado y el curado de de malanga.

**Cuadro 20. Presupuesto para equipo**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
1	Bomba de agua de 3 HP	Unidad	400	400
<b>TOTAL</b>				<b>400</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 4.3.7. Instalaciones

**Cuadro 21. Presupuesto de instalaciones**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
1	Instalación de agua	Unidad	500	500
2	Tanque de acero inoxidable para curado cloro 2000 lts.	Unidad	210	420
3	Cisterna plástica 2000 lts.	Unidad	210	630
4	Mesa de acero inoxidable 1,60 x 0,80 mts.	Unidad	140	560
4	Mesones para secado	Unidad	140	560
<b>TOTAL</b>				<b>2.670</b>

Elaborado por: Johanna Robles

Como lo determina el proceso, las instalaciones requeridas será para la distribución de agua para las actividades de curado, además de ello dos tanques de acero inoxidable de 2000 lts. Cada uno para el curado de cloro, tres cisternas plásticas de 2000 lts. Cada una; también cuatro mesas de acero inoxidable y cuatro mesones para secado.

### 4.3.8 Mobiliario

**Cuadro 22. Presupuesto de mobiliario**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
4	Estaciones de trabajo para gerencia general y apoyo	Unidad	350	1.400
3	Escritorios para áreas operativas	Unidad	200	600
7	sillas de trabajo	Unidad	60	420
14	sillas visitante	Unidad	60	840
1	Mesa de reuniones	Unidad	200	200
4	Carretillas de carga	Unidad	80	320
50	Sillas para sala de reuniones y capacitación	Unidad	7	350
<b>TOTAL</b>				<b>4.130</b>

Elaborado por: Johanna Robles

Los muebles requeridos son cuatro estaciones de trabajo, tres escritorios para áreas operativas, siete sillas de trabajo, 14 sillas visitante, una mesa de reuniones, cuatro carretillas de carga y 50 sillas para sala de reuniones y capacitación.

#### 4.3.9 Equipo de computación

Cuadro 23. Presupuesto de equipo de cómputo

Cant.	Descripción	Unidad de medida	Valor unitario	Total
7	Computadores de escritorio	Unidad	500	3.500
3	Impresoras	Unidad	350	1.050
<b>TOTAL</b>				<b>4.550</b>

Elaborado por: Johanna Robles

El equipo de cómputo necesario será de siete computadoras y tres impresoras para el uso de cada una de las coordinaciones.

#### 4.4 ASPECTOS DE LOGÍSTICA

##### 4.4.1 Requisitos de etiquetado en Estados Unidos

La entidad encargada de regular el etiquetado de los alimentos que ingresan a los Estados Unidos es la Food & Drug Administration –FDA-.

La FDA aplica la normativa de rotulado establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley federal de alimentos medicamentos y cosméticos), que contempla requisitos para los alimentos preparados y envasados para la venta al público (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Peru, 2010).

El producto llevará etiqueta impresa en el cartón la cual tendrá como referencia

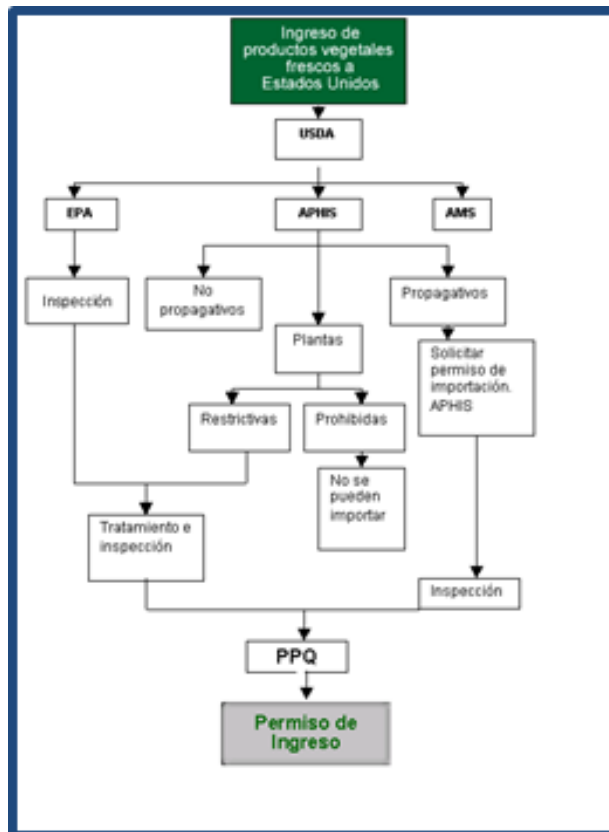
- Nombre común del producto y variedad los cuales deberán ir expresados en términos comerciales y botánicos.
- Tamaño y clasificación del producto, expresados por números de piezas o kilogramos.
- Cantidad señalada como peso neto o volumen indicado por unidades métricas (kg)
- Especificaciones de calidad; como en el caso de la malanga el tipo de clase: Primera, Segunda. Y el calibre



- País de origen, región productora y fecha de empaque.
- Nombre de la marca del producto y logo.
- Nombre y dirección del empacador – exportador.

En el otro lado de la caja se indica información sobre el manejo de la misma, identificación de transporte: número de guía, puerto de destino y el número total de unidades de envío<sup>1</sup>.

**Cuadro 24. Diagrama de requisitos para ingreso de productos vegetales a Estados Unidos**



<http://interletras.com/manualCCI/Nfitosanitarias/fitosanitarias03.htm>

#### 4.4.2 Transporte

El transporte Guayaquil-Miami, debería ser mediante contenedor refrigerado hasta el país de destino y terrestre en camión refrigerado hasta almacenes y establecimientos detallistas.

<sup>1</sup> (Corporacion Colombia Internacional, 2000)  
<http://interletras.com/manualCCI/EEUU/EEUU34.htm>

**Cuadro 25. Costos relacionados a flete y pre-embarque**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor (US\$)</b>
Flete refrigerado tanque 40 pies	Contenedor	<b>4.400</b>
<b>Recargos</b>		
Handling port refriger. Container	Contenedor	125
Documentación	Embarque	55
Handling local	Contenedor	55
Procesamiento	Embarque	50
Ingresos al Sistema Interactivo de Comercio Exterior -SICE-	Embarque	35
<b>Total por recargos</b>		<b>320</b>
<b>Total general</b>	<b>US\$</b>	<b>4.720</b>

Elaborado por: Johanna Robles

El costo de flete por contenedor de 40 pies es de US\$ 4.400; otros gastos por embarque en Ecuador ascienden a US\$ 320 por contenedor.

**Líneas navieras:** En el puerto de Guayaquil, acoderan y dan servicio en la ruta Guayaquil-Florida, algunas líneas navieras, entre ellas Evergreen y Compañía Sudamericana de Vapores –CSAV-.

**Guayaquil**

GREENANDES ECUADOR S.A. (GUAYAQUIL OFFICE)  
JUNIN 114 Y MALECON. EDIFICIO TORRES DEL RIO 5F ,  
GUAYAQUIL , GUAYAS

Tel Number : 593-4-716800

Fax Number : 593-4-716800

Email Address [sales@greenandes.com.ec](mailto:sales@greenandes.com.ec)

El itinerario es el siguiente:

**Cuadro 26. Evergreen: Itinerario Guayaquil-Miami**

Num.	Localidades		Fecha de salida	Fecha de arribo	Servicio	Vapor/viaje	Tiempo de tránsito (días)
	Desde	Hasta					
1	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	JAN-25-2014	JAN-26-2014	----	----	1
2	GUAYAQUIL	TERMINAL DE CONTENEDORES DE COLÓN	JAN-26-2014	FEB-02-2014	PWS	O.M. AGARUM 0554-002N	7
3	TERMINAL DE CONTENEDORES DE COLÓN	TERMINAL DE CONTENEDORES DE COLÓN	FEB-02-2014	FEB-06-2014	WAITING	----	4
4	TERMINAL DE CONTENEDORES DE COLÓN	MIAMI, FL	FEB-06-2014	FEB-11-2014	CAM	LEDA TRADER 403N	5
5	MIAMI, FL	MIAMI, FL	FEB-11-2014	FEB-12-2014	Intermodal	----	1

