



## **FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PROYECTO DE COMERCIALIZACIÓN DE CONCENTRADO DE  
MARACUYÁ BASADO EN EXPORTACIONES AL MERCADO  
ESTADOUNIDENSE.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO  
PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL.**

**Autor**

Manuel Echeverría García

**Tutor**

Carlos Molina

Samborondón, Julio 19 del 2012



## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento muy especial para todas las personas que han hecho posible el desarrollo del presente estudio, agradezco a mi tutor y mentor el Eco. Carlos Molina, quien supo orientarme y dirigirme para la consecución de mis objetivos estudiantiles.

Agradezco también a mi Universidad que ha sido el centro de aprendizaje y brindador de una cultura profesional que regirá por siempre mi vida.

Un agradecimiento muy especial a mis familiares, mis padres quienes supieron brindarme todas las herramientas, amor y paciencia para la realización de mis estudios y del crecimiento como ser humano.

Y por último a mis compañeros y amigos quienes han sabido apoyar y sumar en cada momento a mi crecimiento personal.

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CONCENTRADO DE MARACUYÁ EN ESTADOS UNIDOS.....	1
1.1.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL PRODUCTO .....	2
1.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA MARACUYÁ .....	3
1.1.3. PLAGAS Y SU MANTENIMIENTO .. .....	4
1.1.4. CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS DE LAS ZONAS INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO .....	4
1.2. IDEA DEL NEGOCIO.....	6
1.3. OBJETIVOS.....	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.4. GENERALIDADES.....	7
1.5. BENEFICIARIOS .....	14
2. ANÁLISIS DE MERCADO OBJETIVO DEL PROYECTO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ.....	15
2.1. ZONA DE INFLUENCIA.....	15
2.2. OBJETIVO DE MERCADO .....	15
2.3. REVISIÓN FINANCIERA PREVIO ANÁLISIS DE HACIENDAS ....	19
2.3.1. ENCUESTAS.....	19
2.3.1.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	20
2.4. SUBMERCADO CONSUMIDOR.....	28
2.5. SUBMERCADO COMPETIDOR .....	28
3. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO .....	29
3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	29
3.2. TAMAÑO.....	30
3.3. LOCALIZACIÓN.....	30
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.....	31
4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....	31
4.1.1. MISIÓN .....	31
4.1.2. VISIÓN.....	31
4.2. ANALISIS FODA.....	31
4.2.1. FORTALEZAS .....	31
4.2.2. OPORTUNIDADES.....	32
4.2.3. DEBILIDADES .....	32
4.2.4. AMENAZAS .....	32
4.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	33
4.4. POLÍTICA ESTRATEGICA .....	33
4.5. Estudio Legal .....	34
4.6. Plan de marketing .....	36
4.6.1. Estrategia del producto .....	36
4.6.2. Estrategias.....	36
4.6.3. Estrategia del precio .....	36
4.6.4. Estrategias de promoción .....	36
4.6.5. Estrategias de plaza .....	37

1. ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ.....	38
1.1. Ingresos .....	38
1.2. Egresos.....	39
1.2.1. Activos Fijos.....	39
1.2.2. Gastos de Constitución.....	40
1.2.3. Costos de Operación .....	41
1.2.4. Gastos Financieros.....	42
1.2.5. Costo de Producción y Embarque .....	46
1.2.6. Costo de capacitación y asociatividad a los productores del proyecto.....	48
1.3. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	49
1.4. Flujo de Caja Proyectado (5 años).....	50
1.5. Factibilidad.....	50
1.5.1. Valor Actual Neto, VAN.....	50
1.5.2. Tasa Interna de Retorno, TIR .....	50
1.5.3. Periodo de Recuperación, PRI .....	51
1.5.4. Punto de equilibrio .....	51
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	52
2.1. Conclusiones.....	52
2.2. Recomendaciones .....	53
3. BIBLIOGRAFÍA .....	54
4. ANEXOS .....	55
4.1. Flujo de Caja Proyectado (6 años).....	55
4.2. Factibilidad.....	55
4.2.1. Valor Actual Neto, VAN.....	56
4.2.2. Tasa Interna de Retorno, TIR .....	57
4.2.3. Periodo de Recuperación, PRI .....	58
4.2.4. Costos de Producción.....	59
4.3. INFRAESTRUCTURA DE LOS CULTIVOS DE MARACUYÁ.....	60
4.4. PASOS PARA OBTENER EL CONCENTRADO DE MARACUYÁ PARA SER EXPORTADO .....	62
4.5. Formato Encuesta Importadores de Fruta Maracuyá (Pasiflora edulis L).....	63
4.6. FOTOS DE SEMBRIO DE MARACUYÁ Y SU COSECHA PARA PREVIA ENTREGA.....	64
5. CUADRO DEL CONSUMO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ EN LA FLORIDA.....	70
5.1 Principales Equipos, Lavado y selección en una Industrializadora para obtener el concentrado de maracuyá.....	71

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto busca la Creación de una Empresa Exportadora de Concentrado de Maracuyá, misma que previo un análisis de mercado se pudo identificar su nicho orientado al mercado Norteamericano. Para una correcta comprensión del contenido del proyecto, se ha realizado una puntualización de los factores más importantes a tomar en cuenta que se describen a continuación:

- ✓ Introducción.- donde se realiza un análisis situacional de la problemática actual en términos de levantamiento de una línea de base que permite tener un punto de partida para la realización del proyecto, donde se plantea de forma directa la idea del negocio propuesto, los objetivos, modelos de gestión propuestos y las generalidades en función de ventajas y desventajas de la producción de la fruta y el concentrado.
- ✓ Análisis de mercado.- donde se ha realizado un levantamiento de información de mercado que permite decidir el norte de las exportaciones y los potenciales clientes. Se realizan encuestas que muestran una tendencia del mercado para identificar los gustos y preferencias de los consumidores del producto y de los importadores norteamericanos como principales clientes.
- ✓ Estudio técnico, operativo, legal y de planificación estratégica.- donde se plantea todas las generalidades de la empresa a crear, los modelos de gestión en base a misión, visión y objetivos estratégicos, se muestra el análisis FODA.
- ✓ Estudio financiero.- justifica la puesta en marcha del proyecto con un sustento financiero permitiendo realizar una evaluación en base a indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de la Inversión y Análisis de Punto de Equilibrio.
- ✓ Conclusiones y recomendaciones.

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CONCENTRADO DE MARACUYÁ EN ESTADOS UNIDOS.

La situación actual frente a la cual se encuentra el presente proyecto enmarca el ganar mayor participación en mercados internacionales con el producto de concentrado de maracuyá, tomando en cuenta que el concentrado de maracuyá ecuatoriano, en lo que tiene que ver a su costo es menor que el de otros países exportadores del mismo producto, pero a la vez no se premia la calidad con el precio, ya que nuestro producto (maracuyá) es de mayor agrado para el paladar del mercado internacional.

Éste producto tiene un alto índice de consumo, que a su vez incrementa las exportaciones a los consumidores de EEUU y la Unión Europea como principales mercados de destino del concentrado de maracuyá.

A nivel nacional el concentrado de maracuyá favorece al desarrollo económico y social de las regiones (Portoviejo, El Empalme, Balzar, Vinces, Babahoyo, Quevedo, Milagro, El triunfo, Naranjal, Tenguel, Pasaje, Quinindé, Santo Domingo de los colorados y Lago Agrio en la región amazónica), las mismas que son zonas que tienen una alta producción de la fruta. Esto obliga a que las compañías exportadoras del producto se sientan comprometidas a darle un incentivo (mejor costo) para la mejora del subdesarrollo del producto desde su plantación hasta su cosecha en áreas adecuadas, generando plazas de trabajo y pequeñas unidades de negocio.

Tomando en cuenta desde ésta perspectiva en nuestro país, la producción de la fruta, no solo es visto como una oportunidad para darse a conocer a nivel internacional, sino que se enfoca mediante estrategias de mercado tratar de debatir un precio que sea sustentable y atractivo tanto para los pequeños productores como para las compañías exportadoras del producto, ya que en el periodo de escases se elevan los precios en el mercado internacional y esto provoca un incentivo a las procesadoras y exportadoras, por la cual optan por inducir a los productores a sembrar la fruta, pero esto se da por un lapso de hasta 2 o 3 años y luego otra vez decae la demanda, lo cual da como resultado una caída vertiginosa de la demanda por el fruto y los productores deciden reemplazar la maracuyá por otros frutos similares.

El Cantón Pasaje, uno de las zonas que por su condiciones geográficas es de las más aptas para el cultivo de la maracuyá, ya que consta con las características preliminares para el desarrollo adecuado del fruto. A pesar de contar con las condiciones óptimas para el cultivo de la maracuyá es un sector no muy explotado al cultivo del mismo y se cuenta con bastas



extensiones de tierras para el cultivo apropiado, tiene las temperaturas óptimas para un buen desarrollo del producto, donde se puede trasladar con facilidad la producción.

Pese a todas las facilidades naturales y condiciones edafo climáticas que tiene éste cantón, los gobiernos de turno no han presentado mucha atención en reactivar o incentivar al desarrollo de cultivos de la fruta con mayor intensidad, para así tener una oferta más (proveedor) del producto fresco en mayores volúmenes y a un precio equivalente a la calidad del mismo.

El presente proyecto tiene su justificación en el hecho que actualmente existe una gran demanda del Concentrado de Maracuyá en los mercados internacionales, teniendo a Holanda y Estados Unidos de Norteamérica los principales importadores de concentrado de este producto en el mundo, teniendo como principal zona de destino de esta fruta el Estado de la Florida que es uno de los compradores más fieles a la producción de maracuyá.

### **1.1.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL PRODUCTO**

Con el transcurso del tiempo y observado lo reflejado en los gráficos estadísticos tanto en volumen como en costo año tras año varían de una manera u otra, es decir sube y baja, tanto la oferta como la demanda, en sí la producción de la maracuyá como concentrado, se caracteriza por su carácter cíclico y su gran inestabilidad, dando como resultado que los países importadores sustituyan el producto por otros. Y esperan mejores precios causando finalmente una caída drástica del mismo.

La historia del comercio internacional de la maracuyá es pertinente causando un gran interés por su incremento años tras año, a pesar de que el jugo (néctar con agua y azúcar) había sido conocido desde hace mucho tiempo en países como Hawái, África, Australia y Sudamérica, pero en ese entonces por los años 60 no existía la tecnología de su conservación y transporte para cualquier país. La situación vino a cambiar gracias al turismo a zonas tropicales y subtropicales, en especialmente los europeos, conocieron bebidas y refrescos tropicales y exóticos, por lo que ha generado su atención y su demanda que hoy en día es muy apetecida en muchos mercado internacionales, por lo que un alimento como lo es el concentrado de maracuyá por sus bondades para la salud, tienen las características nutricionales positivas y acompañado de una buena presentación de dar a entender que es saludable, y que es irresistible su consumo o de no ser aceptado.

## 1.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA MARACUYÁ

El maracuyá, conocida como fruto de la flor de la pasión, es originarios del Brasil, se caracteriza por ser una fruta redonda y pequeña de piel resistente que se arruga cuando la fruta está madura, adoptando una coloración de la cascara tales como de color roja, dorada o café – morada. La pulpa, en su interior contiene pequeñas semillas de color negras pero son comestibles, son de color amarillo mostaza con un intenso sabor aromático.

Es voluble, de hábito trepador y de rápido desarrollo que puede alcanzar hasta 10 metros de longitud.

El fruto es una baya esférica, elipsoide que mide hasta 10 cm de diámetro y con un peso máximo de 190 g.

Es un fruto que se comenzó a cultivar comercialmente al Ecuador en los años 70, su utilización es en pulpa para la elaboración de jugos y helados, también es utilizada en mezclas con otros jugos por su cuerpo y sabor intenso.

Ecuador dispone de apropiadas condiciones climáticas para el cultivo de maracuyá, el mismo que se puede producir en diferentes zonas, tanto en la costa como en el oriente. La maracuyá se produce durante todo el año, pero tiene un pico de producción desde el mes de Marzo hasta el mes de Septiembre, lo cual permite ofertar de forma permanente el concentrado al mercado internacional.

### **Exigencia de Cultivos Agroecológicas:**

Clima:	Cálido, sub cálido.
Temperatura:	21°C – 24°C
Humedad:	80% - 90%
Pluviosidad:	1000 – 1800 mm
Altitud:	0 a 1600 m.s.n.m.
Formación ecológica:	Bosque seco tropical y Bosque húmedo tropical

### **Requerimientos edáficos:**

Tipo de suelo:	Franco arcillo – arenosos, aireados, de fácil drenaje, altos en materia orgánica (terrenos no inundables).
Acidez:	pH de 4.5 – 5.5

### **Siembra:**

Semillas:	De semilla procesada en sistemas de pilón.
Acodos:	De tipo aéreo o subterráneo. (Más común aéreo)
Material de siembra:	Bien formadas, sanas, robustas, libres de enfermedades.
Distancia de siembra:	4 m entre hileras y 3 m entre plantas.



Densidad de planta: 833 por Ha.  
Etapas de Cultivo: Todo el año (pico de producción de Marzo a Septiembre).

