



Sede Guayaquil

Carrera De Administración De Empresas

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniería Comercial con
Mención Comercio Exterior y Finanzas

Tema

**Plan de exportación de concentrado de maracuyá producido en la empresa
“Exofrut S.A.”, para el mercado de Lima, Perú.**

Autores

Francisco Javier Lucas Hidalgo

Carolina Rebeca Vareles Roballo

Tutor

Ing. Javier Carrera, Msc

Guayaquil – Ecuador

Diciembre2015

Índice General	Pág.
Agradecimiento.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Declaratoria de Responsabilidad.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xii
Introducción.....	1
Capítulo 1.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Enunciado del problema.....	3
1.3 Formulación del problema.....	4
1.3.1. Problema General.....	4
1.3.2. Problemas específicos.....	4
1.4 Justificación.....	5
1.5 Delimitación.....	5
1.6 Objetivo.....	6
1.6.1. Objetivo General.....	6
1.6.2. Objetivos Específicos.....	6
1.7. Beneficiarios.....	7
Capítulo 2.....	8
Marco Teórico.....	8
2.1. Fundamentos Teóricos.....	8
2.1.1. Descripción de la Maracuyá.....	8
2.1.2. Usos de la Maracuyá.....	10
2.1.3. Reproducción de la Maracuyá.....	12
2.1.4. Cultivo de la Maracuyá.....	12
2.1.5. Comercialización de Maracuyá a nivel mundial.....	15
2.1.6. Principales países importadores de maracuyá.....	16
2.1.7. Producción de Maracuyá en Ecuador.....	16
2.1.8. Principales Empresas Exportadoras A Nivel Nacional De Maracuyá.....	19
2.1.9. Agro industria.....	20
2.2. Marco Referencial.....	20

2.2.1. Antecedentes de la Empresa EXOFRUT	20
2.2.2. Lineamientos Corporativos	21
2.2.3. Línea de productos	22
2.2.4. Proceso Productivo	23
2.3. Base Legal.....	24
2.4 Análisis del Mercado	27
2.4.1. Descripción Geográfica del mercado meta	27
2.4.2. Demanda	27
2.4.3. Descripción Ecológica del mercado meta	27
2.4.4. Análisis Económico de Perú	28
2.4.5. Comercio Exterior de Perú.....	30
2.4.6. Comercialización de concentrado de maracuyá en Perú.....	34
2.4.7 Comercio bilateral entre Ecuador y Perú	34
2.5 Aspectos legales para exportar de Ecuador hacia Perú.....	37
2.5.1. Requisitos Generales de Acceso a Mercado	37
2.5.2. Requisitos Específicos que exige Perú para productores Ecuatorianos con potencial.....	39
2.5.3. Normas INEN	49
2.5.4. Normas Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2337:2008.....	50
2.5.5. Requisitos para ser exportador.....	51
2.5.6 Glosario.....	52
Capítulo 3.....	55
Marco metodológico	55
3.1 Tipos de investigación	55
3.2 Métodos de Investigación	55
3.3 Técnica de Investigación.....	56
3.4 Análisis Final de las Entrevistas	56
Capítulo 4.....	58
Plan de Exportación de Concentrado de Maracuyá de la Empresa “EXOFRUT S.A. para el Mercado de Lima – Perú.....	58
4.1. Proceso Productivo de la empresa Exofrut	58
4.2. Empaque y Etiquetado del producto final.....	62
4.3. Proyecciones de exportación de concentrado de maracuyá	64

4.4. Logística de Exportación	64
4.4.1. Condiciones de transporte	64
4.5. Marketing Mix	72
4.5.1. Estrategia de Producto	72
4.5.2. Estrategia de Plaza	73
4.5.3. Estrategia de Precio.....	74
4.5.4. Estrategia de Promoción	75
4.6. Análisis FODA.....	75
Capítulo 5	78
Análisis Financiero	78
5.1. Inversión del proyecto.....	78
5.2. Capital de trabajo	79
5.3. Depreciaciones	82
5.5. Presupuesto de ventas	82
5.6. Estado de Resultado.....	83
5.7. Flujo de Efectivo.....	85
5.8. Análisis de TIR y VAN.....	87
5.9 Periodo de recuperación de la inversión	87
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía	90
Anexos	95