Tiempo de tránsito: 18 días

[http://www.shipmentlink.com/tvs2/jsp/TVS2\\_InteractiveScheduleRouting.jsp](http://www.shipmentlink.com/tvs2/jsp/TVS2_InteractiveScheduleRouting.jsp)

### **Compañía Sudamericana de Vapores –CSAV-**

Su representante en Ecuador es Transoceánica, su dirección es: Malecón 1401 e Illingworth, Telef. 04-2598060. [www.transoceanica.com.ec](http://www.transoceanica.com.ec)

#### **4.4.3 Agencias reguladoras de productos agrícolas en Estados Unidos**

- Food & Drug Administration –FDA-,
- Center for Food Safety and Applied Nutrition, CFSAN/FDA,
- The Animal and Plant Health Inspection Service, APHIS/USDA,
- U.S. Custom Service,
- Department of the Treasury,
- U.S. Environmental Protection Agency, EPA/USDA,
- U.S. Department of Agriculture, USDA,
- U.S. Patent and Trademark Office USPTO,
- U.S. Customs and Border Protection, CBP,
- U.S. International Trade Commission, USITC,

#### 4.4.4 Empaque

La FDA es la responsable de garantizar la seguridad del uso de los empaques, a través de la CFSAN. Las sustancias que estarán en contactos con los alimentos están reguladas en el CFR, Título 21, partes 175, 176, 177 y 178.

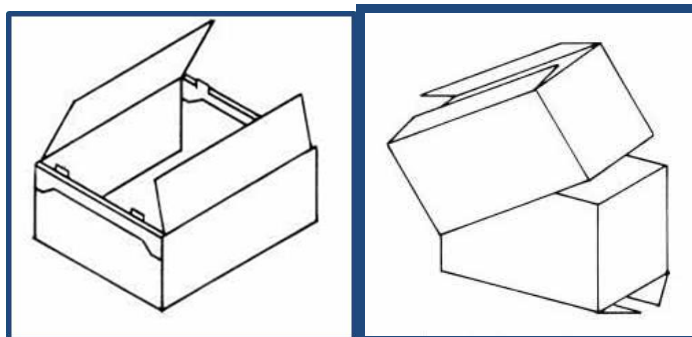
Los establecimientos o instalaciones donde es receptada la malanga para proceder con el lavado, secado y empackado del mismo, tienen que cubrir con ciertos parámetros en cuanto a certificados sanitarios y de bioterrorismo.

Para esto el exportador debe hacer un Registro de instalaciones alimentarias y esto se hace en la página de Regulaciones de la Administración de Droga Y Alimentos de los Estados Unidos (FDA); ya que esto será un comprobante de que las instalaciones cuentan un nivel apropiado para el consumo humano y no hay ningún peligro de brotes de enfermedades causadas por alimentos.

Para el empaque se utilizará cartón corrugado es el más utilizado para el empaque de frutas y hortalizas y generalmente van de 2 o 3 láminas y la parte interior de la misma se cubre con capas de un material resistente al agua, los cuales podrían ser de cera, parafina o polietileno. De igual manera el adhesivo que pegue las cajas deberá ser de un material resistente a las condiciones ambientales requeridas.

Estas cajas de cartón también cuentan con agujeros para que el producto vaya fresco ya que permite la circulación del aire frío por el mismo. Los agujeros están diseñados para que la caja no se debilite. La caja debe contar con esquinas reforzadas para que la humedad no deteriore y se derrame el producto. El tipo de cartón a utilizar es el RSC, diseñado para productos duros como la Malanga, yuca, papa, etc.

**Cuadro 27. Modelo de caja para empaque**



[http://interletras.com/manualCCI/Conservac\\_empaque\\_transp/transpack20.htm](http://interletras.com/manualCCI/Conservac_empaque_transp/transpack20.htm)

La caja con medidas de 92cm x 70 cm, tiene capacidad para hasta 40 kilogramos.

**Pallets:** Los pallets sirven para ordenar en el momento de embarcar la mercancía ha embalada en la cajas de cartón. Así se facilita el transporte de la mercancía y no hay peligro de que se pierdan o se deteriore las cajas. Pueden ser de madera o plástico.

**Embalaje de Madera:** Existe una reglamentación que es regulada por la IPP (International Plant Protection Convention), organismo que pertenece a la ONU. La cual autoriza a nivel internacional la elaboración y aplicación de pallets y embalaje de madera utilizado para la exportación y se denomina Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias -NIMF-15- (Instituto de Promocion de Exportacion e Inversiones, 2010).

Esta Norma tiene dos requisitos básicos:

- Certificado de origen del pallets
- Certificado de tipo de tratamiento aplicado para su sanitización. (se requiere saber el tratamiento térmico HT (Heat Treatment) y la fumigación con bromuro de metilo MB (PROECUADOR, 2011).

El tratamiento térmico, tiene que ser permanente, mientras el tratamiento de bromuro tiene que ser aplicado cada dos meses.

La Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias NIMF-15 fue adoptada por la FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION -FAO- en el año 2002 (y actualizada en el 2006) para reducir el riesgo de introducción y diseminación de plagas (Ibídem).

**El sello de los Pallets:** En el país para garantizar que el pallets esté libre de plagas y que se ha sometido a uno de los tratamientos ya mencionados, se debe detallar:

El logo de IPPC, código del productor/proveedor, como ejemplo: EC-R-130 (EC Ecuador, R: inicial de provincia, 130: número de registro), HT tratamiento térmico o MB bromuro Metilo, AGROCALIDAD (Ibídem).

Las empresas productoras de pallets de madera deberán tener registro de operadores.

#### **4.4.5 Registro de Exportador**

- Tener el registro único de contribuyente –RUC-, otorgado por el SRI, ya que deberá utilizarse para emitir facturas o comprobantes de venta y guía de remisión.
- Registrarse en la página web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador –SENAE-.

#### **4.4.6 Tramite de Orden de Embarque**

Es necesaria cuando el exportador tramita una autorización de embarque, y como requisito previo tendrá que presentar tan solo una factura proforma y el RUC.

Según la descripción de FEDEXPORT, esta orden contiene:

- Datos del Cargador
- Datos de exportador
- Datos del consignatario
- Datos del importador
- Nombre del buque
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen, importe del flete.
- Marcas y números de contenedor o de los bultos.
- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medida.
- Fecha de embarque. (FEDEXPORT).

Cabe recalcar que la orden de embarque es solo una declaración de intención de exportar y no necesariamente tiene que ser por la cantidad exacta a exportar pero si tiene que ser el mismo producto.

Ya con la orden de embarque, la mercancía puede ser llevada a los patios del puerto, para lo cual se debe tramitar el AVISO DE INGRESO Y SALIDA DE VEHICULOS –AISV-.

Luego de haberla ingresada queda en manos de la Policía Antinarcoóticos para su respectiva inspección.

La orden de embarque tiene un periodo de validez de 30 días calendario, en el cual la mercancía será sometida al control aduanero e ingreso de la aduana ya con el tramite AISV. Luego de esto se tiene un plazo de 15 días hábiles para presentar el trámite de regularización, es decir el régimen 40 o también llamado declaración aduanera final.

Tramite de la Declaración Aduanera Única, DAU: luego de haber enviado el DAU definitiva de la exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos carga de exportación con sus respectivos documentos.

Numerada la DAU el exportador presentara ante el Departamento de Exportaciones del distrito por el cual salió la mercadería, los siguientes documentos impresos:

- ✓ DAU
- ✓ Orden de embarque
- ✓ Factura Comercial
- ✓ Documento de Transporte

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

#### 5.1 PRESUPUESTO

El presupuesto incluye los diferentes y más representativos rubros que componen la inversión inicial y que influyen de manera significativa en la evaluación financiera.