### 1.1.3 PLAGAS Y SU MANTENIMIENTO

Es pertinente recalcar y dar a conocer cuáles son las plagas más comunes en el cultivo de la maracuyá, por lo que éstas plagas cuando invaden el sembrío ya sea por descuido o temporada, causan un perjuicio representativo en la producción del pequeño agricultor, lo cual les genera menor utilidad o ganancia. Y a su vez no podrá proveer a MARAPROGRESS para satisfacer la demanda del mercado objetivo la Florida.

Pero para contrarrestar éstas plagas existes insecticidas y fungicidas orgánicas y a su vez un abono con hormona orgánica.

- Como fungicida que son para los hongos y bacterias que se pueden observar mediante microscopio y se encuentran en medio del tallo de la planta o en la raíz de la misa se utiliza el fungicida orgánico llamado **CUPROPAC** en líquido, viene en un recipiente de plástico con un contenido de un litro, a un costo de \$20,00, la cual rinde para dos hectáreas cada litro, se lo aplica mediante bomba a presión cada 20 días.
- Como insecticida que son para las plagas que se pueden observar a simple vista como la oruga o mariposa y el caracol de rayas café, éstas plagas se comen las hojas, el tallo y la flor de la planta provocando un gran daño y que la fruta no llegue a su desarrollo total provocando menos producción para el pequeño productor, para ello se utiliza el insecticida orgánico **PIRETRIN** en líquido, viene en un recipiente de plástico conteniendo 1 litro a un costo de \$15,00 y rinde para 3 hectáreas, de igual manera se lo aplica mediante bomba a presión cada 20 días.
- Por ultimo luego de ver aplicado el fungicida e insecticida al día siguiente, es decir cada 21 días se aplica mediante bomba a presión la hormona orgánica **MIROS**, viene en un recipiente conteniendo 1 litro a un precio de \$20,00 rindiendo para 2 hectáreas, ésta hormona es para una floración temprana y fuerte.

### 1.1.4 CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS DE LAS ZONAS INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO

#### DATOS ECUADOR

- Ubicación geográfica: Región sur-centro de la costa Ecuatoriana, teniendo como Capital del país a la ciudad de Quito.
- La temperatura oscila desde los 17 grados centígrados a 32 grados centígrados, teniendo en cuenta que la temperatura en el Verano tiende a bajar y en el Invierno sube.

- Su clima es considerado como Cálido.
- Respecto a la población existente y datos actuales existen 14.204.900 habitantes.
- El Ecuador posee una superficie total de 344,5 km<sup>2</sup>, subdividiéndose de la siguiente manera; respecto a tierra posee 316, 42 km<sup>2</sup> y respecto a agua posee 28,08 km<sup>2</sup>.
- El Idioma habitacional es el Castellano.

### **DATOS ESTADOS UNIDOS**

- Ubicación geográfica: Norte Canadá, Alaska y con el Océano Glacial Ártico, Sur México y Golfo de México, Este Océano Atlántico y al Oeste Océano Pacífico.
- Estados Unidos tiene como Capital a la ciudad de Washington DC.
- Su temperatura oscila entre los 17 grados centígrados a los 32 grados centígrados, su temperatura tiende a bajar en el verano y subir en el invierno, también es considerado como un clima Cálido.
- Respecto a la población existente y por datos de la INEC se pudo conocer que Estados Unidos de América del Norte posee una población de 306.050-595 actualmente.
- Estados Unidos contiene una superficie total de 9.631.418 km<sup>2</sup>, tomando en cuenta que existe un porcentaje de 2,198% de Agua y con 12.219 km de fronteras.
- Su Idioma natal es el inglés.

### **DATOS DE FLORIDA**

- Es un estado situado en la región Sur de los Estados Unidos. Su capital es Tallahassee y su abreviatura es Fla, limita con el golfo de México al Oeste, con el océano Atlántico al Este, y al norte con Georgia y Alabama.
- La economía de Florida se basa fuertemente en el turismo. El clima benigno durante la mayor parte del año y los muchos kilómetros de playas atraen a numerosos turistas de todas las partes del mundo, el parque temático de Walt Disney, el más grande de la cadena, localizado cerca de Orlando, conduce la actividad de la zona.

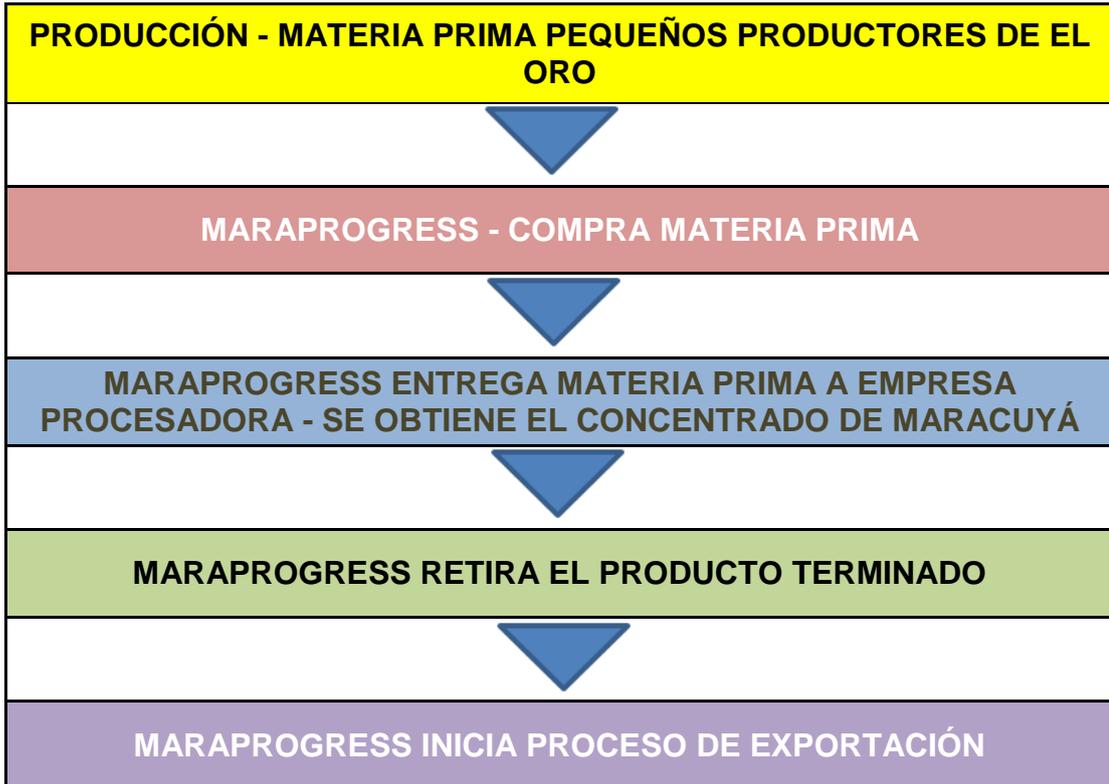
- Florida no cobra impuestos la renta y depende de los impuestos de la venta, en la que el turismo aporta un alto porcentaje, la gran cantidad de impuestos sobre las ventas es lo que no permite a Florida que no exista un impuesto sobre la renta. Otras industrias de importancia son los cítricos y la producción de zumos.
- Actualmente el estado de Florida cuenta con una población de 18.089.889 personas, de las cuales:
- El 61% son de rasgos blancos (europeos o descendientes de europeos)
- El 20,1% son latinoamericanos (de cualquier nacionalidad y rasgos)
- El 15,4% son de rasgos africanos.
- El 2,2% son asiáticos.
- El resto lo conforman personas de otra raza.

## **1.2. IDEA DEL NEGOCIO**

Implementación de un proyecto de inversión que permita la exportación de concentrado de maracuyá a mercados internacionales.

Mediante la propuesta en marcha de este proyecto se podrá generar la asociatividad de los pequeños productores quienes van a proveer la materia prima para exportar el concentrado de maracuyá por medio de un canal de comercialización que garantizará la compra a largo plazo a un precio de \$9,00 por saco de la producción de la fruta existente en la zona de El Oro proveniente de los pequeños productores, mismos que verán una mejora sostenible en su calidad de vida a partir de la generación de plazas de empleo y además por la compra directa de su producción. El modelo de gestión del proyecto que se plantea está basado principalmente en tres ejes de acción que se detallan a continuación:

- Proveedores.- Los proveedores de la materia prima para elaboración del concentrado de maracuyá.
- La Empresa que brinda el proceso para la transformación de la materia prima en concentrado de maracuyá.
- Maraprogress.- Es la empresa exportadora que se encarga de todos los temas logísticos desde la compra de la materia prima, traslado de la misma, y proceso de exportación del producto terminado.



### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Comercializar concentrado de Maracuyá en base a exportaciones al mercado estadounidense.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar el nicho de mercado, demanda y viabilidad financiera del negocio.
- Desarrollar un plan de negocios basado en estrategias de penetración de mercado.
- Definir la logística necesaria para exportación de Concentrado Maracuyá.

### **1.4. GENERALIDADES**

La maracuyá es una fruta redonda y pequeña, conocida como “fruta de la pasión”, de piel resistente pero cuando está madura su piel torna a arrugarse, adoptando una coloración roja, dorada o café – morada. La pulpa, contiene pequeñas semillas negras comestibles, es de color amarillo mostaza con intenso sabor aromático.

En el Ecuador esta fruta está disponible durante todo el año, gracias a que las condiciones climáticas y del suelo son altamente propicias, debido a la ventaja comparativa que posee Ecuador en su producción, la maracuyá es una fruta de fácil acceso y que tiene un bajo precio. Su cultivo se encuentra localizado en la franja costera del país, específicamente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santo Domingo de los Colorados<sup>1</sup>.

Es pertinente también dar a conocer sus ventajas naturales como fruto, para la salud de las personas, aparte de adquirirlo como bebida para calmar la sed.

<b>Composición nutricional del maracuyá</b>		
<b>Componentes</b>	<b>Contenido de 100 g de parte comestible</b>	<b>Valores diarios Recomendados (basado en una dieta de 2000 calorías)</b>
Calorías	67	
Carbohidratos	15.8 g	300 g
Proteínas	0.9 g	
Acido ascórbico	22 mg	60 mg
Calcio	13 mg	162 mg
Caroteno	2.7 mg	
Fósforo	30 mg	125 mg
Hierro	3 mg	18 mg
Riboflavina	0.2 mg	1.7 mg

Fuente: CORPEI

## **Entorno empresarial factores directos<sup>2</sup>**

Con una participación dominante en el mercado mundial, Ecuador es el principal proveedor de concentrado (50° Brix) y jugo (14°/15° Brix) de maracuyá. También se exporta en una menor proporción, la fruta fresca, las semillas e incluso el aroma.

El país inicia las exportaciones de concentrado de maracuyá a fines de la década de los 80. Desde entonces, las ventas al mercado internacional han superado toda expectativa. De 903 TM exportadas en 1990, Ecuador alcanzó un nivel de 18 000 TM de jugo y/o concentrado en el año 2008. Se destaca un crecimiento significativo en las exportaciones del concentrado de maracuyá debido a que en los últimos quince años varias fábricas de extracción de pulpa de maracuyá se han creado en el país.

<sup>1</sup> Gandhi Alvarez – trabajo de investigación de maracuyá año 2011

<sup>2</sup> [www.ecuadorexporta.com](http://www.ecuadorexporta.com) – CORPEI

El producto como tal hace uso de aproximadamente de 28.000 hectáreas, que a la vez genera empleo a 50.000 familias.

En los últimos cinco años los jugos de maracuyá o pachita han tenido la mayor demanda internacional con respecto a demás jugos de frutas como: mango, guanábana, melón hortalizas y demás frutas, tal y como lo refleja las ventas acumuladas 2004-2008 de US \$ 247.8 millones que representa el 97% de la ventas acumuladas del sector de jugos. Su participación promedio en las exportaciones no tradicionales se ubica en 1,7% para el quinquenio en referencia. Se reporta además que su participación promedio 2005-2008 en el PIB de otros cultivos agrícolas (no incluye banano, café y cacao) es del 5,3%.

En el presente análisis de las exportaciones ecuatorianas y comercio mundial concentrado de maracuyá, se considerará a la partida arancelaria 200980 para presentar las estadísticas de este producto, su descripción y su sub clasificación. En los últimos años, Ecuador se ha convertido en el principal proveedor de jugo concentrado de maracuyá en el mundo superando a Brasil.

### **Ventajas Competitivas<sup>3</sup>**

La maracuyá, o fruta de la pasión, es un producto cuya composición contiene muchas vitaminas y calorías. Es utilizado comúnmente en la preparación de jugos, mermeladas, licores, y helados.

Conocida como fruta de la pasión, la maracuyá ecuatoriana es cada vez más apetecida en el mercado mundial por su exquisito sabor y la adecuada acidez de la fruta.

### **Ventajas Comparativas<sup>4</sup>**

Para la producción de la maracuyá, convirtiéndolo en uno de los más grandes productores mundiales de esta fruta. De hecho, el privilegiado clima tropical ecuatoriano permite que exista una cosecha ininterrumpida durante todo el año.