Índice De Tablas	Pág.
Capítulo 2	
Tabla 2.1. Componentes y propiedades de la Maracuyá.....	9
Tabla 2.2 Valor Nutricional de la Maracuyá.....	10
Tabla 2.3 Línea de productos de Exofrut.....	22
Tabla 2.4. Especificaciones técnicas.....	23
Capítulo 4	
Tabla 4.5 Proyección de exportaciones de concentrada de maracuyá	64
Tabla 4.6. Información nutricional del concentrado de maracuyá de EXOFRUT	73
Tabla 4.7. Proyección de precios	74

Capítulo 5

Tabla 5.8. Inversión en activos fijos	78
Tabla 5.9. Mano de Obra Directa.....	79
Tabla 5.10. Costos Directos de Producción	79
Tabla 5.11. Costos indirectos de producción	80
Tabla 5.12. Gasto de Exportación.....	80
Tabla 5.13 Capital de trabajo	80
Tabla 5.14 Publicidad	81
Tabla 5.15 Inversión Total.....	81
Tabla 5.16 Estructura de Financiamiento	81
Tabla 5.17 Amortización	82
Tabla 5.18. Depreciación de activo.....	82
Tabla 5.19. Presupuesto de Ventas	83
Tabla 5.20 Proyección de Ventas.....	83
Tabla 5.21 Estado de resultado Proyectado	84
Tabla 5. 22 Balance General Proyectado	84
Tabla 5.23. Flujo de efectivo	85
Tabla 5. 24 Calculo del Wacc	86
Tabla 5. 25 TMAR, TIR, VAN.....	87
Tabla 5.26. Periodo de recuperación.....	87

Índice De Ilustración

Pág.

Capítulo 2

Ilustración 2.1 Entutorado de Espaldera Vertical	14
Ilustración 2.2 Entutorado de Espaldera en forma de T	14
Ilustración 2.3 Producción de maracuyá en Ecuador	18
Ilustración 2.4 Principales destinos donde Ecuador exporta.....	19
Ilustración 2.5 Amancay	28
Ilustración 2.6 Puerto Callao.....	41
Ilustración 2. 7 Puerto Matarani.....	42
Ilustración 2.8 Puerto Ilo.....	42
Ilustración 2.9 Puerto Paita	43

Capítulo 4

Ilustración 4. 10 Capacidad de contenedores.....	70
Ilustración 4.11 Tipos de contenedores.....	71

Índice De Gráficos Pág.

Capítulo 2

Gráfico 2.1 Flujograma de procesos para elaboración de concentrado de maracuyá	23
Gráfico 2.2 Proceso Productivo de Exofrut	24
Gráfico 2.3 Evolución mensual de la Produccion Nacionalde Peru	28
Gráfico2.4 Contribución a la variación del PIB de Perú.....	29
Gráfico 2.5 Balanza Comercial Perú 2008 - 2012	31
Gráfico 2.6 Principales destinos de las exportaciones de Perú	31
Gráfico 2.7 Proveedores de las importaciones de Perú.....	32
Gráfico 2.8 Importaciones de Perú según país de origen en millones de dólares	33
Gráfico 2.9 Importaciones que realizó Ecuador de Perú.....	36
Gráfico 2.10 Exportaciones que realizó Ecuador hacia Perú.....	37

Capítulo 4

Gráfico 4. 11 Modalidad de transportes de carga	66
Gráfico 4.12 Presentación del producto	72
Gráfico 4.13 Canal de distribución	74
Gráfico 4.14 Matriz FODA.....	77

Índice de Imágenes Pág.

Capítulo 4

Imagen 4. 1 Lavado y selección dela fruta.....	59
Imagen 4.2 Extracción y separación de la semilla	60
Imagen 4.3 Pasteurización de jugo de maracuyá	60
Imagen 4.4 Concentración y refinación	61
Imagen 4. 5 Envasado y congelación del concentrado de maracuyá	62
Imagen 4.6 Envase del Producto.....	63
Imagen 4.7 Transporte Terrestre para exportación	67
Imagen 4. 8 Transporte Marítimo	69

Agradecimiento

Queremos agradecer a nuestras familias por enseñarnos el significado de seguir adelante, a nunca rendirnos y lograr nuestras metas. En su apoyo incondicional en los momentos más difíciles para llegar a cumplir y superar esta etapa de nuestras vidas.