##### 5.1.1 Terrenos

Para la edificación se requerirá un terreno con un área de 2.500 metros cuadrados, en la parte rural del cantón Santo Domingo de los Tsachilas. Se estima como inversión US\$ 37.500 que incluye adquisición del terreno y nivelación del mismo.

**Cuadro 28. Presupuesto de terreno**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
2500	M2 de terreno	m <sup>2</sup>	10	25.000
2500	Nivelación de terreno	m <sup>2</sup>	5	12.500
<b>TOTAL</b>				<b>37.500</b>

Elaborado por: Johanna Robles

##### 5.1.2 Edificio

Para la edificación de un galpón industrial y de una pared perimetral del terreno se requerirá de US\$ 106.000, conforme al detalle adjunto:



**Cuadro 29. Presupuesto de edificios**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
480	M2 de galpón	m2	200	96.000
200	Pared alrededor del terreno	ml	50	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>106.000</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.1.3 Instalación

Para el procesamiento de malanga se requerirá de instalaciones simples, como instalación de agua, tanque de acero inoxidable, cisterna plástica, mesa de acero inoxidable y mesones para secado del producto; el presupuesto estimado para cada uno de estos rubros se detallan a continuación:

**Cuadro 30. Presupuesto de instalación**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
1	Instalación de agua	Unidad	500	500
2	Tanque de acero inoxidable para curado cloro 2000 lts.	Unidad	210	420
3	Cisterna plástica 2000 lts.	Unidad	210	630
4	Mesa de acero inoxidable 1,60 x 0,80 mts.	Unidad	140	560
4	Mesones para secado	Unidad	140	560
<b>TOTAL</b>				<b>2.670</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.1.4 Equipo

El equipamiento mínimo será de una bomba de agua de 3 HP.

**Cuadro 31. Presupuesto de equipo**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
1	Bomba de agua de 3 HP	Unidad	400	400
<b>TOTAL</b>				<b>400</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.1.5 Mobiliario

El mobiliario requerido consiste en estaciones de trabajo, sillas de trabajo y sillas visitantes, según detalle y presupuesto adjunto.

**Cuadro 32. Presupuesto de mobiliario**

Cant.	Descripción	Unidad de medida	Valor unitario	Total
4	Estaciones de trabajo para gerencia general y apoyo	Unidad	350	1.400
3	Escritorios para áreas operativas	Unidad	200	600
7	sillas de trabajo	Unidad	60	420
14	sillas visitante	Unidad	60	840
1	Mesa de reuniones	Unidad	200	200
4	Carretillas de carga	Unidad	80	320
50	Sillas para sala de reuniones y capacitación	Unidad	7	350
<b>TOTAL</b>				<b>4.130</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.1.6 Equipo de cómputo

El equipo de cómputo será de siete computadoras, una para cada área de trabajo y tres impresoras para uso general, según presupuesto detallado a continuación:

**Cuadro 33. Presupuesto de equipo de cómputo**

Cant.	Descripción	Unidad de medida	Valor unitario	Total
7	Computadores de escritorio	Unidad	500	3.500
3	Impresoras	Unidad	350	1.050
<b>TOTAL</b>				<b>4.550</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.1.7 Gastos preoperativos

Previo al inicio de la operación se incurrirá en gastos preoperativos, tales como constitución de la empresa y permisos varios, según detalle adjunto presentado:

**Cuadro 34. Presupuesto de gastos preoperativos**

Cant.	Descripción	Unidad de medida	Valor unitario	Total
1	Constitución de empresa	Unidad	800	800
1	Permisos varios	Unidad	500	500
<b>TOTAL</b>				<b>1.300</b>

Elaborado por: Johanna Robles

## 5.2 MARKETING

Durante los primeros seis meses se requerirá del diseño de imagen corporativa, impresión de brochure, diseño, construcción y hosting para página web y participación en eventos internacionales para de marketing.

**Cuadro 35. Presupuesto de marketing**

No.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Diseño de imagen corporativa	paquete	1	800	800
2	Diseño e impresión de brochure	Carpeta	200	2	400
3	Diseño, elaboración, hosting y dominio de página web	Unidad	1	600	600
4	Participación en ferias internacionales	Eventos	4	3.000	12.000
<b>TOTAL GASTOS DE MARKETING</b>					<b>13.800</b>

Elaborado por: Johanna Robles

## 5.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.3.1 Inversión inicial

La inversión inicial se estima en US\$ 218.390; los mayores porcentajes corresponden al 48,5% a construcciones, 17,2% para terreno y 22,0% para capital de trabajo durante los primeros cuatro meses de operaciones.

**Cuadro 36. Presupuesto de inversión inicial**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1	Terreno	37.500	17,2%
2	Construcción	106.000	48,5%
3	Instalaciones	2.670	1,2%
4	Muebles	4.130	1,9%
5	Equipo	400	0,2%
6	Equipo de computo	4.550	2,1%
7	Gastos preoperativos	1.300	0,6%
8	Presupuesto de marketing	13.800	6,3%
9	Capital de trabajo (egresos de 4 primeros meses)	48.040	22,0%
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>218.390</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### **5.3.2 Financiamiento**

El financiamiento para la inversión inicial será con aporte propio, en un futuro que se requiera incremento de capital para ampliación de operaciones se podrá recurrir a préstamos.

### 5.3.3 Costos de pre-exportación

**Cuadro 37. Cantidades estimadas de costos, detallada por mes, primer año**

DESCRIPCIÓN	Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
<b>Capacidad instalada (cantidades)</b>														
Contenedores	Unidad	0	0	0	0	20	20	20	20	20	20	20	20	160
Cajas por contenedor	Unidad	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840
Kilos por caja	Kilos	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18
Total kilos	Kilos	0	0	0	0	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	2.443.636
Utilización de capacidad instalada		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	40,0%	60,0%	60,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	65,0%
<b>Presupuesto de ventas</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>183.273</b>	<b>183.273</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>1.588.366</b>
Malanga fresca	Kilos	0	0	0	0	122.182	122.182	183.273	183.273	244.364	244.364	244.364	244.364	1.588.366
<b>Precio de kilo de malanga</b>	<b>US\$</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>US\$</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>61.091</b>	<b>61.091</b>	<b>91.637</b>	<b>91.637</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>794.184</b>
Inflación: 4% anual														

**PROYECTO: CENTRO DE ACOPIO, PRE-EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

**Proyección de costos variables**

Rubros de costos	Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
Malanga fresca (kilo US\$)	Kilo	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Caja (kilo US\$)	Unidad	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,02
Varios (kilo US\$)	Kilo	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,02
Transporte (kilo US\$)	Kilo	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,02
<b>Costo variable por kilo (US\$)</b>		<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>
<b>COSTO DE PRE-EXPORTACIÓN</b>		<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>51.508</b>	<b>51.508</b>	<b>76.619</b>	<b>76.619</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>668.313</b>
<b>COSTOS DE MATERIA PRIMA EN US\$</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24.436</b>	<b>24.436</b>	<b>36.655</b>	<b>36.655</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>317.674</b>
Malanga		0	0	0	0	24.436	24.436	36.655	36.655	48.873	48.873	48.873	48.873	317.674
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>19.200</b>	<b>19.200</b>	<b>28.800</b>	<b>28.800</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>249.604</b>
<b>GASTOS DE PRE-EXPORTACIÓN Y EMBARQUE</b>		<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>7.871</b>	<b>7.871</b>	<b>11.164</b>	<b>11.164</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>101.036</b>
Mano de obra indirecta		637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	7.644
Varios		0	0	0	0	2444	2444	3665	3665	4887	4887	4887	4887	31.766
Empaque (cajas)		0	0	0	0	1.344	1.344	2.016	2.016	2.688	2.688	2.688	2.688	17.474
Depreciación		246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	2.952
Transporte		0	0	0	0	2800	2800	4200	4200	5600	5600	5600	5600	36.400
Energía Eléctrica		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Agua		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
<b>Relación costo/ventas</b>						<b>84,31%</b>	<b>84,31%</b>	<b>83,61%</b>	<b>83,61%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>84,15%</b>

Elaborado por: Johanna Robles

Durante el primer año, se dispondrá de una capacidad instalada de 20 contenedores de 40 pies por mes, cada uno con 840 cajas de 18,18 kilos (40 libras de malanga) por un total general de 2'443.636 kilos, de esta se utilizará en promedio durante el año el 65% que equivale 1'588.366 kilos en el año, que es la producción de alrededor 116 hectáreas con un rendimiento promedio-hectárea de 15 toneladas.