Cabe detallar que esta fruta se ha convertido en un ingrediente muy importante para elaborar postres, cócteles y caramelos.

### **Datos Mercado**

El consumo mundial de jugos aumentó a un promedio anual 2004-2010 del 28%. El consumo mundial en 2010 fue de aproximadamente US \$ 4.3

<sup>3</sup> [www.ecuadorexporta.com](http://www.ecuadorexporta.com) – CORPEI

<sup>4</sup> [www.ecuadorexporta.com](http://www.ecuadorexporta.com) - CORPEI



miles de millones. Los principales consumidores fueron: Estados Unidos, Alemania y Japón.

En Ecuador existen varias modernas plantas que procesan la fruta para obtener el concentrado y/o jugo de maracuyá (no contiene agua ni azúcar).

Las plantas cuentan con especialistas que llevan un riguroso control del proceso, para garantizar a sus clientes un producto de la más alta calidad. El procesamiento se realiza bajo las normas de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos y la AIJN (Association of the Industry of Juices and Nectars from Fruits and Vegetables of the EU) de la Unión Europea.

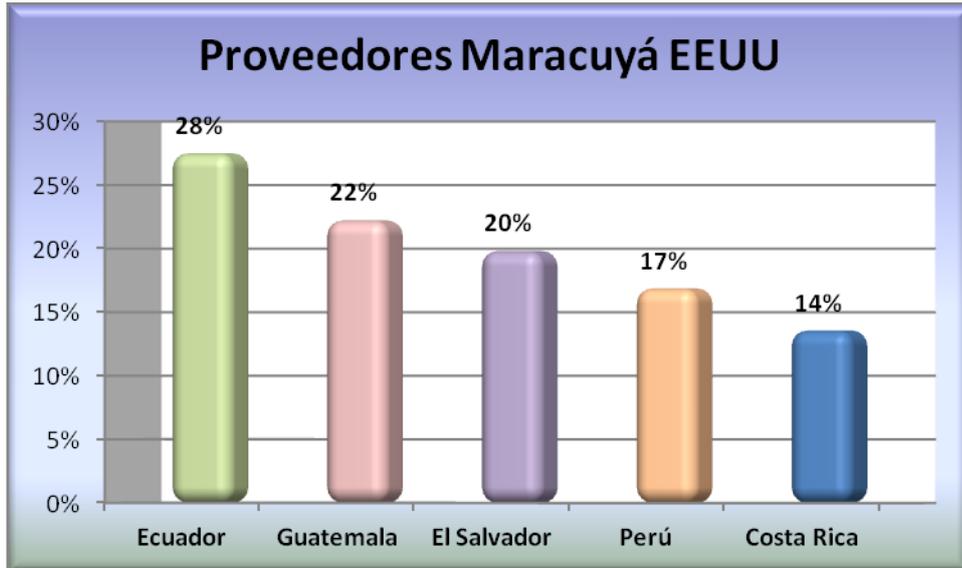
Así, calificado como productor de clase A, Ecuador provee este producto a las más prestigiosas embotelladoras de la industria de jugos en el mundo, como ingrediente para elaborar mezclas de jugos tropicales y bebida de maracuyá.

En el Ecuador existen alrededor de 6 plantas encargadas de procesar el concentrado de maracuyá, las mismas que están provistas de tecnología de punta para satisfacer las exigencias del mercado externo. La principal ventaja competitiva que tiene estas plantas se centra en la oferta de un producto a precios accesibles y con alto nivel de calidad

Se debe destacar que la maracuyá del suelo Ecuatoriano tiene un sabor intenso y agridulce, que despierta diversas sensaciones en el paladar del consumidor externo, en la cual le han dado al maracuyá el apelativo de “fruta de la pasión”.

#### **PRINCIPALES PROVEEDORES DE MARACUYÁ A ESTADOS UNIDOS**

<b>Países</b>	<b>Exportación TN</b>	<b>Participación %</b>
Ecuador	4.320	28%
Guatemala	3.490	22%
El Salvador	3.111	20%
Perú	2.650	17%
Costa Rica	2.130	14%
<b>Total</b>	<b>15.701</b>	



Fuente: SICA Agro - Ecuador

## DOCUMENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DEL CONCENTRADO DE MARACUYÁ<sup>5</sup>

Primeramente la Declaración Aduanera (DAU), el propietario consignatario, en su caso, personalmente o a través de un agente de Aduana, presentará el formulario correspondiente, la declaración de la mercancía proveniente del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero en nuestro caso Exportaciones a Consumo.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

En las exportaciones, la declaración se presentará en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes. El Gerente Distrital podrá autorizar el desaduana miento directo de las mercancías en los casos previsto en los reglamentos y previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el mismo.

Los documentos de acompañamiento a la declaración aduanera son los siguientes:

<sup>5</sup> [www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2010.pdf](http://www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2010.pdf)

- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.
- Factura comercial y póliza de seguro expedida de acuerdo con la Ley General de Seguro y el Decreto Supremo 1147, publicado en el Registro Oficial del 123 del siete de diciembre de mil novecientos sesenta y tres, que servirán de base para la declaración aduanera.
- Certificado de inspección en origen o procedencia cuando sea del caso.
- Certificado de origen cuando proceda.
- Certificados sanitarios y fitosanitarios.
- Visto bueno del Banco Central del Ecuador o de sus corresponsables, previo al embarque de las mercancías.

## **REQUISITOS PARA INGRESAR A LOS ESTADOS UNIDOS CON EL CONCENTRADO DE MARACUYÁ<sup>6</sup>**

### **Registro de Instalaciones**

Es un requisito para quien desea exportar a EEUU productos agroalimentarios como lo es el concentrado de maracuyá, debe estar previamente registrado en un padrón de exportadores administrado por la FDA, para conseguir cierto requisito se debe llenar el formulario pertinente en el Registro de Instalaciones, cumpliendo con las características dadas respecto a su manufacturación, proceso, empaque o almacenamiento de alimentos destinados para el consumo humano o animal referente a la jurisdicción de la FDA.

Este registro se lo hace una sola vez y no tiene costo alguno, pero si se hace una modificación de información del producto se debe actualizar la información necesaria.

### **Notificación Previa**

La FDA solicita que cuando se vaya a exportar el producto se debe informar con anticipación de cualquier embarque de producto que este sujeto a la ley de Bioterrorismo, con el objetivo de poder evaluar y considerar si el producto amerita o no una inspección.

Del mismo modo se debe completar un formulario, el cual debe ser enviado con una anticipación de 5 días antes del embarque a la FDA,

---

<sup>6</sup> [www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2010.pdf](http://www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2010.pdf)



pero debe ya ser recibido y confirmado, y no menos de 2 horas si es por carretera, si es por vía aérea o férrea no menos de 4 horas y si es vía marítima no menos de 8 horas.

### **Establecimiento y Mantenimiento de Registro**

Aquí se solicita que se tome en cuenta el proceso adecuado del producto, relacionado con la manufactura, empaque, procedimiento, distribución, recepción y almacenamiento.

### **Buenas prácticas de Manufactura**

Es respecto al registro en la FDA desde su elaboración hasta su almacenamiento.

### **Etiquetado General**

El desglose de la etiqueta debe ser escrito en inglés, utilizando las medidas del sistema anglosajón. Además se debe especificar el país de origen en la etiqueta, en la cual se considera los siguientes elementos:

- El nombre común o usual del producto o alimento.
- La cantidad exacta del contenido neto (peso, volumen)
- El nombre y lugar del establecimiento del fabricante.
- Lista completa de los ingredientes, enumerados en orden descendente a la cantidad presente del producto.

### **HACCP (Análisis de Riesgo y Control de Puntos Críticos)**

Es un sistema que reconocido mundialmente como un enfoque sistemático y preventivo que considera los riesgos biológicos, químicos y físicos, para evitar enfermedades causadas por el consumo del mismo

### **Productos Orgánicos**

Éstos son controlados por el Programa Nacional de Productos Orgánicos del USDA, el cual establece los requisitos desde producción hasta distribución del producto, para ser comercializado nuestro producto como orgánico debe ser certificado y aprobado por la USDA.

### **APLICACIÓN DE NORMA ISO 14000**

Es necesaria la aplicación de esta norma ya que es considerada al establecimiento con el medio ambiente que lo rodea, aspecto muy importante. Trata por ejemplo de los problemas relacionados con la

contaminación del agua, el suelo y el aire, (tratamientos de gases y líquidos efluentes).

Se comprende por todo lo expuesto, lo que ayuda a que la empresa no se someta a una auditoría ambiental, por la necesidad imperiosa de establecer un riguroso sistema de Control de Calidad.

Para finalizar, procederemos a graficar el sistema total de control de calidad de un producto alimentario basado de la siguiente manera:



## 1.5. BENEFICIARIOS

Los principales beneficiarios de la puesta en marcha de la presente propuesta son los pequeños productores de maracuyá de la provincia de El Oro, los cuales tendrán como principal factor de mejora la respuesta al problema de comercialización que afronta el sector agrícola en general. Esto debido a que Maraprogress llegará hasta todos los pequeños centros de producción para comprar en pie las cosechas, reduciendo de esta manera de forma directa los costos logísticos de transportación y acopio del fruto.

Por otra parte se genera de forma sostenida la creación de plazas de empleo en la industria, pues al recibir un incentivo económico en el precio ofrecido a los pequeños productores, estos, realizarán una inversión en su sistema de producción, lo que llevará a la industria a demandar mayor cantidad de mano de obra y de esta manera generar puestos de empleo, beneficiando a la población económicamente activa de la provincia de El Oro. De esta forma se incrementa el poder adquisitivo de la población y trasladar estos ingresos al ahorro o al gasto, pudiendo de esta manera fomentar la creación de pequeños centros de negocios como tiendas, comercios, etc.

Otro beneficiario directo es la empresa Maraprogress, pues se proveerá de la producción constante de los pequeños productores y podrá contar

con la materia prima necesaria para la generación del concentrado de maracuyá y obtendrá ingresos provenientes de la exportación de su producto terminado.

## 2. ANÁLISIS DE MERCADO OBJETIVO DEL PROYECTO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ

### 2.1. ZONA DE INFLUENCIA

La empresa Maraprogress tiene una zona de influencia que se centra básicamente en la provincia de El Oro, siendo el sector correspondiente a los pequeños productores los proveedores de la materia prima para la elaboración del concentrado de maracuyá.

Es importante detallar que más del 50% de la población Orense tiene como fuente de generación de ingresos primaria la agricultura, siendo la maracuyá una variedad de siembra que tiene una tendencia creciente en la zona.<sup>7</sup>

### 2.2. OBJETIVO DE MERCADO

El objetivo fundamental de este proyecto en cuanto al mercado es Desarrollar un Plan de Negocios para la Exportación de Concentrado de Maracuyá, que permita llevar el producto a mercados internacionales.

Actualmente uno de los principales socios comerciales de Ecuador en tema del concentrado de maracuyá es precisamente Estados Unidos donde se envía el 14% de la producción nacional como se muestra a continuación:

#### MERCADOS<sup>8</sup>

Los principales destinos de las exportaciones de concentrado de maracuyá son: Holanda con el 68 % y Estados Unidos con 14,55%.

**Cuadro 1: Destino de las Exportaciones de Concentrado de Maracuyá de producción Ecuatoriana año 2010 en Toneladas.**

	TONELADAS	% / TOTAL FOB - DOLAR
HOLANDA(PAISES BAJOS)	37.553,40	68,09
ESTADOS UNIDOS	6.310,14	14,55
REINO UNIDO	1.339,75	4,03

<sup>7</sup> SICA AGRO

<sup>8</sup> Fuente estadística del Banco Central del Ecuador, actualizado al mes de mayo del 2011

CANADA	781,90	2,48
AUSTRALIA	1.371,76	2,23
BRASIL	425,00	1,60
SUDAFRICA, REP. DE	305,00	0,92
COSTA RICA	188,19	0,63
FRANCIA	479,28	0,59
ISRAEL	309,43	0,57
ANTILLAS HOLANDESAS	270,00	0,49
ESPAÑA	210,99	0,47
KENIA	161,50	0,46
PUERTO RICO	275,00	0,33
JAPON	102,20	0,29
NUEVA ZELANDA	124,05	0,29
ALEMANIA	125,38	0,27
PORTUGAL	35,00	0,25
TRINIDAD Y TOBAGO	48,85	0,20
BARBADOS	50,00	0,18
CHINA	50,00	0,16
BELGICA	172,00	0,15
COLOMBIA	55,00	0,14
TAIWAN (FORMOSA)	52,50	0,12
MARTINICA	25,00	0,10
REPUBLICA DOMINICANA	36,00	0,10
INDONESIA	39,20	0,08
KUWAIT	25,00	0,08
PANAMA	25,00	0,07
POLONIA	11,01	0,07
CHILE	36,60	0,05
MEXICO	8,25	0,03
SUIZA	25,00	0,03
ARGELIA	25,00	0,02
TAILANDIA	12,50	0,02
FILIPINAS	16,50	0,02
	51.081,34	100,0



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Manuel Echeverría.