A nuestros amigos que compartieron su ayuda con nosotros y son parte de esta etapa de nuestra vida.

A la Universidad Politécnica Salesiana, a los Docentes por compartirnos todo el conocimiento que adquirimos durante todo este tiempo para prepararnos en la carrera Administración de Empresas con mención en Finanzas y Comercio Exterior.

Francisco Lucas Hidalgo

Carolina Vareles Roballo

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a Dios, por haberme llenado de muchas bendiciones, paciencia y por ser nuestro guía en nuestras vidas.

A mis padres, que siempre están ahí para nosotros brindándonos ese apoyo incondicional.

A mis amigos, a toda mi familia en general que nos han dado consejos y aliento para alcanzar esta meta.

A todas las personas que nos ayudaron de manera indirecta o directa y nos brindaron su apoyo para la culminación de esta investigación.

Francisco Javier Lucas Hidalgo.

Declaratoria de Responsabilidad

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados, las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Guayaquil, diciembre 2015

Carolina Rebeca Vareles Roballo

C.I. 0930002506

Francisco Javier Lucas Hidalgo

C.I. 0927632323



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de exportación del concentrado de maracuyá producido en la empresa Exofrut S.A. Para el mercado de Lima, Perú.

AUTORES: Francisco Javier Lucas Hidalgo franciscolucash@hotmail.com
Carolina Rebeca Valeres Roballo kimiko_9@hotmail.com

DIRECTOR: Ing. Javier Antonio Carrera Jiménez, Msc. jcarreraj@ups.edu.ec

Resumen

Este trabajo de titulación tiene como propósito diseñar un plan de exportación del concentrado de maracuyá producido en la empresa Exofrut S.A. Ubicada Vía la Costa- Guayas, para el mercado de Lima, Perú. Mediante esta investigación se desea aportar al desarrollo de la comunidad agrícola; es decir, al progreso de los agricultores del país que forman parte esencial en el crecimiento de la economía, empleando una fruta exótica y con varias propiedades como es la maracuyá, la cual resulta atractiva y rentable en el mercado internacional.

El método utilizado para este trabajo de titulación es el analítico sintético y la técnica empleada fue la Observación directa e indirecta con el objeto de adquirir mayor información y los datos necesarios para llevar a cabo el mencionado trabajo de titulación.

Junto con la empresa Exofrut S.A. bajo la supervisión del Ing. Fernando Valdano y el Ing. Luis Rojas se desea llevar a cabo este plan de exportación del concentrado de maracuyá al mercado de Lima, Perú ya que se considera el cultivo de

la fruta fácil de sembrar y una fuente rentable que generará resultados positivos para la empresa EXOFRUT S.A.

Palabras claves

Concentrado de maracuyá, plan de exportación, Perú, agricultores, producción.



BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

Export Plan for Passion Fruit pulp produced by Exofrut S.A. aimed to the market of Lima, Peru.

AUTHORS: Francisco Javier Lucas Hidalgo franciscolucash@hotmail.com

Carolina Rebeca Valeres Roballo kimiko_9@hotmail.com

DIRECTOR: Ing. Javier Antonio Carrerra Jimenez, Msc jcarreraj@ups.edu.ec

Abstract

This investigation has as intention to design a plan to export Passion fruit pulp produced by the Exofrut S.A. company located via a la Costa Highway - Guayas, for the market of Lima, Peru. Through this investigation, a contribution to the development of the agricultural community is desired, that means, to the progress of producers of the country who are part in the growth of the economy exploding an exotic fruit which has a wide variety of properties such as the passion fruit, and which also results in an attractive and profitable product in the international market.

The research method used for this project is analytical synthetic and the investigation technique applied was direct and indirect observation in order to acquire more information and the necessary data to carry out the mentioned project.

Together with Exofrut S.A. company and under the guidance of Ing. Fernando Valdano and Ing Luis Rojas, it is intended to carry out this export plan for the Passion fruit pulp to the market of Lima, Peru due to the easiness of its

cultivation and because of its opportunity as a new profitable source that will generate positive results for the producers and for the economy of Ecuador.