Los primeros cuatro meses no habrá exportaciones, se realizarán las preparaciones de la planta y la coordinación con productores; al final del primer año podrá exportar el 65% de su capacidad instalada, el crecimiento será gradual a partir del quinto mes.

Se estima que se pagará a los productores por el kilo de malanga en fresco es de US\$ 0,50.

En cuanto a costo por contenedor, a continuación el costo de un contenedor en Puerto.

**Cuadro 38. Costo por contenedor en Puerto**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD MEDIDA	UNIDADES	COSTO KILOS	TOTAL
Malanga		15271,2	0,5	7.635,60
Gastos de mano de obra directa		15271,2	0,157145	2.399,80
Gastos de preexportacion		15271,2	0,06361	971,40
<b>TOTAL EX FÁBRICA</b>				<b>11.006,80</b>
<b>Gastos de embarque</b>				
Handling	cont.	1	125	125,00
Documentación	embarque	1	55	55,00
Hnadling local	cont.	1	55	55,00
Procesamiento	Embarque	1	50	50,00
SICE	embarque	1	35	35,00
<b>Total gastos de embarque</b>				<b>320,00</b>
<b>COSTO TOTAL POR CONTENEDOR ENVIADO US\$</b>				<b>11.326,80</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.3.4 Estado proyectado de resultados

Cuadro 39. Presupuesto de estado proyectado de resultados primer año

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Ventas	0	0	0	0	61.091	61.091	91.637	91.637	122.182	122.182	122.182	122.182	794.184
Costo de pre-exportación	6.083	6.083	6.083	6.083	51.508	51.508	76.619	76.619	101.732	101.732	101.732	101.732	687.513
<b>Margen bruto en ventas</b>	<b>-6.083</b>	<b>-6.083</b>	<b>-6.083</b>	<b>-6.083</b>	<b>9.583</b>	<b>9.583</b>	<b>15.018</b>	<b>15.018</b>	<b>20.450</b>	<b>20.450</b>	<b>20.450</b>	<b>20.450</b>	<b>106.671</b>
Relación costo/ventas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	84,3%	84,3%	83,6%	83,6%	83,3%	83,3%	83,3%	83,3%	86,6%
<b>Gastos</b>													
Nómina	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	4.666	55.992
Seguridad	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7.200
Energía eléctrica	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
Agua	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Teléfono convencional y celular	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Internet	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	420
Gastos de embarque	0	0	0	0	2.560	2.560	3.840	3.840	5.120	5.120	5.120	5.120	33.280
Depreciación	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	1.908
Amortización de gastos anticipados	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	3.024
Suministros de limpieza	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
<b>Total gastos</b>	<b>5.927</b>	<b>5.927</b>	<b>5.927</b>	<b>5.927</b>	<b>8.487</b>	<b>8.487</b>	<b>9.767</b>	<b>9.767</b>	<b>11.047</b>	<b>11.047</b>	<b>11.047</b>	<b>11.047</b>	<b>104.404</b>
<b>Resultados operativos brutos</b>	<b>-12.010</b>	<b>-12.010</b>	<b>-12.010</b>	<b>-12.010</b>	<b>1.096</b>	<b>1.096</b>	<b>5.251</b>	<b>5.251</b>	<b>9.403</b>	<b>9.403</b>	<b>9.403</b>	<b>9.403</b>	<b>2.267</b>
(-) Gastos financieros													0
<b>Resultados netos antes de impuestos y</b>													
participación a trabajadores	-12.010	-12.010	-12.010	-12.010	1.096	1.096	5.251	5.251	9.403	9.403	9.403	9.403	2.267
15% trabajadores													340
Impuesto a la renta 22%													
Utilidad neta antes de reserva legal													1.927
Reserva legal													193
<b>Utilidad repartible</b>													<b>1.734</b>
Inflación anual estimada:	4,00%												4,00%

Elaborado por: Johanna Robles

Durante el primer año las ventas se estiman en US\$ 794.184 y costos de pre-exportación de US\$ 687.513, arrojando un margen bruto en ventas de US\$ 106.671 (86,6%). Los gastos operativos se estiman en US\$ 104.400 con una utilidad repartible de US\$ 1.734.

**Cuadro 40. Estado proyectado de resultados, años 1 al 5.**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	794.184	1.397.760	1.585.822	1.786.693	2.001.096	7.565.555
Costo de pre-exportación	687.513	1.171.253	1.336.070	1.515.785	1.711.976	6.422.597
<b>Margen bruto en ventas</b>	<b>106.671</b>	<b>226.507</b>	<b>249.752</b>	<b>270.908</b>	<b>289.120</b>	<b>1.142.958</b>
<b>Relación costo/ventas</b>	<b>86,6%</b>	<b>83,8%</b>	<b>84,3%</b>	<b>84,8%</b>	<b>85,6%</b>	<b>84,9%</b>
<b>Gastos</b>						
Nómina	55.992	58.232	60.561	62.983	65.502	303.270
Seguridad	7.200	5.760	5.990	6.230	6.479	31.660
Energía eléctrica	900	936	973	1.012	1.053	4.875
Agua	240	250	260	270	281	1.300
Teléfono convencional y celular	1.200	1.248	1.298	1.350	1.404	6.500
Internet	420	437	454	472	491	2.275
Gastos de embarque	33.280	56.323	61.443	66.563	71.683	289.292
Depreciación	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	9.540
Amortización de gastos anticipados	3.024	3.024	3.024	3.024	3.024	15.120
Suministros de limpieza	240	250	260	270	281	1.300
<b>Total gastos</b>	<b>104.404</b>	<b>128.367</b>	<b>136.171</b>	<b>144.083</b>	<b>152.106</b>	<b>665.131</b>
<b>Resultados operativos brutos</b>	<b>2.267</b>	<b>98.140</b>	<b>113.580</b>	<b>126.826</b>	<b>137.015</b>	<b>477.828</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>	<b>0</b>					<b>0</b>
<b>Resultados netos antes de impuestos y</b>						
<b>participación a trabajadores</b>	<b>2.267</b>	<b>98.140</b>	<b>113.580</b>	<b>126.826</b>	<b>137.015</b>	<b>477.828</b>
<b>15% trabajadores</b>	340	14.721	17.037	19.024	20.552	71.674
<b>Impuesto a la renta 22%</b>						<b>0</b>
<b>Utilidad neta antes de reserva legal</b>	<b>1.927</b>	<b>83.419</b>	<b>96.543</b>	<b>107.802</b>	<b>116.462</b>	<b>406.154</b>
<b>Reserva legal</b>	193	8.342	9.654	10.780	11.646	40.615
<b>Utilidad repartible</b>	<b>1.734</b>	<b>75.077</b>	<b>86.889</b>	<b>97.022</b>	<b>104.816</b>	<b>365.538</b>
<b>Inflación anual estimada:</b>	<b>4,00%</b>	<b>4,00%</b>	<b>4,00%</b>	<b>4,00%</b>	<b>4,00%</b>	

Elaborado por: Johanna Robles

El horizonte de proyección de la inversión es de cinco años, con ventas estimadas de US\$ 7'565.555 y costos de pre-exportación por US\$ 6'422.597 y un margen bruto en ventas de US\$ 1'142.958 (84,9%). Los gastos durante los cinco años serán por US\$ 665.131; el 15% por participación a trabajadores por US\$ 71.674; no aplica Impuesto a la Renta, por estar exento durante los primeros cinco años, según el Código de Producción. La reserva legal del 10% por US\$ 40.615; la utilidad repartible será de US\$ 365.538.