Como se puede observar que al ser Estados Unidos uno de los principales compradores de Maracuyá del mundo y ser uno de los socios comerciales más importantes para Ecuador con respecto a la exportación de esta fruta se genera una oportunidad de negocios de primera línea y de forma bilateral.

La demanda creciente de Estados Unidos por esta fruta origina y direcciona el horizonte que se da a este proyecto pues según datos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones (CORPEI) desde el año 1993 hasta el 2009, la demanda por el concentrado de maracuyá ha mostrado una tendencia creciente de 11% de un año con respecto a otro, lo que ha generado movimiento de divisas por más de US \$60 millones e importando alrededor de 80.000 toneladas de esta fruta.

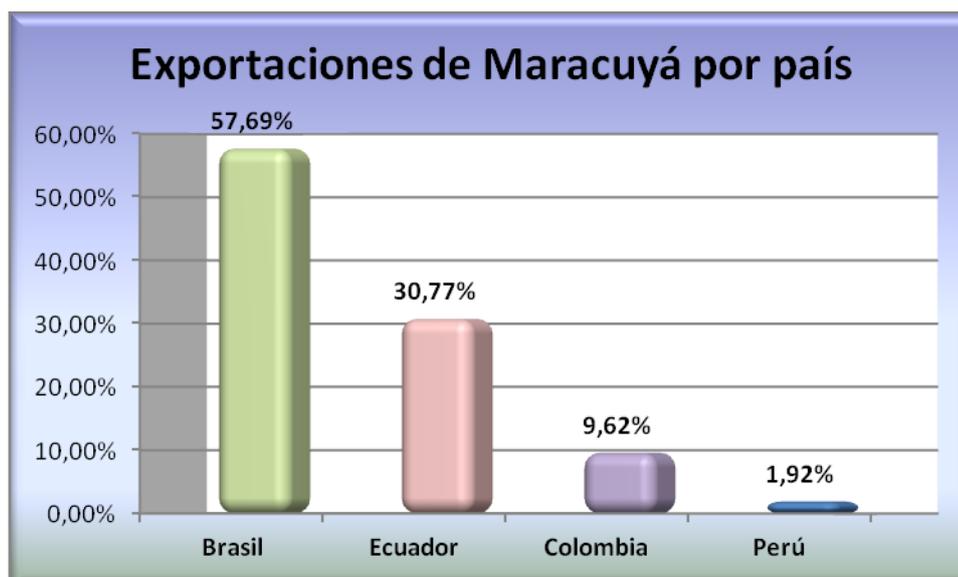
Es por esto que se ha decidido que el desarrollo del presente proyecto esté orientado hacia el mercado Norteamericano, pues este nicho muestra una gran demanda insatisfecha aun por el concentrado de maracuyá, siendo tan sólo el 14% de las exportaciones de Ecuador. De esta manera se muestra una oportunidad de negocio con este país, que tiene como referencia de importación al estado de Florida siendo el estado de este país que reporta una tendencia creciente a la importación del producto ofrecido.

Dentro de los cambios esperados una vez aplicado el presente proyecto tenemos:

- Prohibición y control de productos similares respecto a su desarrollo orgánico.
- Incremento en los volúmenes de demanda del producto en la industria local (sed).
- Comercialización del producto bajo certificación internacional.
- Mejoramiento sostenible de los niveles de ingresos relacionados directamente con la realización de negociaciones de comercialización a precios que reflejen equidad y justicia para los pequeños productores basados en el comportamiento de precios del mercado.
- Producto de gran satisfacción respecto a su sabor y calidad.
- Desarrollo de Estrategias de comercialización para incrementar la participación de la producción ecuatoriana de concentrado de maracuyá en el mercado norteamericano.

### Productores de Maracuyá por Países de la Región

Países	Producción TN	Participación %
Brasil	450.000	57,69%
Ecuador	240.000	30,77%
Colombia	75.000	9,62%
Perú	15.000	1,92%
<b>Total</b>	<b>780.000</b>	



Fuente: MAGAP - Corpei CBI

## 2.3. REVISIÓN FINANCIERA PREVIO ANÁLISIS DE HACIENDAS

Hacienda	Ha	Propietario	Producción	Ubicación
La Pacheco	4	Abdul Quiñonez	40 sacos por Ha semanales	Progreso
Luz Maria	3	Javier Castillo	50 sacos por Ha semanales	Malvales
La Merced	5	Luis Carrasco	38 sacos por Ha semanales	Cañaquemada
Narcisa	4	Raúl Villegas	35 sacos por Ha semanales	Malvales

Hacienda	Total sacos	Total Maracuyá Semanal	Total M. Mensual	Toneladas
La Pacheco	160	14400	57600	4,18909091
Luz María	150	13500	54000	3,92727273
La Merced	190	17100	68400	4,97454545
Narcisa	140	12600	50400	3,66545455
Total Semanal	640	57600		
Total Mensual	2560		230400	16,7563636

### 2.3.1. ENCUESTAS<sup>9</sup>

La realización de encuestas como una forma de obtención de información referente al comportamiento de los Importadores Norteamericanos permite tener una visión más clara de la situación actual y preferencias de importación.

Para la realización de las encuestas se tomo una muestra de 17 empresas importadoras que brindaron la oportunidad y apertura a contestar las preguntas realizadas, es importante mencionar que cerca de 35 empresas fueron consultadas de forma aleatoria pero sólo 17 accedieron a contestar la encuesta.

<sup>9</sup> Revisar anexos empresas consultadas

### 2.3.1.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

#### Pregunta 1.-

Está interesado en importar maracuyá desde Ecuador?		
	Total	Porcentaje
<b>Si</b>	15	88%
<b>No</b>	2	12%
	17	



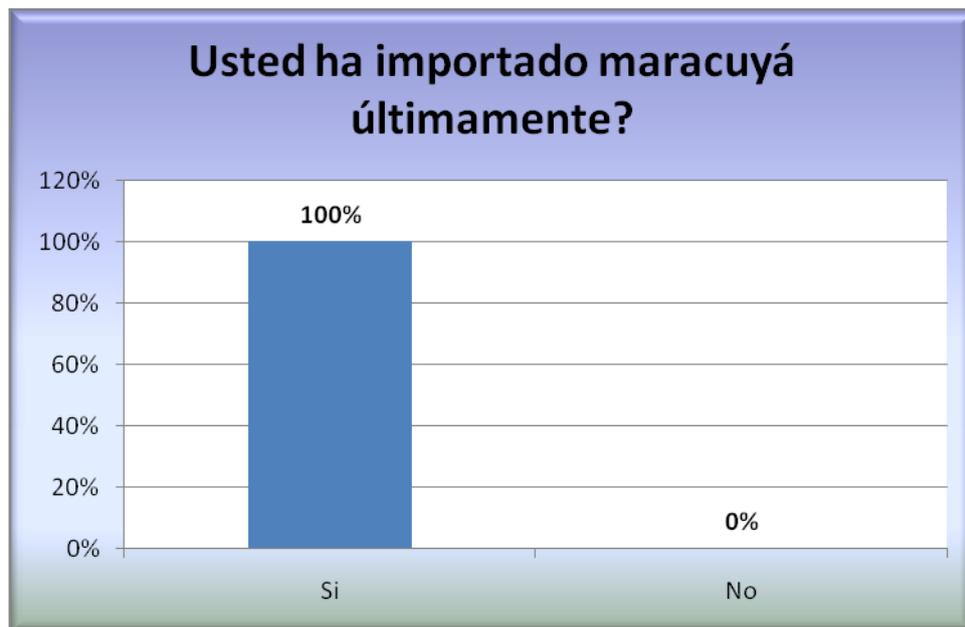
Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

#### Análisis

La mayoría de los importadores consultados contestó afirmativamente a la pregunta que cuestiona su intención de importar maracuyá desde Ecuador, mientras que el 12% mencionó que actualmente está importando de otras regiones y no muestran mayor interés de importar desde el Ecuador.

**Pregunta 2.-**

<b>Usted ha importado maracuyá últimamente?</b>		
	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	17	100%
<b>No</b>	0	0%
	17	



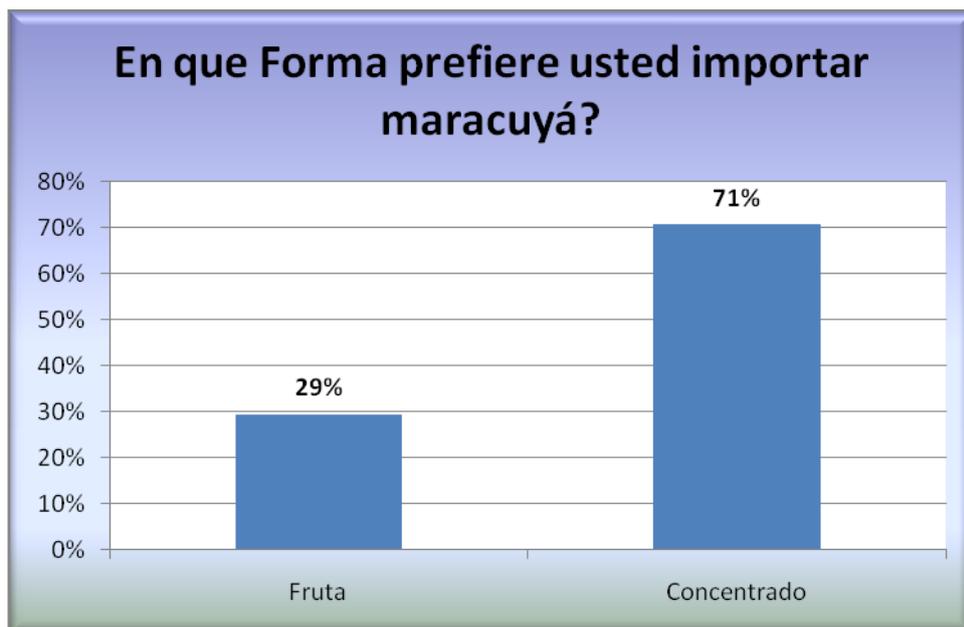
Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

**Análisis**

La totalidad de los encuestados contestó afirmativamente a la pregunta que cuestiona sobre su experiencia de importación de maracuyá

**Pregunta 3.-**

<b>En que Forma prefiere usted importar maracuyá?</b>		
	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Fruta</b>	5	29%
<b>Concentrado</b>	12	71%
	17	



Fuente: Encuestas

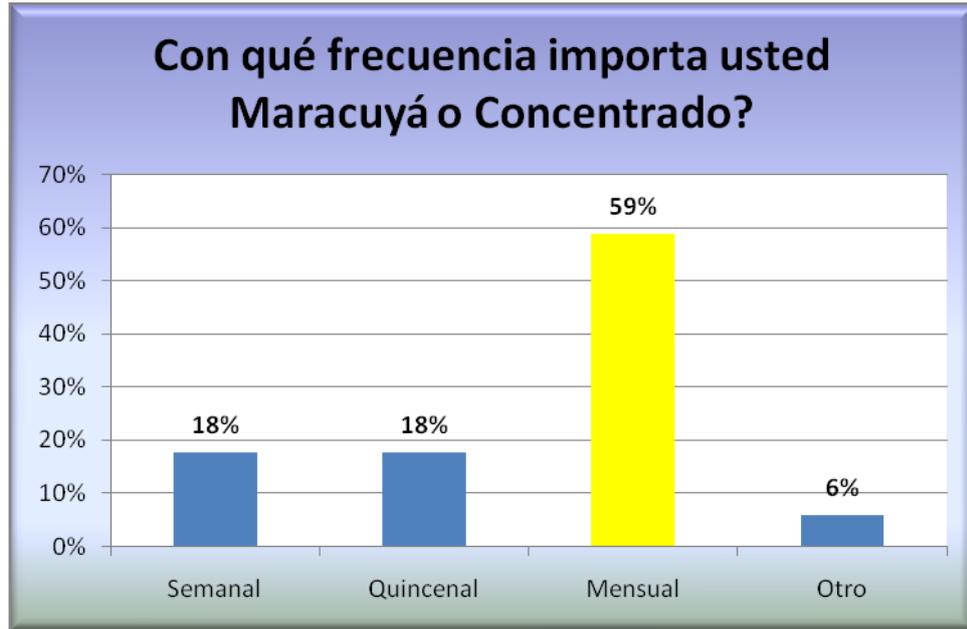
Realizado por: Manuel Echeverría

### Análisis

Los importadores encuestados respondieron que en un 71% que prefieren importar maracuyá en concentrado, debido principalmente a la durabilidad del producto, vs el 29% que indicó que prefiere importar la maracuyá en pie como fruta cruda sin proceso.

### Pregunta 4.-

Con qué frecuencia importa usted Maracuyá o Concentrado?		
	Total	Porcentaje
<b>Semanal</b>	3	<b>18%</b>
<b>Quincenal</b>	3	<b>18%</b>
<b>Mensual</b>	10	<b>59%</b>
<b>Otro</b>	1	<b>6%</b>
	17	



Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

### Análisis

Un dato importantísimo dentro del levantamiento de información es que el 59% de los encuestados manifestó que su periodicidad de importación está en una vez mensualmente, mientras que los demás importan quincenal y mensual.