Keywords

Passion fruit concentrate, plan of export, Peru, Farmers, Production.

Introducción

El objetivo de la presente investigación es dar a conocer un panorama general del mercado del concentrado de maracuyá, con información relevante aspectos como el análisis de mercado, análisis financiero, examinando el entorno en que se desarrolla la exportación del mismo.

Es necesario mencionar que Ecuador tiene un clima tropical extraordinario, esto beneficia al sector agroindustrial, porque la maracuyá se puede producir durante todo el año, facilitando que se aproveche el concentrado de maracuyá junto con sus subproductos.

El concentrado de maracuyá es de consumo humano, convirtiéndose en una bebida con sustancias nutritivas, es accesible tanto para niños, jóvenes y adultos, su sabor entre ácido y dulce es perfecto para la elaboración de jugos, helados, cremoladas, como tiene un bajo contenido de grasas es adecuada para el tratamiento del colesterol y para dietas para adelgazar.

El fruto es de origen amazónico actualmente es muy solicitado por los países extranjeros, en Perú se utiliza el concentrado de maracuyá como materia prima para la elaboración de jugos, mermeladas y como ya se mencionó antes en cremoladas, complemento para barras energéticas o se lo toma como zumo para uso medicinal, saborizante en salsas, etc.

Este fruto constituye un aporte en el cambio de la matriz productiva, ya que no solo se puede exportar el fruto como materia prima, sino como subproductos, por ejemplo barras energéticas combinado con otro fruto, mermeladas, etc.

En esta investigación se eligió a la empresa EXOFRUT S.A, porque elabora y comercializa este producto, muestra donde se encuentra almacenada la fruta, y cuál es el proceso productivo del concentrado de maracuyá.

Cabe recalcar que en estos últimos años tanto el sector productivo como el pesquero y productos agrícolas no tradicionales han aumentado, brindando una ventaja competitiva por el valor agregado que se le puede dar a varios productos.

Es por eso que en esta investigación se demostrará en cada capítulo los privilegios de esta fruta, el potencial que tiene para su comercialización, mostrando cual es la factibilidad para la exportación de concentrado de maracuyá a Perú, para utilizar las oportunidades que se presenten en dicho mercado, también la inclusión de subproductos en un futuro.

En este trabajo de titulación se da a conocer los análisis y cuál es el mercado meta en Perú, para lograr los objetivos propuestos en esta investigación, primero se hizo un análisis histórico de la fruta; es decir desde el proceso de cultivo hasta su producción, hay que considerar un aspecto importante la maracuyá no solo se exporta como materia prima sino como extracto, eso depende de acuerdo a las exigencias del consumidor, también se deberían proponer estrategias competitivas, para alentar las inversiones aprovechando las ventajas que tiene el país en esta área agroindustrial.

Adicionalmente en el Capítulo 1 se estructura formalmente hacia dónde va a estar dirigida la investigación, con sus respectivos elementos que son planteamiento del problema, objetivo y justificación. En el Capítulo 2 se detalla la comercialización, producción y el cultivo de la maracuyá. En el Capítulo 3 se menciona cual fue el método y técnica de investigación utilizados. En el Capítulo 4 se conoce como será el empaque, la etiqueta del producto final, el proceso productivo de la empresa Exofrut S.A, junto con la logística de exportación también se analiza cuáles son la fortalezas y amenazas, para eso es necesario estudiarlo a través del FODA todo lo concerniente a la producción, también se deben analizar aspectos en relación con la comercialización del concentrado de maracuyá hacia otros países, sin dejar de lado los requisitos de exportación. En el último Capítulo se realiza el análisis financiero para evaluar el uso de los recursos necesarios con el objetivo de facilitar la toma de decisiones.

Capítulo 1

Planteamiento del Problema

1.1 Tema

Plan de exportación de Concentrado de Maracuyá producido en la empresa EXOFRUT S.A., para el mercado de Lima, Perú.