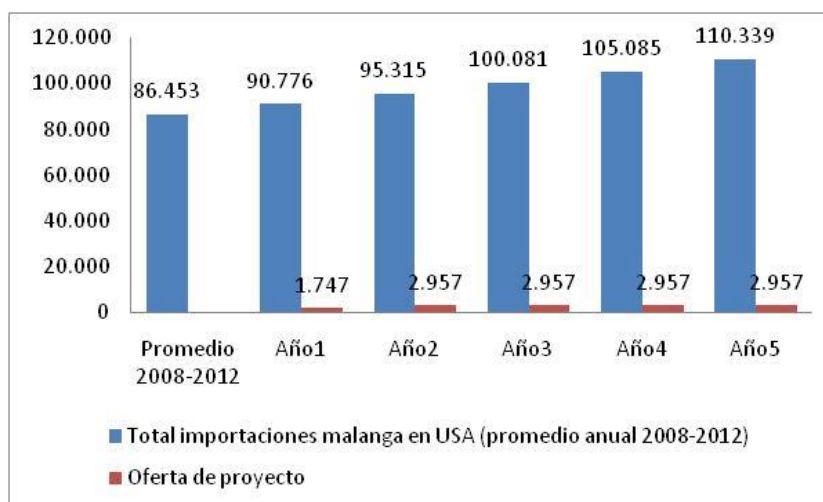
Para efectos de los cálculos interanuales, en aquellos rubros susceptibles de incremento de precios se aplica una inflación del 4% por año.

**Cuadro 41. Participación de las exportaciones del proyecto en el mercado de USA**

Descripción	Promedio					
	2008-2012	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Total importaciones malanga en USA (promedio anual 2008-2012)	86.453	90.776	95.315	100.081	105.085	110.339
Oferta de proyecto		1.747	2.957	2.957	2.957	2.957
<b>Participación de las exportaciones del proyecto en total de importaciones de USA</b>		<b>1,9%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,8%</b>	<b>2,7%</b>

Elaborado por: Johanna Robles

La estimación de ventas se basa en una proyección de participación en el mercado de USA con el 1,9% en el primer año hasta alcanzar el 2,7% en el quinto año, considerando que el mercado de USA crecerá como mínimo un 5% por año –Ecuador ya participa con alrededor del 17% anual-; cabe destacar que no necesariamente se restará oportunidades a otros países ya que este mercado tiene muchos altibajos, seguramente por motivo oferta.



**Figura 15. Participación estimada de las exportaciones del proyecto en el mercado de importación de USA (en toneladas de malanga)**

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.3.5 Flujo de fondos

**Cuadro 42. Flujo proyectado de fondos**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS DE FONDOS</b>						
Préstamo	0					
Aporte de accionistas	218.390					
Valor remanente en el último año						189.167
Ingresos por Ventas		794.184	1.397.760	1.585.822	1.786.693	2.001.096
<b>TOTAL INGRESOS DE FONDOS</b>	<b>218.390</b>	<b>794.184</b>	<b>1.397.760</b>	<b>1.585.822</b>	<b>1.786.693</b>	<b>2.190.263</b>
<b>EGRESOS DE FONDOS</b>						
Costo variable		687.513	1.171.253	1.336.070	1.515.785	1.711.976
Gastos de operación (no incluye depreciación ni amortización)		99.472	123.435	131.239	139.151	147.174
Gastos financieros		0	0	0	0	0
Participación de trabajadores		340	14.721	17.037	19.024	20.552
Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
Servicio de la deuda (Capital)						
<b>TOTAL EGRESOS DE FONDOS</b>		<b>787.325</b>	<b>1.309.409</b>	<b>1.484.347</b>	<b>1.673.959</b>	<b>1.879.702</b>
<b>SUPERAVIT/DÉFICIT DE FONDOS</b>	<b>218.390</b>	<b>6.859</b>	<b>88.351</b>	<b>101.475</b>	<b>112.734</b>	<b>310.561</b>
<b>SUPERAVIT ACUMULADO</b>		<b>6.859</b>	<b>95.210</b>	<b>196.685</b>	<b>309.419</b>	<b>619.981</b>

Elaborado por: Johanna Robles

Para efecto de cálculo de índices de rentabilidad se formuló el flujo de caja, donde se presenta superávit desde el primer año. El superávit acumulado se estimó en US\$ 619.981.

### 5.3.6 Indicadores de rentabilidad

Cuadro 43. Flujo de fondos descontados

Periodos	Flujos nominales	Flujos descontados
Inversión inicial	<b>-218.390</b>	-218.390
Año 1	6.859	5.715
Año 2	88.351	61.355
Año 3	101.475	58.724
Año 4	112.734	54.366
Año 5	310.561	124.808
<b>Tasa de oportunidad</b>	<b>20,00%</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$ 86.579</b>	
<b>TIR</b>	<b>31,37%</b>	

Elaborado por: Johanna Robles

Considerando una tasa de oportunidad del 20% anual; el Valor Actual Neto de la inversión en el escenario conservador será de US\$ 86.579; Tasa interna de retorno del 31,37%.

Cuadro 44. Periodo de recuperación de inversión

Años	Flujo Fondos	VAN	Recuperación de la Inversión
0	\$ (218.390,00)	\$ (218.390,00)	\$ (218.390,00)
1	\$ 6.858,54	\$ 5.715,45	\$ (212.674,55)
2	\$ 88.351,28	\$ 61.355,06	\$ (151.319,49)
3	\$ 101.475,42	\$ 58.724,20	\$ (92.595,29)
4	\$ 112.733,90	\$ 54.366,27	\$ (38.229,02)
5	\$ 310.561,40	\$ 124.807,66	\$ 86.578,64
<b>Recuperación</b>		<b>Años</b>	<b>4</b>
		<b>Meses</b>	<b>3</b>
		<b>Días</b>	<b>21</b>

Elaborado por: Johanna Robles

El tiempo de recuperación de la inversión será de cuatro años, tres meses y 21 días.

### 5.3.7 Punto de equilibrio

Para la obtención del punto de equilibrio se aplicó la siguiente fórmula, para ello se utilizó información del segundo año, en que la producción se estabiliza:

$$\text{Punto de equilibrio (cantidad)} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

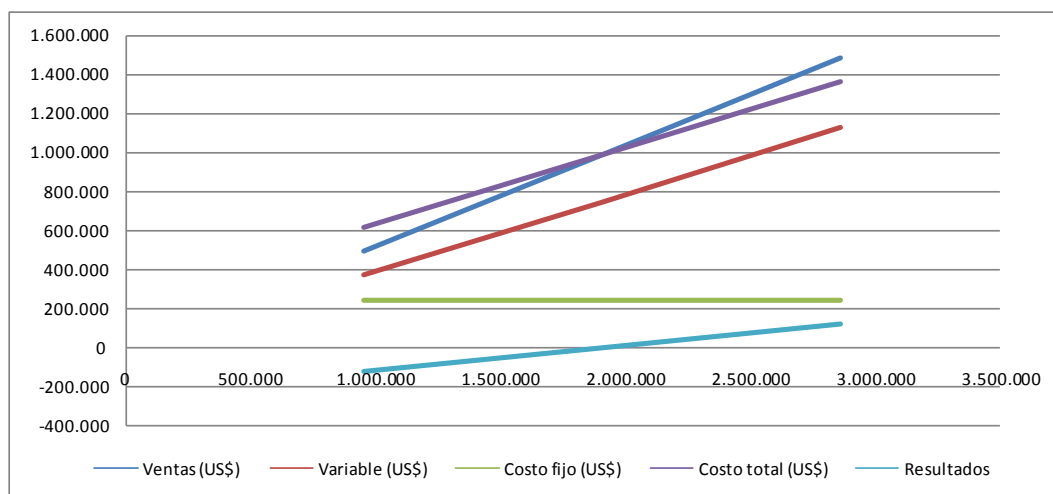
PE = US\$ 239.422/(0,52 – 0,3944)= 1'906.512.  
 Kilos = 2'688.000,  
 Ingreso total = US\$ 1'397.760,  
 Costo variable total= US\$ 1'060.197,  
 Costo variable unitario = CVT / unidades = US\$ 0,394418  
 Costo fijo = US\$ 239.422  
 Precio unitario por kilo = US\$ 0,52,

Cuadro 45. Estimación de punto de equilibrio

Cantidad (kilos)	Ventas (US\$)	Variable (US\$)	Costo fijo (US\$)	Costo total (US\$)	Resultados
2.859.767	1.487.079	1.127.946	239.422	1.367.368	119.711
1.906.512	991.386	751.964	239.422	991.386	0
953.256	495.693	375.982	239.422	615.404	-119.711

Elaborado por: Johanna Robles

El punto de equilibrio se alcanzará cuando se exporte 1'906.512 kilos de malanga fresca, en este punto el ingreso es igual al costo total. Cuando las ventas se incrementen por encima del punto de equilibrio se lograrán ganancias y cuando las ventas estén por debajo del punto de equilibrio habrá pérdidas.