### Pregunta 5.-

Qué tipo de transporte prefiere usted cuando importa maracuyá?		
	Total	Porcentaje
Transporte Aéreo	4	24%
Transporte Marítimo	13	76%
	17	



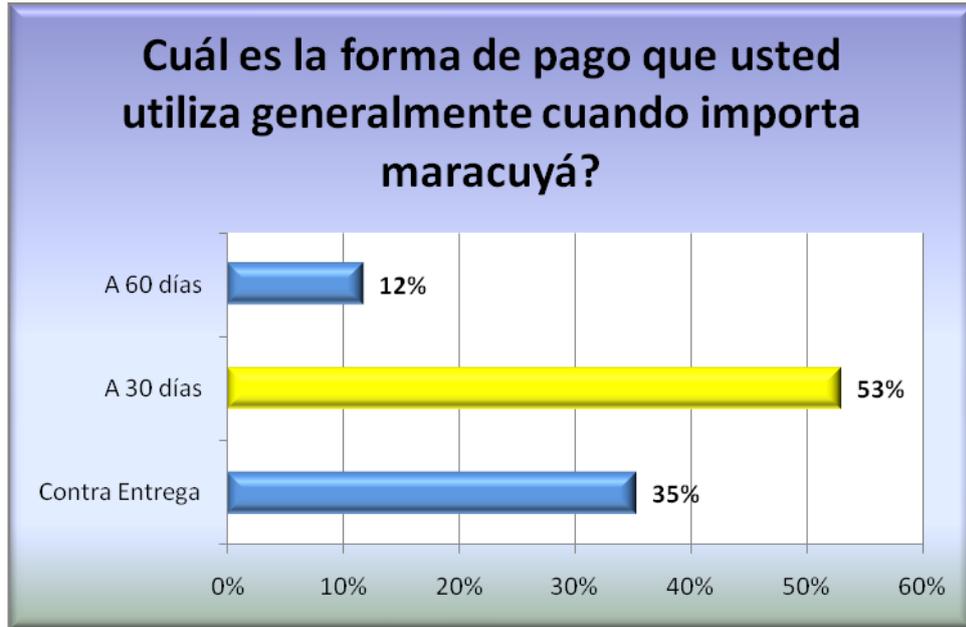
Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

### **Análisis**

El 76% de los encuestados indicó que prefieren realizar sus importaciones vía marítima y el 24% indicó que prefiere la importación vía aérea. Esto dependiendo de la forma del producto ya sea este en pie sin proceso o como concentrado.

### **Pregunta 6.-**

<b>Cuál es la forma de pago que usted utiliza generalmente cuando importa maracuyá?</b>		
	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Contra Entrega</b>	6	<b>35%</b>
<b>A 30 días</b>	9	<b>53%</b>
<b>A 60 días</b>	2	<b>12%</b>
	17	



Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

### Análisis

En cuanto a la forma de pago establecida por los encuestados indicaron que el 53% paga a treinta días después de haber recibido el producto, el 35% paga contra entrega y el 12% a sesenta días.

### Pregunta 7.-

Cuál es el Precio Promedio que usted paga por un Galón de Maracuyá (Concentrado)?		
Dólares	Total	Porcentaje
Entre 12 - 15	4	24%
Entre 15,01 - 17	10	59%
Entre 17,01 - 20	3	18%
	17	



Fuente: Encuestas

Realizado por: Manuel Echeverría

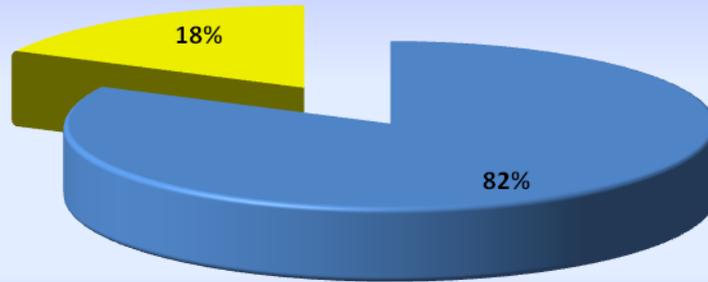
### **Análisis**

En lo que tiene que ver con los precios de compra que tienen los importadores debemos mencionar que el 67% se encuentra en un rango de entre los 15 y los 17 dólares, siendo el precio de mercado sobre el cual se centra el precio de venta del producto ofrecido.

### **Pregunta 8.-**

<b>¿El tener una producción verde generada en un proceso de la asociatividad por los campesinos haría que usted nos prefiera que a la competencia?</b>		
<b>Dólares</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	14	<b>82%</b>
<b>NO</b>	3	<b>18%</b>
	<b>17</b>	

¿El tener una producción verde generada en un proceso de la asociatividad por los campesinos haría que usted nos prefiera que a la competencia?



Fuente: Encuestas  
Realizado por: Manuel Echeverría

### **Análisis**

Como se puede observar en el gráfico, puedo concluir que en el mercado objetivo La Florida existe un alto interés en comprar un producto proveniente de la asociatividad, es decir responsabilidad empresarial.

## **2.4. SUBMERCADO CONSUMIDOR**

Las exportaciones de concentrado de maracuyá ha ido creciendo notablemente al pasar de los años, la cual los últimos 5 años ha tenido un crecimiento notable de un 33% anual, hoy en día es una bebida que calma la sed de muchos trabajadores, que optan por consumirlo por su agradable sabor, Ecuador gracias a su ubicación geográfica posee ventajas comparativas para la producción de la maracuyá y a su vez siendo el principal exportador de este concentrado a nivel mundial, dándole la oportunidad de ser uno de los más grandes productores mundiales de la misma, y no está de más decir que el privilegiado clima tropical permite que exista una cosecha constante, es decir ininterrumpida durante todo el año, pero hay que destacar que tiene dos picos de producción con mayor volumen de producción, uno de abril a junio y el otro en octubre, estos lapsos de tiempo son considerados que se obtienen mayor producción respecto a los otros meses que igual se cosecha.

## **2.5. SUBMERCADO COMPETIDOR**

Polonia figura como el principal exportador de jugos

Polonia exportó aproximadamente US \$ 229,6 millones en el año 2008 registrando un crecimiento anual de 33% entre el 2004 -2008, que representa el 9% de las exportaciones mundiales de jugos de legumbres u hortalizas. Le siguen a Polonia países como Alemania, Austria y Estados Unidos, sin embargo hay que considerar que estos países son también grandes importadores.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

#### 3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO<sup>10</sup>

El servicio que se brinda mediante la puesta en marcha con el presente proyecto está relacionado con la exportación de concentrado de maracuyá a Estados Unidos para lo cual se detalla el contenido del servicio ofrecido y producto exportable.

- Producto 100% natural, pastoso no fermentado obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la maracuyá fresca, sana, madura, limpia.
- Al concentrado se le reincorpora el 100% de aroma natural, extraído en proceso de evaporación.
- La pulpa no contiene preservativos.
- La pulpa no contiene azúcar.

**Tipo de empaque:** Tambor metálico con producto empacado con doble bolsa de polietileno calibre 2.

**Unidad:** la unidad tiene 250kg.

#### **Condiciones de Transporte:**

- Se transporta refrigerado.
- Las canecas permanecen completamente cerradas y presentan sello de seguridad.
- Se evita el transporte mezclado con sustancias que sean tóxicas, corrosivas o que impartan olores.

#### **Descripción y uso del producto:**

- Descripción: Líquido 100% natural, obtenido al extraer jugo de la fruta de maracuyá fresca limpia y madura sin diluir, concentrar o fermentar.

#### **Normas de seguridad en el manejo:**

- Temperatura de manejo: Se maneja hasta la recepción del cliente a una temperatura mínima de -18°C.
- Las canecas deben ser destapadas únicamente para el muestreo en el momento de la recepción.
- La primera en entrar debe ser la primera en salir.

---

<sup>10</sup> [www.upbusiness.net/Upbusiness/docs/mercados/13.pdf](http://www.upbusiness.net/Upbusiness/docs/mercados/13.pdf) - estándares de producto.



### **Vida útil del producto:**

- Herméticamente sellado y en condiciones de congelación: 2 años a  $-18^{\circ}\text{C}$ .

### **3.2. TAMAÑO**

Tomando en cuenta que es una empresa que apenas está empezando será una microempresa.

### **3.3. LOCALIZACIÓN**

La empresa se encuentra localizada en la República del Ecuador en la provincia de El Oro.



## **4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.**

### **4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

#### **4.1.1. MISIÓN**

Ser una empresa exportadora de concentrado de jugo de maracuyá hacia mercados internacionales constituyéndose este en un producto rico en vitaminas y calorías a precios accesibles y con alto nivel de calidad. Mostrando de esta manera alternativas que permitan el progreso económico de nuestro país y la generación de empleo sostenible a través de la comercialización de este producto, certificándonos en programas de cuidado al medio ambiente, comercio justo, responsabilidad social empresarial.

#### **4.1.2. VISIÓN**

Ser impulsores de la exportación diversificada de productos agropecuarios a la comunidad internacional. Obrando con unidad de criterios y acción, con pensamiento social, cultural y económico globalizado. Generando de esta forma el desarrollo socioeconómica de nuestra país.

### **4.2. ANALISIS FODA<sup>11</sup>**

#### **4.2.1. FORTALEZAS**

El producto que ofrece la empresa es a base de una fruta que se caracteriza por su excelente sabor y su alta acidez, razones por las cuales se destaca su preferencia en mercados internacionales.

Existe una alta demanda en el mercado objetivo, por lo que se caracteriza su comunidad en consumir jugos exóticos y con gran valor nutritivo para la salud del cuerpo humano, esto a su vez provoca un crecimiento anual del 5% por el concentrado de maracuyá.

Ecuador es el principal proveedor de concentrado de maracuyá (50° Brix) y jugo de maracuyá (14°/15° Brix) teniendo una participación dominante en el mercado mundial.

---

<sup>11</sup> [www.cci.org.co/cci/cci\\_x/Sim/.../perfil%20producto%2019%20final.pdf](http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/.../perfil%20producto%2019%20final.pdf) – *información de perfil de la fruta.*

#### **4.2.2. OPORTUNIDADES**

El maracuyá se exporta en estado fresco y procesado, especialmente como néctar, jalea, mermelada, jugo y concentrado, y en el mercado objetivo la Florida no existe limitaciones de entrada del producto.

Cabe resaltar que el jugo de maracuyá es el tercer jugo exótico en importancia, después de los jugos de mango y de piña. Brasil no sólo es un importante productor de maracuyá sino también un gran consumidor de esta fruta; aunque cuenta con una participación del 66% dentro de la producción mundial, tiene que importar para satisfacer su alta demanda interna.

#### **4.2.3. DEBILIDADES**

El análisis sobre el comercio internacional de maracuyá fresco y procesado tiene varias debilidades. Destacando que no se dispone de una base de datos mundial que permita una comparación cierta de cifras entre países;

También cabe mencionar que en términos generales el comercio del maracuyá fresco y procesado es pequeño, y usualmente la partida arancelaria en la que se contabiliza el maracuyá incluye otras frutas, como la granadilla y no sólo se concentra en el producto de maracuyá.

La mayor parte de la producción mundial de maracuyá es destinada a la satisfacción del consumo interno de los países productores y el comercio exterior es generalmente residual.

No contar con el equipo tecnológico necesario para procesar este concentrado y tener que adquirirlo en otras ciudades del Ecuador como producto terminado.

No se cuenta con una etapa de comercialización marcada que permita optimizar este proceso.

#### **4.2.4. AMENAZAS**

Consideramos como amenaza la competencia que tenemos con grandes productores y comercializadores de concentrado de maracuyá como son Brasil, Colombia, Asia, Perú.

Que Colombia satisfaga su mercado interno con su producción y no necesite comprar el producto.

Con el afán de conservar el mercado interno Colombia imponga restricciones sanitarias a nuestro producto. En caso de existir mucha oferta del producto el precio decaiga.

### **4.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Generar un proceso asociativo para exportar mi producto, relacionando a los productores, MARAPROGRESS y la demanda en la Florida.
- Comunicar al mercado objetivo que MARAPROGRESS es una empresa socialmente responsable con los productores y de producción verde.
- Establecer una relación de largo plazo con nuestra demanda que nos permita financiar una procesadora propia modular, que se vaya adaptando al incremento de la demanda.
- Ofrecer a nuevos mercados nuestro producto como es el concentrado de jugo de maracuyá el cual tiene vitaminas A;B;C rico en proteínas y minerales
- Promover una fruta que se caracteriza por su intenso sabor y su alta acidez, razones por las cuales se utiliza como base para preparar bebidas industrializadas.

### **4.4. POLÍTICA ESTRATEGICA**

Fomentar el uso de abonos orgánicos con el objeto de ofrecer productos libres de pesticidas ricos en vitaminas y minerales.

Capacitación frecuente a nuestros productores, personal administrativa de operaciones para poder atender a nuestros clientes como se lo merecen. Preocuparnos por conocer la cultura de cada país en especial la de nuestros posibles clientes tomando en cuenta, el gran aumento de las poblaciones latina y asiática, conocedoras de este producto, sin duda llevará a un incremento en la demanda de esta fruta y de sus derivados.