1.2 Enunciado del problema

La maracuyá es una fruta de origen tropical que se cultiva en muchos países pero su nivel de producción depende en gran medida del clima que exista, Ecuador cuenta con la capacidad de producción durante todo el año, a diferencia de otros países que solo lo pueden cultivarla por ciertas temporadas. Es allí donde nace la demanda internacional de esa fruta, y más aún del concentrado que se produce con ella para múltiples funciones como jugos, mermeladas, entre otros.

A pesar de ser uno de los principales productores de maracuyá en Latinoamérica, según lo mencionado por el Centro de Inteligencia Comercial, Ecuador no ha explotado suficientemente su potencial de exportación, desaprovechando la oportunidad de cubrir la demanda existente en Perú, ya que este no cuenta con una producción nacional que abastezca los requerimientos de su propio mercado.

Actualmente, el Gobierno de Ecuador impulsa mucho la producción nacional y ha implementado varios mecanismos para fomentar la exportación, enfocándose en transformar la matriz productiva para que el país no solo comercialice internacionalmente productos tradicionales, sino que se incluya otras opciones que dinamicen la balanza comercial.

En base a lo expuesto, nace la idea de realizar un plan de exportación del concentrado de maracuyá considerando como destino principal a Perú, no solo por el alto nivel de demanda que presenta dicho país, sino por la cercanía geográfica que tiene en relación a Ecuador, hecho que disminuiría el costo del transporte de carga y facilitaría el proceso de exportación.

1.3 Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Qué elementos debe contener un plan de exportación para que la empresa EXOFRUT S.A, pueda incrementar su producción de concentrado de maracuyá y exportar hacia Perú con el fin de cubrir la demanda existente?

1.3.2. Problemas específicos

1. ¿Qué elementos teóricos fundamentan el proceso de exportación a nivel internacional y en Ecuador?
2. ¿Cuál es el comportamiento de la demanda en el mercado de Lima, Perú que condicione las exportaciones del concentrado de maracuyá hacia dicho país?
3. ¿Qué capacidades productivas existen frente a la demanda del mercado de Lima, Perú, para la exportación del producto?
4. ¿Qué barreras arancelarias o no arancelarias existen para la exportación del concentrado de Maracuyá al mercado de Lima, Perú?
5. ¿Cómo validar la factibilidad económica de las exportaciones del concentrado de maracuyá para el mercado de Lima, Perú?

1.4 Justificación

Este trabajo está encaminado a proporcionar una vía para impulsar la comercialización internacional de un producto como el concentrado de maracuyá al mercado de Lima, Perú mediante el diseño de un plan de exportación. El concentrado de maracuyá es un jugo de alta calidad, vitamínico y saludable, además de ser un producto no tradicional, cuya demanda puede llegar a satisfacer el pago de pequeños y medianos productores.

Ecuador es el principal productor de maracuyá en Sudamérica, así como el más importante proveedor de concentrado de la fruta. Su sabor singular y aromático es reconocido a nivel internacional gracias al clima tropical que favorece la cosecha de la fruta durante todo el año, además la maracuyá es un fruto que cuenta con propiedades nutricionales y medicinales beneficiosas para el organismo humano como vitaminas A, B y C, alta en niacina que resulta muy adecuada para el tratamiento del colesterol y perfecto estado de los nervios.

Debido a las propiedades de la maracuyá y su alto nivel de producción en el Ecuador se determina que posee una superioridad frente a la producción de Perú, a su vez otro punto favorable para Ecuador se da a el desarrollo continuo durante todo el año comercial por cualidades distintas y propicias del clima, en cuanto a Perú que solo tiene un nivel de producción semestral.

1.5 Delimitación

- **Delimitación Temporal**

La investigación tendrá una duración aproximada de seis meses, iniciando desde Octubre del 2014 hasta Julio del 2015.

- **Delimitación Académica**

Este trabajo será realizado en base a los conocimientos adquiridos en el área administrativa y enfocándose en el ámbito de Comercio Exterior y Finanzas.

- **Delimitación Espacial**

La investigación se encuentra delimitada geográficamente en la ciudad de Lima, Perú. Además de ser la capital de Perú, Lima es una ciudad de gran movimiento comercial; se encuentra en el desierto costero del Perú, en la falda de la vertiente occidental de los Andes centrales del Perú.