**Figura 16. Gráfico de punto de equilibrio**

Elaborado por: Johanna Robles

### 5.3.8 Análisis de sensibilidad ingresos

**Cuadro 46. Análisis de sensibilidad**

OPCIONES	Tasa de		Costo/ beneficio	Periodo de recuperación de la inversión
	VAN	oportunidad		
Pesimista (0%)	15.618	20,00%	22,15%	1,072 4 años, 10 meses y 10 días
Conservadora	86.579	20,00%	31,37%	1,396 4 años, 3 meses, 21 días
Optimista (+15%)	121.766	20,00%	35,12%	1,558 4 años, 1 meses, 12 días
Tasa de oportunidad			20,00%	

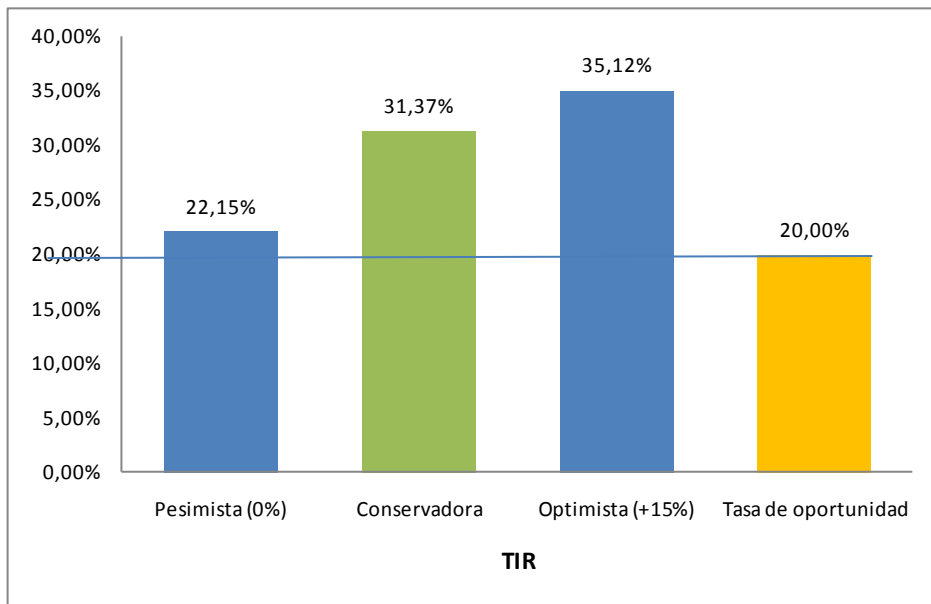
Pesimista: El incremento anual de ventas es del 10% y el precio crece conforme la inflación (4%)

Optimista: El incremento anual de ventas es del 25% e incremento del precio del 10% anual

Conservadora: El incremento anual de ventas es del 18,75%, el precio sube en términos de inflación (4%)

Elaborado por: Johanna Robles

En un análisis de sensibilidad-ingreso aún en un pesimista donde el precio crece conforme la inflación (4% anual) y el volumen vendido crece en un 10% anual; en estas condiciones el VAN es de US\$ 15.618, TIR de 22,15%, la relación costo-beneficio es de 1,072 y el periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años, diez meses y diez días. Los indicadores financieros aún se mantienen atractivos para la inversión.



**Figura 17. Análisis de sensibilidad TIR**

Elaborado por: Johanna Robles

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

Una vez realizada la investigación de cada uno de los objetivos específicos, se obtienen las siguientes conclusiones:

1. La malanga es un tubérculo rico en carbohidratos, sustituto de cereales, plátano y yuca. En Ecuador es cultivo de subsistencia con fines de autoconsumo conocido como papa china producido y consumido por un porcentaje muy limitado de la población, en su mayoría habitantes del subtrópico ecuatoriano, donde constituye uno de los principales componentes de su dieta alimenticia. En el País la producción con fines comerciales se realiza con el objetivo de la exportación y utiliza alrededor de 1000 hectáreas, concentradas principalmente en Santo Domingo de los Tsáchilas y provincias de la Amazonía.
2. El mercado internacional de malanga es de significativo, donde los mayores importadores son Estados Unidos y Japón, quienes constituyen alrededor del 47%; para Ecuador el principal comprador de la malanga es Estados Unidos quien consume aproximadamente el 99% de las exportaciones, en el país del norte los principales consumidores son los inmigrantes de Centroamérica, Caribe, Venezuela y México; en Miami-Dade County alrededor del 63% de la población es de origen latino. El precio del kilo del producto fresco se mantuvo entre US\$ 0,583 en su nivel mínimo en el año 2011 y el máximo es de US\$ 1,115 en el año 2012.
3. Desde el punto de vista de la producción, organización, técnica, de mercado y financiera existe factibilidad para su acopio, procesamiento y exportación; en que se evidencia que es posible su exportación y acopio desde Santo Domingo de los Tsáchilas, los indicadores de inversión son atractivos para su emprendimiento.

## **RECOMENDACIONES**

A partir de las conclusiones, se realizan las siguientes recomendaciones:

1. Dadas las favorables condiciones existentes para la producción de malanga que existe en el País, geográficamente tanto en la región Costa como en la Amazonía se requiere impulsar un mejoramiento orientado a la producción y productividad de la malanga, así como la ampliación de su consumo en el País.
2. Es deseable que las oficinas comerciales del País en Estados Unidos, sobre todo en aquellas localidades con amplia población latina impulsen -en común acuerdo con las autoridades de agricultura y gremios agrícolas- acciones para ampliar la colocación de productos agrícolas, sobre todo la malanga en territorio de Estados Unidos.
3. Acelerar el proceso para iniciar las acciones orientadas para la implementación y puesta en marcha de la planta para acopio, procesamiento y exportación de malanga, esto aunado a un programa que coordine la relación de producción entre agricultores y la planta.



## BIBLIOGRAFÍA

- (INIA), I. N. (s.f.). *Centro de conservación de la biodiversidad Cultivada*. Recuperado el 05 de 08 de 2011, de Centro de conservación de la biodiversidad Cultivada: <http://www.esporus.org>
- AGEXPORT. (s.f.). *Fichas Técnicas Regionales de Productos Agroindustriales para Asistencia Técnica y Pymes*. Guatemala: AGEXPORT.
- Anaya, J. (2007). *Innovación y Mejora de Procesos Logísticos: Análisis, Diagnóstico e Implantación de Sistemas Logísticos* (2da. Edición ed.). España: ESIC, Editorial.
- Area de Inteligencia Comercial. (2006). *ADEX DATA TRADE*. Recuperado el 10 de 08 de 2011, de ADEX DATA TRADE: [http://www.adexdatatrade.com/docinterno/Estados%20Unidos\\_\\_\\_Condiciones%20de%20Acceso.pdf](http://www.adexdatatrade.com/docinterno/Estados%20Unidos___Condiciones%20de%20Acceso.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial Sup. 351.
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 4 de agosto de 2013, de Estadísticas de deuda externa: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- Bernal, M. (8 de octubre de 2010). Productores de malanga decidieron organizarse. *El Universo*.
- Burton, T. (2012). *eHow en español*. Recuperado el 10 de 06 de 2012, de eHow en español: [http://www.ehowenespanol.com/nutricional-raiz-malanga-sobre\\_37548/](http://www.ehowenespanol.com/nutricional-raiz-malanga-sobre_37548/)
- Consortio Malanga Export S.A. COMAEX S.A. (2000). *Consortio Malanga Export S.A.* Recuperado el 2012, de Consortio Malanga Export S.A.: <http://malanga.galeon.com/produccion.htm>
- Corporacion Colombia Internacional. (2000). *Manual del exportador de Frutas, Hortalizas y Tuberculos*. Recuperado el 08 de 04 de 2011, de <http://interletras.com/manualCCI/EEUU/EEUU34.htm>