Ofrecer a nuestros clientes charlas motivadoras en las que hagamos conocer las ventajas del consumo de nuestro producto.

Es decir que la política estratégica del proyecto se centra en la consecución de los siguientes puntos:

- Acercar al productor con la demanda en la Florida.
- Fomentar el uso de abonos orgánicos con el objeto de ofrecer productos libres de pesticidas ricos en vitaminas y minerales (producción verde como elemento diferenciador).

- Capacitación frecuente a nuestros productores y personal administrativa para mantener una operación eficiente.
- Ofrecer a los productores charlas motivadoras en las que hagamos conocer las ventajas del proceso asociativo como herramienta para mejorar su nivel de vida.

#### 4.5. Estudio Legal

Para que el proyecto que se plantea pueda funcionar con el debido respeto a la ley, será necesario obtener los siguientes permisos:

- **Registro Único del Contribuyente (RUC).-**

Tramite realizado en el Servicio de Rentas Internas, es gratuito.

- **Patente Municipal.-**

Formalidad que se realiza en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad zona objetivo; el costo varía dependiendo del sitio y de la actividad.

Será necesario que un inspector se acerque al establecimiento antes de que este funcione para determinar el valor a pagar.

- **Permiso de los Bomberos.-**

Se realiza el trámite en el Cuerpo de Bomberos de la ciudad zona objetivo, el valor del impuesto depende de la actividad, el uso de materiales inflamables y demás aspectos. Se determina el precio luego de la inspección.

- **Permisos Sanitarios.-**

Otorgado por el Ministerio de Salud Pública.

Además se busca tener un impacto sobre la consecución de los Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, que busca en términos generales mejoras sostenibles de la calidad de vida de los habitantes.

<b>Objetivo 4</b>	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.
<b>Política 4.1</b>	Conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre y marina, considerada como sector estratégico.

<b>Meta 4.1.5</b>	Desarrollar y aplicar normas de bioseguridad y de biotecnología moderna y sus productos derivados, así como su experimentación y comercialización, en cumplimiento del principio de precaución establecido en la Constitución y la normativa internacional relacionada.
<b>Objetivo 6</b>	Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas
<b>Política 6.5</b>	Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo
<b>Meta 6.5.3</b>	Fortalecer y promover iniciativas económicas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se orienten a generar empleos nuevos y estables.
<b>Objetivo 11</b>	Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible
<b>Política 11.2</b>	Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.
<b>Meta 11.2.2</b>	Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional.

## **4.6. Plan de marketing**

### **4.6.1. Estrategia del producto**

El concentrado de maracuyá es un producto constituido por pulpa finamente tamizada. Nuestra marca, "MARAPROGRESS." resalta el contenido cítrico de la fruta lo cual es su primordial característica.

Otra característica principal de MARAPROGRESS es que se basa en proceso de un producto orgánico, exótico, natural y saludable; lo cual va acorde a la tendencia mundial de consumir productos naturales, que no afecten a la salud.

### **4.6.2. Estrategias**

- Ampliar nuestra línea de producto, ofrecer productos como cocteles, néctar polvos para jugos instantáneos.
- Incluir servicios al cliente, que les brinden una mayor satisfacción de las necesidades.
- Facilitar el acceso de poder encontrarlo en diversos puntos de compras en el mercado.

### **4.6.3. Estrategia del precio**

El precio se fijará teniendo en cuenta el costo de producción y la dinámica del mercado de jugos y néctares.

Al ingresar nuestro producto como nuevo al mercado, se debe fijar un precio menor al de la competencia. Éste podría ser un 20 o 30% menor a los ya establecidos.

Es pertinente destacar que la cultura o forma de pensar de los pobladores del mercado objetivo no se dejan tanto llevar por el precio, sino mas bien por lo que van a consumir el valor nutricional para su salud.

### **4.6.4. Estrategias de promoción**

Se considera como estrategia de promoción para la comercialización de nuestro producto la presentación del mismo en ferias internacionales donde se pueda brindar información de las bondades del concentrado de maracuyá e incentivar a los consumidores de que al consumir nuestro producto obtiene un concentrado de maracuyá de buena calidad y a un precio justo, destacando que en su presentación se va a incluir detalladamente de donde salió aquel producto, para así ganar confianza en los consumidores.



Como otra estrategia de promoción, se piensa brindar promociones de nuestro producto como bonos descuentos, muestras gratis entre otras.

#### **4.6.5. Estrategias de plaza**

Se planea buscar un contacto directo con los diversos países, posibles clientes el fin de conseguir demanda de nuestro producto, ofreciendo precios cómodos y facilidades de pago.

También se planea inaugurar centros propios de venta para así conseguir un contacto directo con el público y obtener mayores utilidades.

Ofrecer nuestro producto vía internet para lograr llegar a más países de una forma sofisticada y utilizando la tecnología de punta.

## 1. ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ

### 1.1. Ingresos

Capacidad Instalada	64	tambores de 55 galones cada uno
Capacidad Utilizada	100%	

Empaque unitario por tambores de 55 galones	250	kg
En una tonelada	4	tambores de 55 galones
Exportación Mensual	16	toneladas
Se exportan Mensualmente	64	tambores de 55 galones
Se exportan Anualmente	768	tambores de 55 galones
Número de Galones exportables Mensuales	3520	
Número de Galones exportables al año	42.240	
Precio por galón en el mercado	\$ 16,11	
Precio por galón en el proyecto	\$ 14,50	

Número de tambores exportables Anuales	Galones	Precio por galón	Ventas Anuales
768 tambores de 55 galones	42.240,00	\$ 14,50	\$ 612.480,00

<b>Ventas anuales</b>	<b>\$ 612.480,00</b>
-----------------------	----------------------

## 1.2. Egresos

### 1.2.1. Activos Fijos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
<b>Muebles de oficina</b>			<b>959,34</b>
Escritorios	3	170	510
Modulares de oficina	3	58,3	174,9
Sillas giratorias	2	60	120
sillas de espera 5 c/u	2	77,22	154,44

<b>Equipos de oficina</b>			<b>145,99</b>
Telefax	1	94,99	94,99
Teléfono	3	17	51

Equipo de  
computación

<b>Computador</b>	3	549	<b>1647</b>
-------------------	---	-----	-------------

<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 2.752,33</b>
----------------------------	--------------------

### 1.2.2. Gastos de Constitución

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Trámites de constitución	\$ 534,00
Constitución social Notariada	\$ 69,00
Tasa Judicial	\$ 50,00
Publicaciones Prensa	\$ 46,00
Inscripción de la Sociedad	\$ 20,16
Protocolización de Nombramiento	\$ 12,00
Inscripción de nombramiento	\$ 11,20
Permiso Bomberos	\$ 50,00
Patente Municipal	\$ 40,00
Copia Trámite	\$ 15,64
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 848,00</b>

### 1.2.3. Costos de Operación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
<b>Costos de operación</b>	<b>\$</b>		<b>4.200,00</b>
Arriendo local	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Servicios Básicos	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Útiles de oficina	12	\$ 50,00	\$ 600,00

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$</b>		<b>12.960,00</b>
Gerente de operaciones	12	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Asistente	12	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Contador	12	\$ 280,00	\$ 3.360,00

<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$</b>		<b>1.850,00</b>
Publicidad	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Promociones	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00

<b>Gastos Deuda</b>	<b>\$</b>		<b>2.669,33</b>
Interés de la deuda	12	\$ 222,44	\$ 2.669

<b>Costos de Operación</b>	<b>\$ 21.679,33</b>

### 1.2.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros están planteados en base al crédito realizado para el arranque del proyecto, del cual se presentan las siguientes generalidades.

$$VP = \frac{C \cdot [1 - (1+i)^{-N}]}{i}$$

VP		\$ 10.000
$(1+i)^{-N}$		0,550
$1 - (1+i)^{-N}$		0,450
$VP \cdot i$		100

<b>C</b>	<b>222</b>
----------	------------

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Interés anual		12%			
Interés mensual		1%		Cuota	\$ 222
Deuda		\$ 10.000			
Período	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Gasto Financiero anual
				\$ 10.000	
1	\$ 222	\$ 100	\$ 122	\$ 9.878	
2	\$ 222	\$ 99	\$ 124	\$ 9.754	
3	\$ 222	\$ 98	\$ 125	\$ 9.629	
4	\$ 222	\$ 96	\$ 126	\$ 9.503	
5	\$ 222	\$ 95	\$ 127	\$ 9.375	
6	\$ 222	\$ 94	\$ 129	\$ 9.247	
7	\$ 222	\$ 92	\$ 130	\$ 9.117	
8	\$ 222	\$ 91	\$ 131	\$ 8.985	
9	\$ 222	\$ 90	\$ 133	\$ 8.853	
10	\$ 222	\$ 89	\$ 134	\$ 8.719	
11	\$ 222	\$ 87	\$ 135	\$ 8.584	
12	\$ 222	\$ 86	\$ 137	\$ 8.447	\$ 2.669
13	\$ 222	\$ 84	\$ 138	\$ 8.309	
14	\$ 222	\$ 83	\$ 139	\$ 8.170	
15	\$ 222	\$ 82	\$ 141	\$ 8.029	
16	\$ 222	\$ 80	\$ 142	\$ 7.887	

17	\$ 222	\$ 79	\$ 144	\$ 7.743	
18	\$ 222	\$ 77	\$ 145	\$ 7.598	
19	\$ 222	\$ 76	\$ 146	\$ 7.452	
20	\$ 222	\$ 75	\$ 148	\$ 7.304	
21	\$ 222	\$ 73	\$ 149	\$ 7.154	
22	\$ 222	\$ 72	\$ 151	\$ 7.004	
23	\$ 222	\$ 70	\$ 152	\$ 6.851	
24	\$ 222	\$ 69	\$ 154	\$ 6.697	\$ 2.669
25	\$ 222	\$ 67	\$ 155	\$ 6.542	
26	\$ 222	\$ 65	\$ 157	\$ 6.385	
27	\$ 222	\$ 64	\$ 159	\$ 6.226	
28	\$ 222	\$ 62	\$ 160	\$ 6.066	
29	\$ 222	\$ 61	\$ 162	\$ 5.904	
30	\$ 222	\$ 59	\$ 163	\$ 5.741	
31	\$ 222	\$ 57	\$ 165	\$ 5.576	
32	\$ 222	\$ 56	\$ 167	\$ 5.409	
33	\$ 222	\$ 54	\$ 168	\$ 5.241	
34	\$ 222	\$ 52	\$ 170	\$ 5.071	
35	\$ 222	\$ 51	\$ 172	\$ 4.899	
36	\$ 222	\$ 49	\$ 173	\$ 4.725	\$ 2.669
37	\$ 222	\$ 47	\$ 175	\$ 4.550	
38	\$ 222	\$ 46	\$ 177	\$ 4.373	
39	\$ 222	\$ 44	\$ 179	\$ 4.195	
40	\$ 222	\$ 42	\$ 180	\$ 4.014	
41	\$ 222	\$ 40	\$ 182	\$ 3.832	

42	\$ 222	\$ 38	\$ 184	\$ 3.648	
43	\$ 222	\$ 36	\$ 186	\$ 3.462	
44	\$ 222	\$ 35	\$ 188	\$ 3.274	
45	\$ 222	\$ 33	\$ 190	\$ 3.084	
46	\$ 222	\$ 31	\$ 192	\$ 2.893	
47	\$ 222	\$ 29	\$ 194	\$ 2.699	
48	\$ 222	\$ 27	\$ 195	\$ 2.504	\$ 2.669
49	\$ 222	\$ 25	\$ 197	\$ 2.306	
50	\$ 222	\$ 23	\$ 199	\$ 2.107	
51	\$ 222	\$ 21	\$ 201	\$ 1.905	
52	\$ 222	\$ 19	\$ 203	\$ 1.702	
53	\$ 222	\$ 17	\$ 205	\$ 1.497	
54	\$ 222	\$ 15	\$ 207	\$ 1.289	
55	\$ 222	\$ 13	\$ 210	\$ 1.080	
56	\$ 222	\$ 11	\$ 212	\$ 868	
57	\$ 222	\$ 9	\$ 214	\$ 654	
58	\$ 222	\$ 7	\$ 216	\$ 438	
59	\$ 222	\$ 4	\$ 218	\$ 220	
60	\$ 222	\$ 2	\$ 220	\$ 0	\$ 2.669

### 1.2.5. Costo de Producción y Embarque

#### Costo de producción

Unidades requeridas/tn	13750
Costo unitario	\$ 0,09
Costo unidades requeridas	\$ 1.237,50
Costo de proceso/tn	\$ 750,00
<b>Total Costo de producción/tn</b>	<b>\$ 1.987,50</b>

Costo de producción Mensual	\$ 31.800,00
-----------------------------	--------------

<b>Costo de producción anual</b>	<b>\$ 381.600,00</b>

<b>COSTO DE EMBARQUE DE 16 TONELADAS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Flete El Oro - Guayas (400*3)	\$ 1.200,00
Etiquetado	\$ 2.400,00
Documentos de embarque	\$ 125,00
Alquiler Contenedor Refrigerado de 40 pies	\$ 2.000,00
Flete Miami	\$ 3.500,00
Trámite de exportación Ecuador	\$ 250,00
Almacenaje	\$ 550,00
Trasbordo de contenedor	\$ 200,00
Descargue	\$ 450,00
Retorno de contenedor de origen	\$ 600,00
<b>Total gastos por las 16 toneladas Mensual</b>	<b>\$ 11.275,00</b>
Gestion por Agente de Aduana	\$ 500,00
<b>Total del costo de embarque</b>	<b>\$ 11.775,00</b>
<b>Total costo de embarque Anual</b>	<b>\$ 141.300,00</b>

Basado en estos costos debemos indicar que se debe tener un capital de liquidez que permita operar por dos meses en términos de producción y embarque hasta que se realice el pago de los envíos y pueda marchar el giro del negocio en base a reinversión.