Imagen 1.1 Delimitación Espacial. Lima - Perú



Fuente: Google Maps

1.6 Objetivo

1.6.1. Objetivo General

Diseñar un plan de exportación que teniendo en cuenta la relación costo beneficio contribuya a que la empresa EXOFRUT S.A. incremente la producción del concentrado de maracuyá al mercado de Lima, Perú.

1.6.2. Objetivos Específicos

1. Sistematizar los elementos teóricos que fundamenten el proceso de exportación a nivel internacional y en Ecuador.
2. Diagnosticar la situación actual de la producción exportable del concentrado de maracuyá en Guayaquil para determinar la demanda potencial del concentrado de maracuyá en el mercado de Lima, Perú.

3. Establecer los procesos necesarios y requisitos que demanda la exportación de concentrado de maracuyá al mercado de Perú.
4. Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad de la exportación del concentrado de maracuyá al mercado de Lima, Perú.

1.7. Beneficiarios

La propuesta de exportar al mercado peruano, el concentrado de maracuyá, tiene grandes beneficios que no solo se verán reflejados en la satisfacción de un grupo de personas, sino que tendrá un impacto económico positivo a gran escala, como se detalla a continuación:

- Los consumidores de la ciudad de Lima podrán cubrir la demanda del producto, beneficiándose de las propiedades naturales que tiene el concentrado y con calidad.
- La empresa EXOFRUT S.A. también se verá beneficiada ya que al ser la encargada del procesamiento y envasado del concentrado de maracuyá, incrementará su capacidad de producción y logrará penetrar en el mercado peruano para hacer conocida su marca.
- Los productores agrícolas del fruto maracuyá de la provincia del Guayas y Manabí contarán con una mayor demanda de sus productos, permitiendo potenciar el crecimiento de sus negocios.
- El sistema económico del país se verá beneficiado ya que se contribuirá a la transformación de la matriz productiva y al dinamismo de la balanza comercial.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1. Fundamentos Teóricos

2.1.1. Descripción de la Maracuyá

El maracuyá comenzó a comercializarse en el Ecuador a partir de la década de los 70, de allí en adelante la fruta ha ganado terreno principalmente porque puede producirse fácilmente y en variados climas; en un territorio geográficamente pequeño en comparación a otros países de la región. Pero esta diversidad es favorable, ya que el maracuyá puede ser cultivado de 0 hasta aproximadamente 1000 msnm (metros sobre el nivel del mar).

La maracuyá es una fruta originaria de Centroamérica, y posee una piel lisa, la cual después de algún tiempo se torna arrugada debido a la pérdida de humedad por el proceso de maduración. Su nombre científico es *Passiflora Edulis*, pero dependiendo de la especie puede variar: la de color amarillo *P. Edulis Flavicarpa*, la de color morado *P. Edulis Sims* que es más pequeña y la granadilla *P. Edulis Ligularis* de color anaranjado, dorado o amarillo pardo. (Fundación Eroski, 2013; s/p)

Conocida también como la fruta de la pasión, la maracuyá está considerada como exótica de gran valor a nivel mundial, ya que hay muchos países donde no se produce y se abastecen por medio de importaciones. La maracuyá es una planta invasora trepadora que podría alcanzar hasta los nueve metros de longitud siempre y cuando encuentre condiciones climáticas que favorezcan su producción. Posee un sabor particular porque además de ser intenso tienen cierta acidez que la caracteriza, lo que la hace muy atractiva para la industria de bebidas. Esta fruta está compuesta en su mayoría por agua, y contiene un alto nivel de hidratos de carbono, hecho que genera que su valor calórico sea muy alto.