- Diaz, M. (s/f). *Cultivo de la yautía en Puerto Rico*. San Juan .
- Economic Research Service. (marzo de 2011). *USDA*. Recuperado el 10 de Junio de 2012, de United State department agriculture: [http://www.ers.usda.gov/data-products/foreign-agricultural-trade-of-the-united-states-\(fatus\)/us-agricultural-trade-data-update.aspx#26489](http://www.ers.usda.gov/data-products/foreign-agricultural-trade-of-the-united-states-(fatus)/us-agricultural-trade-data-update.aspx#26489)
- FEDEXPORT. (s.f.). *Federacion Ecuatoria de Exportadores*. Recuperado el 18 de abril de 2012, de Fedexpor: <http://www.fedexpor.com>
- Ferreira, S., & Ortíz, E. &. (1990). Estudio Químico Bromatológico de la Colocasia Esculenta (Taro). *Revista Colombiana de Ciencias Químico-Farmacéuticas*(18), 53-59.
- Fundación WIKIMEDIA INC,. (26 de MAYO de 1012). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 1 de JUNIO de 2012, de WIKIPEDIA: [http://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia\\_esculenta](http://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia_esculenta)
- Fundación Wikimedia, I. (27 de junio de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 27 de junio de 2012, de Wikipedia: [http://es.wikipedia.org/wiki/Estados\\_Unidos](http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos)
- Garcia, S. (1994). *Teoría Económica de la Empresa*. Madrid: Diaz de Madrid.
- Giacometti, D. &. (diciembre de 2013). *La agricultura amazónica y caribeña: Yautía o malanga*. Recuperado el 26 de diciembre de 2013, de FAO: [http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro09/Cap4\\_8.htm#auto](http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro09/Cap4_8.htm#auto)
- H. Congreso Nacional. (1960). *Código de Comercio* (Registro Oficial No. 28 ed.). Quito: H. Congreso Nacional.
- H. Congreso Nacional. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Congreso Nacional.
- Instituto de Investigaciones de viandas tropicales. (2002). *Cuba Vibra*. Recuperado el 10 de Marzo de 2012, de Asociacion Cubana de Tecnicos Agricolas y Forestales.: [www.cubavibra.es](http://www.cubavibra.es)
- Instituto de Promocion de Exportacion e Inversiones. (2010). *Pro Ecuador*. Recuperado el 2011, de Pro Ecuador:

<http://www.proecuador.gob.ec/servicio-al-exportador/consultas-publicadas/ficha-de-consulta/>

Laguna, C. (s/f). *Fundamentos de la Teoría Clásica del Comercio Internacional*. EUMED.

Linares, C. M. (2001). *Economía y Organización de Empresas Constructoras*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

MCPE. (2011). *Costo de no Renovación de ATPDEA y SGP para Ecuador*. Quito: MCPE.

Ministerio Agropecuario y Forestal Nicaragua. (2007). *Ministerio Agropecuario y Forestal Nicaragua*. Recuperado el mayo de 2011, de [www.magfor.gob.ni](http://www.magfor.gob.ni)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Peru. (octubre de 2010). *Sistema Integrado de Información de Exportaciones*. Recuperado el 8 de abril de 2011, de SIICEX:  
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_usa.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf)

Misterio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integracion. (11 de julio de 2012). *Misterio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integracion*. Recuperado el 12 de julio de 2012, de Misterio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integracion:  
<http://www.mmrree.gob.ec/2012/bol0821.asp>

Montalvo, A. (1991). *Clutivo de Raices y Tuberculos tropicales* (Segunda ed., Vol. II). (I. I. (IICA), Ed.) San Jose, Costa Rica.

Oficina Comercial de Ecuador en New York. (2010). *Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integracion*. Recuperado el agosto de 2011, de Ministerio de Relaciones Exteriores, Importaciones e Integracion:  
[http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia\\_eeuu.pdf](http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia_eeuu.pdf)

Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. (2000). *Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe*. Recuperado el 01 de 05 de 2012, de Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura:  
<http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro11/cap3.htm>

Organizacion Mundial de Comercio. (2012). *Organizacion Mundial de Comercio*. Recuperado el 12 de julio de 2012, de Organizacion Mundial de Comercio:

[http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/fact2\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm)

Parkin, M. (2004). *Economia* (8va. ed.). México: Prentice Hall.

Precios de Exportación Cálculo, Política de Precio Internacional. (s.f.).

*Precios de Exportación Cálculo, Política de Precio Internacional*.

Recuperado el 2011, de Precios de Exportación Cálculo, Política de Precio Internacional: <http://www.reingex.com/Precios-Export.shtml>

PROECUADOR. (2011). *Instituto de Promocion de Exportaciones e Inversiones -PROECUADOR-*. Recuperado el marzo de 2012, de Instituto de Promocion de Exportaciones e Inversiones - PROECUADOR-: [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

Revista El Agro. (29 de Octubre de 2013). Eliminación de ATPDEA no frena exportaciones agrícolas. *El Agro*(208).

Rey, J. (2011). *Contabilidad General*. Madrid: Paraninfo.

Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador. (2013). *SIISE*. Recuperado el 17 de Marzo de 2013, de [www.siise.gov.ec](http://www.siise.gov.ec)

United States Census Bureau. (s.f.). *U. S. Department of Commerce*. Obtenido de <http://www.census.gov/#>

USDA. (1987). *Manual de Agricultura No 668, Manual de transporte de productos tropicales*. EEUU: oficina de transporte de la USDA.

Wiley, John & Sons Inc. (2001). *Diccionario de Administracion y Finanzas*. Espana: Oceano.

## **ANEXOS**

**Anexo 1. Población en Estados Unidos según censos 2000 y 2010 por grupos y origen**

<b>Origen y tipo</b>	<b>CENSO 2000</b>		<b>CENSO 2010</b>	
De origen hispano o latino	35.305.818	12,5%	50.477.594	16,3%
no es de origen hispano o latino	246.116.088	87,5%	258.267.911	83,7%
<b>Total</b>	<b>281.421.906</b>	<b>100,0%</b>	<b>308.745.505</b>	<b>100,0%</b>
<b>Hispanos o latinos por tipo</b>	<b>35.305.818</b>	<b>12,5%</b>	<b>50.477.594</b>	<b>16,3%</b>
Mexicanos	20.640.711	7,3%	31.798.258	10,3%
Puertorriqueños	3.406.178	1,2%	4.623.716	1,5%
Cubanos	1.241.685	0,4%	1.785.547	0,6%
<b>Hispano o latino de otro tipo</b>	<b>10.017.244</b>	<b>3,6%</b>	<b>12.270.073</b>	<b>4,0%</b>
Dominicano	764.945	0,3%	1.414.703	0,5%
<b>Centroamericano (excluye mexic</b>	<b>1.686.937</b>	<b>0,6%</b>	<b>3.998.280</b>	<b>1,3%</b>
Costarricense	68.588	0,0%	126.418	0,0%
Guatemalteco	372.487	0,1%	1.044.209	0,3%
Hondureño	217.569	0,1%	633.401	0,2%
Nicaraguense	177.684	0,1%	348.202	0,1%
Panameño	91.723	0,0%	165.456	0,1%
Salvadoreño	655.165	0,2%	1.648.968	0,5%
Otro centroamericano	103.721	0,0%	31.626	0,0%
<b>Sudamericano</b>	<b>1.353.562</b>	<b>0,5%</b>	<b>2.769.429</b>	<b>0,9%</b>
Argentino	100.864	0,0%	224.952	0,1%
Boliviano	42.068	0,0%	99.210	0,0%
Chileno	68.849	0,0%	126.810	0,0%
Colombiano	470.684	0,2%	908.734	0,3%
Ecuatoriano	260.559	0,1%	564.631	0,2%
Paraguayo	8.769	0,0%	20.023	0,0%
Peruano	233.926	0,1%	531.358	0,2%
Utuguayo	18.804	0,0%	56.884	0,0%
Venezolano	91.507	0,0%	215.023	0,1%
Otro sudamericano	57.532	0,0%	21.804	0,0%
<b>Español</b>	<b>100.135</b>	<b>0,0%</b>	<b>635.253</b>	<b>0,2%</b>
<b>Todos los otros hispanos o latino:</b>	<b>6.111.665</b>	<b>2,2%</b>	<b>3.452.403</b>	<b>1,1%</b>