<b>Total Liquidez de Capital</b>	
<b>\$</b>	<b>87.150,00</b>

### 1.2.6. Costo de capacitación y asociatividad a los productores del proyecto

	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Costo de Capacitación a productores	4	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00
Costo de Logística de movilización	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Costo talleres de asociatividad	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00

<b>Costo de capacitación y asociación de productores</b>	<b>\$ 10.600,00</b>
--	---------------------

### 1.3. Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
<b>Total de Ventas</b>	<b>\$ 612.480,00</b>	<b>\$ 643.104,00</b>	<b>\$ 675.259,20</b>	<b>\$ 709.022,16</b>	<b>\$ 744.473,27</b>
Costos de producción	\$ 381.600,00	\$ 400.680,00	\$ 420.714,00	\$ 441.749,70	\$ 463.837,19
Costos de operación	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33
Gastos Financieros	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Interés Préstamo	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Costos de capacitación y asociación de productores	\$ 10.600,00	\$ 10.918,00	\$ 11.245,54	\$ 11.582,91	\$ 11.930,39
Costo de embarque anual	\$ 141.300,00	\$ 148.365,00	\$ 155.783,25	\$ 163.572,41	\$ 171.751,03
Gastos Totales	\$ 564.838,67	\$ 591.301,67	\$ 619.081,46	\$ 648.243,69	\$ 678.857,28
Depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 564.838,67</b>	<b>\$ 591.301,67</b>	<b>\$ 619.081,46</b>	<b>\$ 648.243,69</b>	<b>\$ 678.857,28</b>
<b>Utilidad / Pérdida</b>	<b>\$ 47.641,33</b>	<b>\$ 51.802,33</b>	<b>\$ 56.177,74</b>	<b>\$ 60.778,47</b>	<b>\$ 65.615,99</b>
Participación Trabajadores (15%)	\$ 7.146,20	\$ 7.770,35	\$ 8.426,66	\$ 9.116,77	\$ 9.842,40
Impuestos (25%)	\$ 11.910,33	\$ 12.950,58	\$ 14.044,44	\$ 15.194,62	\$ 16.404,00
<b>Utilidad/ Pérdida Neta</b>	<b>\$ 28.584,80</b>	<b>\$ 31.081,40</b>	<b>\$ 33.706,65</b>	<b>\$ 36.467,08</b>	<b>\$ 39.369,59</b>

#### 1.4. Flujo de Caja Proyectado (5 años)<sup>12</sup>

El flujo de caja proyectado del proyecto se tiene como base de su composición las ventas anuales, las mismas que tienen su fundamento en la capacidad instalada de Maraprogress en proceso de producción del concentrado de maracuyá y su poder de exportación. Es importante definir que también en la proyección de ventas se ha tomado como referencia el precio del mercado actual del concentrado de maracuyá en el nicho objetivo, desarrollando previamente un análisis de punto de equilibrio que permitió observar que el precio de venta se encuentra muy por encima del punto donde los costos e ingresos son iguales.

#### 1.5. Factibilidad

La factibilidad del presente proyecto está dada por el análisis de tres indicadores fundamentales dentro de la revisión financiera de la propuesta.

##### 1.5.1. Valor Actual Neto, VAN<sup>13</sup>

El valor actual neto es un cálculo obtenido de descontar los flujos futuros del proyecto hacia el presente a una tasa del 12% teniendo en cuenta factores como la inflación, el riesgo país y la tasa activa bancaria con corte al primer semestre del 2011 en un período de 5 años.

Es importante detallar que al ser Ecuador un país con una economía dolarizada se debe utilizar un factor de actualización cuya fórmula es  $1/(1+i)^n$ . El valor actual neto obtenido del ejercicio es positivo y representa a un proyecto que resulta muy rentable en cuenta a la inversión para su puesta en marcha.

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	\$ 29.056,29
--------------------------	--------------

##### 1.5.2. Tasa Interna de Retorno, TIR<sup>14</sup>

La tasa interna de retorno es la tasa que devuelve una inversión realizada, en el caso del proyecto a 5 años, que muestra el comportamiento de la inversión en el tiempo.

Es importante destacar que la tasa interna de retorno debe ser lo suficientemente representativa con respecto a factores como la tasa activa bancaria y el riesgo país, pues de esta manera es un colchón

<sup>12</sup> Revisar Anexos 8.1

<sup>13</sup> Revisar Anexos 8.2.1

<sup>14</sup> Revisar Anexo 8.2.2

financiero frente a cualquier factor PEST que se pueda presentar durante la realización del proyecto.

La tasa interna de retorno obtenida del ejercicio es

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	24%
--------------------------------	-----

### 1.5.3. Periodo de Recuperación, PRI<sup>15</sup>

El período de recuperación de la inversión es el tiempo estimado donde los flujos de efectivo del ejercicio permiten recuperar la inversión realizada. En el caso del proyecto debemos mencionar que la recuperación se recupera durante la ejecución del primer año de exportaciones.

<b>RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN</b>	Año 4
----------------------------------	-------

### 1.5.4. Punto de equilibrio<sup>16</sup>

El gráfico del punto de equilibrio está calculado en Excel tomando como insumos para su elaboración la exportación en cantidades, los costos fijos y los costos variables. Este análisis permite estimar el precio donde los costos y las ventas son iguales, es decir donde no existe ni pérdida ni ganancia; siendo este el punto mínimo permitido para funcionar (pero no recomendable en función de generación de ingresos como negocio).

<b>CAPACIDAD DE EXPORTACIÓN EN GALONES</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>
768,00	\$ 612.480,00	\$ 564.838,67

<b>PRECIO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 1.532,97</b>
-----------------------------	--------------------

<b>PRECIO DE EQUILIBRIO/Galón</b>	<b>\$ 6,97</b>
<b>P.V.P. EN BASE A MERCADO</b>	<b>\$ 16,11</b>

---

15 Revisar Anexos 8.2.3

## 2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 2.1. Conclusiones

Las exportaciones de Maracuyá en el Ecuador han aumentado notablemente en los últimos años, el Gobierno ecuatoriano ha tomado medidas con el afán de que la balanza comercial sea positiva por lo que consideramos que es necesario pensar en diversificar el mercado para poder de esta manera llegar a más países de mundo con nuestros productos.

1. En el mercado de la Florida el concentrado de jugo de maracuyá está en pleno auge gracias a las ventajas comparativas y competitivas que este posee, por la cual su alto consumo se debe que es utilizado por las Industrias como ingrediente para elaborar bebidas de frutas tropicales, mermeladas, helados, yogures, jalea, cocteles y postres, es por eso que se encuentra con una alta demanda creciendo a un 5% anual.
2. A partir del análisis del mercado se pudo determinar que el mercado estadounidense es un nicho que muestra una alta demanda insatisfecha que necesita ser cubierta, éste mercado es muy sensible a la calidad del producto más que al precio, por lo que MARAPROGRESS pudo determinar un alto interés en el mercado objetivo de consumir producción verde, para un mejor estilo de vida por el alto contenido de proteínas y minerales.
3. En base a las encuestas realizadas además por costos logísticos y por saturación del mercado resulta mucho más atractivo de penetrar con el producto que se desea elaborar a partir de la maracuyá como concentrado, se pudo determinar que los importadores del mercado objetivo la Florida prefiere el transporte marítimo, ya que el producto llega en un mejor estado de congelación. , además que la intención de compra de la producción ecuatoriana es altamente aceptada, siendo esto una gran oportunidad de apertura y sostenimiento de un mercado de demanda constante.
4. Del análisis económico del proyecto se obtuvo un VAN positivo (tanto para el flujo de caja económico como para el financiero) lo cual indica que el proyecto es factible y altamente rentable.
5. El retorno de la inversión justifica la realización del proyecto basándonos como indicador la tasa interna de retorno que logra cubrir la tasa activa de los bancos, la inflación y el riesgo país.

## 2.2. Recomendaciones

- Satisfacer la demanda del mercado objetivo mediante la comercialización conformada por MARAPROGRESS y los pequeños productores, siendo una empresa socialmente responsable. De esta manera se podrá cerrar un círculo y participar de forma directa en toda la cadena de producción y comercialización del concentrado lo que garantiza la calidad exigida por el producto.
- Una vez conformada la asociación por los pequeños productores y mediante técnicas de cultivo obtener una producción verde la cual se recomienda producir de forma que se pueda estandarizar y cosechar por etapas lo que garantiza un flujo constante del producto requerido para la elaboración del concentrado de maracuyá.
- Que los tambores herméticos sean previamente expuestos a pruebas en resistencia de golpes y congelación.
- Realizar una capacitación continua en temas de manejo de cultivos orgánicos y de mejoramiento de la productividad por hectárea sembrada. (Se puede obtener de los proveedores de insumos para cultivos)

### 3. BIBLIOGRAFÍA

1. Besterfield, “Control de Calidad”, 1995. Prentice Hall Hispanoamericana.
2. Centro de Estudio para Latinoamérica y el Caribe CEPAL.
3. Hair – Bush – Ortinau, “Investigación de Mercados” 2003. Mc Graw Hill
4. Holdsworth, S.D. 1988 Conservación de frutas y hortalizas. Zaragoza (España). Acribia.
5. Laudon – Laudon, 2004. “Sistemas de Información Gerencial”. Prentice Hall
6. Nelson p.& tressler d., 1980 Fruit And Vegetables Juice Processing
7. Sistema Integrado de Indicadores Sociales (SIISE 2010).
8. Vargas m. 1983 “Diferentes métodos de conservación de pulpas de frutas tropicales”
9. [www.corpei.org](http://www.corpei.org)
10. [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

## 4. ANEXOS

### 4.1. Flujo de Caja Proyectado (6 años)

FLUJO DE CAJA CONCENTRADO DE MARACUYA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	\$ -	\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Ventas anuales		\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
<b>Egresos</b>	\$ 90.750,33	\$ 564.838,67	\$ 591.301,67	\$ 619.081,46	\$ 648.243,69	\$ 678.857,28
Inversión inicial	\$ 90.750,33					
Gastos Financieros		\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Costos de Operación		\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33
Costo de producción anual		\$ 381.600,00	\$ 400.680,00	\$ 420.714,00	\$ 441.749,70	\$ 463.837,19
Costos de Capacitación		\$ 10.600,00	\$ 10.918,00	\$ 11.245,54	\$ 11.582,91	\$ 11.930,39
Total costo de embarque Anual		\$ 141.300,00	\$ 148.365,00	\$ 155.783,25	\$ 163.572,41	\$ 171.751,03
<b>Flujo antes de participación e impuestos</b>	\$ (90.750,33)	\$ 47.641,33	\$ 51.802,33	\$ 56.177,74	\$ 60.778,47	\$ 65.615,99
Participación Trabajadores (15%)		\$ 7.146,20	\$ 7.770,35	\$ 8.426,66	\$ 9.116,77	\$ 9.842,40
Impuestos (25%)		\$ 11.910,33	\$ 12.950,58	\$ 14.044,44	\$ 15.194,62	\$ 16.404,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ -	\$ 28.584,80	\$ 31.081,40	\$ 33.706,65	\$ 36.467,08	\$ 39.369,59

### 4.2. Factibilidad

La factibilidad del presente proyecto está dada por el análisis de tres indicadores fundamentales dentro de la revisión financiera de la propuesta.