Es importante mencionar que la maracuyá contiene provitamina A, vitamina C y un grupo de minerales benéficos para la salud como el potasio, fósforo y magnesio. Adicionalmente entre sus componentes se encuentra la fibra que está reconocida en el ámbito de la salud por mejorar el tránsito intestinal. Son varios los beneficios que producen en el organismo humano los diferentes elementos que componen la maracuyá, por lo que además de los atributos exóticos que le han otorgado en el ámbito de comercialización mundial, se considera como una fruta con alto contenido nutritivo, por ello se recomienda para mejorar el estado de salud de las personas. En el siguiente cuadro se puede observar las propiedades de la maracuyá y sus beneficios:

Tabla 2.1. Componentes y propiedades de la Maracuyá

COMPONENTES	PROPIEDADES
Provitamina A	Este elemento una vez que entra en el organismo es transformado en beta caroteno, un nutriente esencial para la visión, mejorar el estado de la piel, huesos, cabello y mucosas, así como para el sistema inmunológico.
Vitamina C	Interviene en la formación de colágeno y es indispensable para mejorar la absorción de hierro y elevar la resistencia ante enfermedades virales o bacterianas. Al igual que la provitamina A, la vitamina c cumple una función antioxidante.
Potasio	Este mineral tiene gran influencia en la adecuada transmisión y generación de impulso nervioso, así como mejora la actividad muscular. Equilibra el agua fuera y dentro de la célula.
Fósforo	Interviene directamente en el correcto desarrollo del metabolismo energético, además de facilitar la formación de huesos y dientes.
Magnesio	Es un mineral importante para el funcionamiento del sistema inmunológico y dinamiza el accionar del intestino, nervios y músculos.

Fuente: (Fundación Eroski, 2013; s/p)

La maracuyá tiene dos variedades principales: la maracuyá de color amarillo tiene frutos de diversas formas y crece en zonas bajas, siendo más rústica que la variedad morada; y la variedad de color rojo o morado, que produce frutos pequeños y generalmente crece en zonas templadas. La composición química de esta planta es la siguiente:

- Cáscara: 50 – 60%
- Jugo 30 – 40% (es el componente más importante)
- Semillas 10 – 15% (Facultad de Química Farmacéutica de la Universidad de Antioquía, 2013)

La composición nutricional de la maracuyá es sin duda alguna la mayor ventaja que tienen la fruta y que impulsa su comercialización a nivel internacional. En el siguiente cuadro se puede verificar en qué medida contiene los diversos nutrientes la fruta:

Tabla 2.2 Valor Nutricional de la Maracuyá

NUTRIENTES	UNIDAD DE MEDIDA
Calorías	67 g.
Carbohidratos	15.5g - 300g
Proteínas	0,9 g.
Ácido ascórbico	22mg – 60 mg
Calcio	13mg – 162 mg
Caroteno	2.7 mg
Fósforo	30mg – 125 mg
Hierro	3mg – 18mg

Fuente: (Camargo, Pico, & López, 2010)

2.1.2. Usos de la Maracuyá

Además de su particular sabor, que le da un gran poder de industrialización y posterior comercialización, la maracuyá aporta un valor calórico – nutricional que es importante para cualquier dieta balanceada además de tener propiedades

antimicrobacterianas y antioxidantes. Pero no es el único uso que se le puede dar a esta fruta, ya que a pesar de ser la pulpa de la fruta el elemento más importante, todos sus componentes pueden ser utilizados de varias formas. La pulpa de la maracuyá es generalmente usada como materia prima para la elaboración de jugos, mermeladas y demás derivados; sin embargo, también es utilizada para elaborar postres o platos especiales como mousses, tortas, vinagretas, batidos, entre otros.

La cáscara de la maracuyá es utilizada para nivelar los niveles de insulina, sobre todo para evitar los denominados “picos de insulina” en las personas que padecen diabetes. También es de gran utilidad para combatir enfermedades como el colesterol y para bajar de peso. Esta parte externa de la maracuyá se suele utilizar en forma de harina, para ser mezclada en bebidas o yogurt. (Blog Buena Salud, 2010; s/p)

Las hojas de la maracuyá también son utilizadas, ya que mediante ciertos procesos caseros y en algunos casos industriales, se las puede usar para crear medicamentos tradicionales de tipo empírico o infusiones para aprovechar sus propiedades curativas y calmantes. Además las semillas de la fruta se suelen utilizar de dos formas: pueden ser trituradas para utilizarlas como exfoliantes para la piel, o para extraer de ellas el aceite que se incluye en ensaladas.