Elaborado por: Johanna Robles

## Anexo 2. Costo de procesamiento de exportación de malanga

DESCRIPCIÓN	Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
<b>Capacidad instalada (cantidades)</b>														
Contenedores	Unidad	0	0	0	0	20	20	20	20	20	20	20	20	160
Cajas por contenedor	Unidad	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840
Kilos por caja	Kilos	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18
Total kilos	Kilos	0	0	0	0	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	305.455	2.443.636
Utilización de capacidad instalada		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	40,0%	60,0%	60,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	65,0%
<b>Presupuesto de ventas</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>183.273</b>	<b>183.273</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>244.364</b>	<b>1.588.366</b>
Malanga fresca	Kilos	0	0	0	0	122.182	122.182	183.273	183.273	244.364	244.364	244.364	244.364	1.588.366
<b>Precio de kilo de malanga</b>	<b>US\$</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>US\$</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>61.091</b>	<b>61.091</b>	<b>91.637</b>	<b>91.637</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>122.182</b>	<b>794.184</b>

Inflación: 4% anual

### PROYECTO: CENTRO DE ACOPIO, PRE-EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

#### Proyección de costos variables

Rubros de costos	Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
Malanga fresca (kilo US\$)	Kilo	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Caja (kilo US\$)	Unidad	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,0220	0,02
Varios (kilo US\$)	Kilo	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,0200	0,02
Transporte (kilo US\$)	Kilo	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,0229	0,02
<b>Costo variable por kilo (US\$)</b>		<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>	<b>0,4649</b>
<b>COSTO DE PRE-EXPORTACIÓN</b>		<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>6.083</b>	<b>51.508</b>	<b>51.508</b>	<b>76.619</b>	<b>76.619</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>101.732</b>	<b>668.313</b>
<b>COSTOS DE MATERIA PRIMA EN US\$</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24.436</b>	<b>24.436</b>	<b>36.655</b>	<b>36.655</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>48.873</b>	<b>317.674</b>
Malanga		0	0	0	0	24.436	24.436	36.655	36.655	48.873	48.873	48.873	48.873	317.674
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>19.200</b>	<b>19.200</b>	<b>28.800</b>	<b>28.800</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>38.401</b>	<b>249.604</b>
<b>GASTOS DE PRE-EXPORTACIÓN Y EMBARQUE</b>		<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>1.283</b>	<b>7.871</b>	<b>7.871</b>	<b>11.164</b>	<b>11.164</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>14.458</b>	<b>101.036</b>
Mano de obra indirecta		637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	637	7.644
Varios		0	0	0	0	2444	2444	3665	3665	4887	4887	4887	4887	31.766
Empaque (cajas)		0	0	0	0	1.344	1.344	2.016	2.016	2.688	2.688	2.688	2.688	17.474
Depreciación		246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	2.952
Transporte		0	0	0	0	2800	2800	4200	4200	5600	5600	5600	5600	36.400
Energía Eléctrica		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Agua		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
<b>Relación costo/ventas</b>						<b>84,31%</b>	<b>84,31%</b>	<b>83,61%</b>	<b>83,61%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>83,26%</b>	<b>84,15%</b>

Elaborado por: Johanna Robles

### Anexo 3. Cantidades y costo de producción, años 1 al 5to.

DESCRIPCIÓN	Unidad	Total año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Capacidad instalada (cantidades)</b>							
Contenedores	Unidad	160	220	240	260	280	0,75
Cajas por contenedor	Unidad	840	840	840	840	840	
Kilos por caja	Kilos	18,18	18,18	18,18	18,18	18,18	
Total kilos	Kilos	2.443.636	3.360.000	3.665.455	3.970.909	4.276.364	17.716.364
Utilización de capacidad instalada		65,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	
<b>Presupuesto de ventas</b>		<b>1.588.366</b>	<b>2.688.000</b>	<b>2.932.364</b>	<b>3.176.727</b>	<b>3.421.091</b>	<b>13.806.548</b>
Malanga fresca	Kilos	1.588.366	2.688.000	2.932.364	3.176.727	3.421.091	13.806.548
<b>Precio de kilo de malanga</b>	<b>US\$</b>	<b>0,5</b>	<b>0,520</b>	<b>0,541</b>	<b>0,562</b>	<b>0,585</b>	
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>US\$</b>	<b>794.184</b>	<b>1.397.760</b>	<b>1.585.822</b>	<b>1.786.693</b>	<b>2.001.096</b>	<b>7.565.555</b>
Inflación: 4% anual			4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	
<b>PROYECTO: CENTRO DE ACOPIO, PRE-EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>							
<b>Proyección de costos variables</b>							
Rubros de costos	Unidad	Total año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Malanga fresca (kilo US\$)	Kilo	0,40	0,42	0,43	0,45	0,47	
Caja (kilo US\$)	Unidad	0,02	0,0228	0,0236	0,0245	0,0254	
Varios (kilo US\$)	Kilo	0,02	0,0207	0,0215	0,0223	0,0231	
Transporte (kilo US\$)	Kilo	0,02	0,0238	0,0246	0,0255	0,0265	
<b>Costo variable por kilo (US\$)</b>		<b>0,4649</b>	<b>0,4833</b>	<b>0,5024</b>	<b>0,5223</b>	<b>0,5429</b>	
<b>COSTO DE PRE-EXPORTACIÓN</b>		<b>668.313</b>	<b>1.171.253</b>	<b>1.336.070</b>	<b>1.515.785</b>	<b>1.711.976</b>	<b>6.403.397</b>
<b>COSTOS DE MATERIA PRIMA EN US\$</b>		<b>317.674</b>	<b>581.468</b>	<b>686.090</b>	<b>803.915</b>	<b>936.400</b>	<b>3.325.546</b>
Malanga		317.674	581.468	686.090	803.915	936.400	3.325.546
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		<b>249.604</b>	<b>422.406</b>	<b>460.807</b>	<b>499.207</b>	<b>537.608</b>	<b>2.169.633</b>
<b>GASTOS DE PRE-EXPORTACIÓN Y EMBARQUE</b>		<b>101.036</b>	<b>167.378</b>	<b>189.173</b>	<b>212.663</b>	<b>237.968</b>	<b>908.218</b>
Mano de obra indirecta		7.644	7.950	8.268	8.598	8.942	41.402
Varios		31.766	55733	63031	70790	79033	300.353
Empaque (cajas)		17.474	31.882	37.500	43.800	50.856	181.512
Depreciación		2.952	2.957	2.957	2.957	2.957	14.780
Transporte		36.400	63864	72226	81117	90563	344.170
Energía Eléctrica		3.000	3120	3245	3375	3510	16.250
Agua		1.800	1872	1947	2025	2106	9.750
<b>Relación costo/ventas</b>		<b>84,15%</b>	<b>83,79%</b>	<b>84,25%</b>	<b>84,84%</b>	<b>85,55%</b>	<b>84,64%</b>

Elaborado por: Johanna Robles