#### 4.2.1. Valor Actual Neto, VAN

FLUJO DE CAJA CONCENTRADO DE MARACUYA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ -	\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Ventas anuales		\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Egresos	\$ 90.750,33	\$ 564.838,67	\$ 591.301,67	\$ 619.081,46	\$ 648.243,69	\$ 678.857,28
Inversión inicial	\$ 90.750,33					
Gastos Financieros		\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Costos de Operación		\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33
Costo de producción anual		\$ 381.600,00	\$ 400.680,00	\$ 420.714,00	\$ 441.749,70	\$ 463.837,19
Costos de Capacitación		\$ 10.600,00	\$ 10.918,00	\$ 11.245,54	\$ 11.582,91	\$ 11.930,39
Total costo de embarque Anual		\$ 141.300,00	\$ 148.365,00	\$ 155.783,25	\$ 163.572,41	\$ 171.751,03
<b>Flujo antes de participación e impuestos</b>	<b>\$ (90.750,33)</b>	<b>\$ 47.641,33</b>	<b>\$ 51.802,33</b>	<b>\$ 56.177,74</b>	<b>\$ 60.778,47</b>	<b>\$ 65.615,99</b>
Participación Trabajadores (15%)		\$ 7.146,20	\$ 7.770,35	\$ 8.426,66	\$ 9.116,77	\$ 9.842,40
Impuestos (25%)		\$ 11.910,33	\$ 12.950,58	\$ 14.044,44	\$ 15.194,62	\$ 16.404,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 28.584,80</b>	<b>\$ 31.081,40</b>	<b>\$ 33.706,65</b>	<b>\$ 36.467,08</b>	<b>\$ 39.369,59</b>

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>29.056,29</b>
--------------------------	------------------

#### 4.2.2. Tasa Interna de Retorno, TIR

FLUJO DE CAJA CONCENTRADO DE MARACUYA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ -	\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Ventas anuales		\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Egresos	\$ 90.750,33	\$ 564.838,67	\$ 591.301,67	\$ 619.081,46	\$ 648.243,69	\$ 678.857,28
Inversión inicial	\$ 90.750,33					
Gastos Financieros		\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Costos de Operación		\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33
Costo de producción anual		\$ 381.600,00	\$ 400.680,00	\$ 420.714,00	\$ 441.749,70	\$ 463.837,19
Costos de Capacitación		\$ 10.600,00	\$ 10.918,00	\$ 11.245,54	\$ 11.582,91	\$ 11.930,39
Total costo de embarque Anual		\$ 141.300,00	\$ 148.365,00	\$ 155.783,25	\$ 163.572,41	\$ 171.751,03
Flujo antes de participación e impuestos	\$ (90.750,33)	\$ 47.641,33	\$ 51.802,33	\$ 56.177,74	\$ 60.778,47	\$ 65.615,99
Participación Trabajadores (15%)		\$ 7.146,20	\$ 7.770,35	\$ 8.426,66	\$ 9.116,77	\$ 9.842,40
Impuestos (25%)		\$ 11.910,33	\$ 12.950,58	\$ 14.044,44	\$ 15.194,62	\$ 16.404,00
FLUJO NETO DE CAJA	\$ -	\$ 28.584,80	\$ 31.081,40	\$ 33.706,65	\$ 36.467,08	\$ 39.369,59

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>24%</b>
--------------------------------	------------

### 4.2.3. Periodo de Recuperación, PRI

FLUJO DE CAJA CONCENTRADO DE MARACUYA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	\$ -	\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
Ventas anuales		\$ 612.480,00	\$ 643.104,00	\$ 675.259,20	\$ 709.022,16	\$ 744.473,27
<b>Egresos</b>	\$ 90.750,33	\$ 564.838,67	\$ 591.301,67	\$ 619.081,46	\$ 648.243,69	\$ 678.857,28
Inversión inicial	\$ 90.750,33					
Gastos Financieros		\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33	\$ 2.669,33
Costos de Operación		\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33	\$ 28.669,33
Costo de producción anual		\$ 381.600,00	\$ 400.680,00	\$ 420.714,00	\$ 441.749,70	\$ 463.837,19
Costos de Capacitación		\$ 10.600,00	\$ 10.918,00	\$ 11.245,54	\$ 11.582,91	\$ 11.930,39
Total costo de embarque Anual		\$ 141.300,00	\$ 148.365,00	\$ 155.783,25	\$ 163.572,41	\$ 171.751,03
<b>Flujo antes de participación e impuestos</b>	\$ (90.750,33)	\$ 47.641,33	\$ 51.802,33	\$ 56.177,74	\$ 60.778,47	\$ 65.615,99
Participación Trabajadores (15%)		\$ 7.146,20	\$ 7.770,35	\$ 8.426,66	\$ 9.116,77	\$ 9.842,40
Impuestos (25%)		\$ 11.910,33	\$ 12.950,58	\$ 14.044,44	\$ 15.194,62	\$ 16.404,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ -	\$ 28.584,80	\$ 31.081,40	\$ 33.706,65	\$ 36.467,08	\$ 39.369,59

<b>RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN</b>	Año 4
----------------------------------	-------

#### 4.2.4. Costos de Producción

##### Costo de producción

Unidades requeridas/tn	13750
Costo unitario	\$ 0,09
Costo unidades requeridas	\$ 1.237,50
Costo de proceso/tn	\$ 750,00
<b>Total Costo de producción/tn</b>	<b>\$ 1.987,50</b>

Costo de producción Mensual	\$ 31.800,00
-----------------------------	--------------

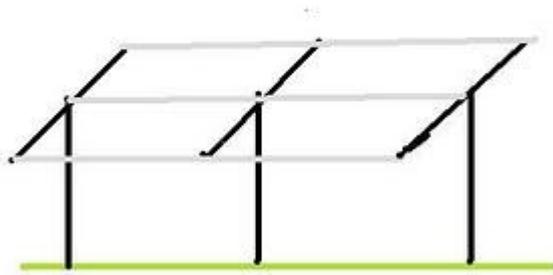
<b>Costo de producción anual</b>	<b>\$ 381.600,00</b>
----------------------------------	----------------------

### 4.3. INFRAESTRUCTURA DE LOS CULTIVOS DE MARACUYÁ

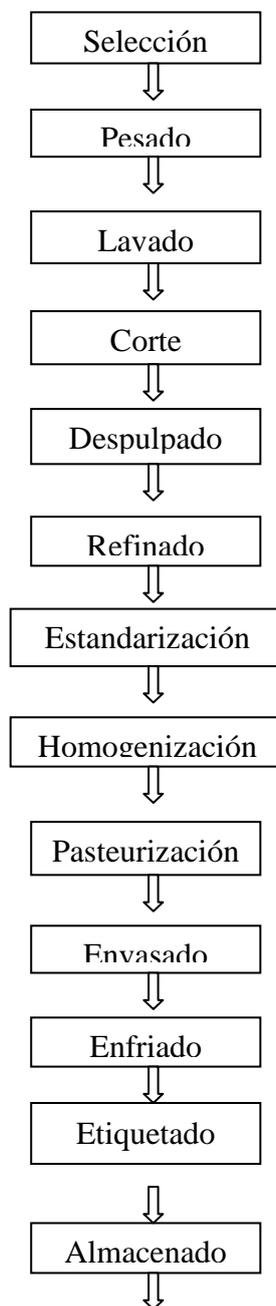
#### GUIA TECNICA DEL CULTIVO

Selección del terreno:	En caso de que sea necesario mejorar las características físicas del sitio escogido para la plantación.
Preparación del terreno:	Incorporar materia orgánica, niveles del 4% y 5% son ideales.
Trazado de la plantación:	En caso necesario con curvas de nivel, evitar encharcamiento de agua, que inciden sobre el apareamiento de enfermedades radiculares.
Hoyado:	40 x 40 cm.
Fertilización de fondo:	150-100-50 (fertilización fraccionada de N/2).  La fertilización de materia orgánica de fondo se lo hace con 15 kilos de estiércol bien descompuesto por sitio.
Trasplante:	De plantas seleccionadas, se está probando excelentemente plantas criadas en pilones.
Enlace al emparrado:	Sujeción con tiras de plástico al sistema de espaldera.
Podas de formación:	Para lograr una buena arquitectura de la planta, del cual se aprovechara finalmente de las prácticas culturales, como buena aireación, reducción de la incidencia de enfermedades, especialmente las relacionadas con la pudrición de las flores.
Podas de fitosanidad:	Eliminar periódicamente las ramas o ramillas dañadas, afectadas mecánicamente.
) Manejo de los zarcillos:	Debe proporcionarse un número equilibrado, que sea de soporte, pero que no asfixie al tallo o a la flor.

Fuentes : USDA : United States of America Department of Agriculture (USA)  
Biosoftware, Department of Agriculture, Technology and Environment (Germany)



#### 4.4. PASOS PARA OBTENER EL CONCENTRADO DE MARACUYÁ PARA SER EXPORTADO



CONCENTRADO DE MARACUYÁ

#### **4.5. Formato Encuesta Importadores de Fruta Maracuyá (Pasiflora edulis L)**

De antemano agradecemos su tiempo y colaboración al contestar esta encuesta.

Por Favor Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1. Esta interesado en importar maracuyá?

Si \_\_\_ No\_\_\_

Si su respuesta anterior es “No”. De por Terminada esta encuesta.  
Gracias

2. Usted ha importado maracuyá últimamente?

Si \_\_\_ No\_\_\_

3. En que Forma prefiere usted importar maracuyá?

Fruto\_\_\_ Pulpa\_\_\_

4. Con que frecuencia importa maracuyá usted?

Semanal\_\_\_

Quincenal\_\_\_

Mensual\_\_\_

Otros\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

5. Que tipo de transporte prefiere usted al importar maracuyá?

Transporte Aéreo\_\_\_

Transporte Marítimo\_\_\_

6.Cuál es la forma de pago que usted utiliza generalmente cuando importa maracuyá?

Contra Entrega\_\_\_

A 30 Días \_\_\_



A 60 Días\_\_\_\_

7. Cuál es el Precio Promedio que usted paga por un Kilo de Maracuyá (Fruta fresca o Pulpa)?

Menos de US\$5,99\_\_\_\_\_

Entre US\$6 y US\$8,99\_\_\_\_\_

Entre US\$9 y US\$12,99\_\_\_\_\_

Mas de US\$13\_\_\_\_\_

8. ¿El tener una producción verde generada en un proceso de la asociatividad por los campesinos haría que Ud. Nos prefiera que a la competencia?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

**4.6. Fotos de sembrío de maracuyá y su cosecha para  
previa entrega.**









## Empresas Consultadas.

Empresa: Morris Brown & Sons Company Limited

---

Empresa: Nelson Roy Associates Ltd.

---

Empresa: North - West Produce Ltd.

---

Empresa: NUTRI SERVICES INTERNATIONAL INC.

---

Empresa: Overwaitea Food Group

---

Empresa: PACIFIC PRODUCE CO LTD

---

Empresa: Premier Fruits and Vegetables BBL, Inc.

---

Empresa: RAIN BOW KING FRESH EXOTIC PRODUCE LTD

---

Empresa: sagi international inc.

---

Empresa: SAMSON PRODUCE MONTREAL

---

Empresa: Sol Produce Imports Ltd.

---

Empresa: T.T.S. MARKETING VENTES LTÉE

---

Empresa: Terminal Fruit & Produce Ltd

---

Empresa: Van Whole Produce Ltd.

---

Empresa: Western Grocers

---

Empresa: Wing Chong Farm Ltd.

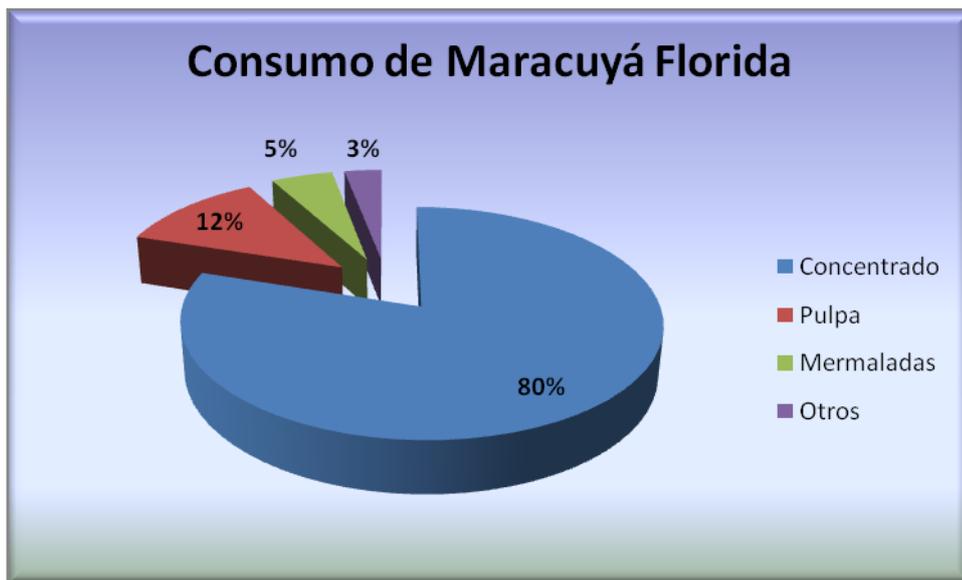
---

Empresa: Wing Soon Trading Co.

---

## 5. CUADRO DEL CONSUMO DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ EN LA FLORIDA

Consumo de Maracuyá Florida	
Descripción	Porcentaje
Concentrado	80%
Pulpa	12%
Mermeladas	5%
Otros	3%



Fuente: Estudios Inteligencia de Mercados – CORPEI

### 5.1. Principales Equipos, Lavado y Selección en una Industrializadora para obtener el Concentrado de Maracuyá

#### Principales Equipos - Lavado y Selección



## Principales Equipos - Extracción



## Equipos Homogenización y Pasteurización



## Equipo Ultra pasteurización



## Principales Equipos – Evaporación y Tratamiento Térmico



## Principales Equipos - Servicios

### ➤ Caldera de vapor



## Equipo Envasado Aséptico y Control de Calidad



FRUTA FRESCA



PROCESAMIENTO INDUSTRIAL



PRODUCTO INDUSTRIAL JUGO  
SIMPLE O CONCENTRADO