Las propiedades de la maracuyá son diversas, pero son los atributos saludables que posee los que la hacen tan particular, por lo que causa en el organismo los siguientes efectos:

1. Ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares.
2. Mejora la digestión.
3. Favorece la reparación de tejidos.
4. Ayuda a prevenir el cáncer.
5. Colabora para fortalecer los huesos del cuerpo.
6. Alivia síntomas del asma.
7. Ayuda a reducir el colesterol malo.
8. Ayuda a dormir porque tiene cualidades como relajante.
9. Previene enfermedades respiratorias.
10. Facilita la reducción de peso.

11. Reduce el riesgo de sufrir enfermedades degenerativas.
12. Previene la anemia.
13. Ayuda a prevenir y combatir el estreñimiento.
14. Equilibra el nivel de azúcar o glucemia en sangre.
15. Ayuda a mantener sana la vista.

2.1.3. Reproducción de la Maracuyá

La fruta puede reproducirse de dos maneras, Sexual: El método preferido por la mayoría es el de propagación por semilla. Éstas suelen ser lavadas liberándolas de los arilos (coberturas carnosas que pueden parecerse a los frutos, conocidos como frutos falsos). Las semillas pueden durar aproximadamente un año.

Asexual: Las formas conocidas de esta modalidad son por estacas y por injerto. Las estacas pueden ser semileñosas de 17 centímetros de largo de promedio y un diámetro de 1,5 cm. Cuando la estaca llega a realizar por 20 cm de largo el trasplante es realizado.

2.1.4. Cultivo de la Maracuyá

Para la producción de maracuyá se debe escoger un lugar cálido que esté expuesto a temperaturas que se encuentren entre un rango de 24 o a 28o. Si el cultivo se encuentra expuesto a temperaturas mayores se generará una maduración más rápida de lo que se debería, hecho que además provocaría que se perdiera la cantidad y calidad de la fruta. En caso de que la temperatura fuera muy baja, la cosecha en cambio se retrasaría, por lo que debe tenerse en cuenta el rango mencionado para obtener una producción eficiente. (Botanical Online, 2013; s/p)

De acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior, en las zonas cálidas donde mayor probabilidades de éxito determinan para la producción de maracuyá, desde el nivel del mar hasta los 1300 metros, más aún cuando se trata de zonas que tienen influencia del Océano Pacífico ya que se considera como el nivel más idóneo para una producción óptima, si se plantan en zonas bajas que tiendan a influencia atlántica se puede presentar ciertos problemas en el cultivo. Esta planta debe ser cultivada al

sol, siendo el promedio de exposición solar de 5 horas para obtener frutos de alta calidad.

La humedad ambiental es importante para garantizar un cultivo exitoso, la maracuyá necesita de una humedad elevada para producir eficientemente, por lo tanto si no suelen producirse lluvias que abastezcan entre 800 y 1500 litros de agua al año, se deberán utilizar sistemas de riego artificiales. El riego debe realizarse utilizando la técnica de la gravedad, de tal forma que la superficie que rodea a cada planta en un diámetro de ochenta cm a un metro quede completamente empapada. En este caso no se recomienda el riego por aspersión, porque suele facilitar la aparición de enfermedades fúngicas y problemas de floración.

Para asegurar una producción de alta calidad es indispensable conseguir semillas certificadas, que tengan la presencia y el tamaño adecuado. Una vez obtenidas las semillas, se deben ser previamente preparadas, para lo cual se las sumergirá en agua durante un lapso de 4 días, con la finalidad de ablandarlas para que puedan germinar. Transcurrido ese tiempo se lavan eficazmente para eliminar la capa mucilaginosa que se produce por la fermentación en el agua. Posteriormente se tratan con fungicida para ser plantadas.

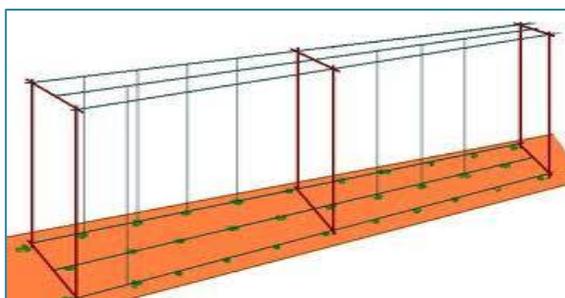
El terreno para llevar a cabo la plantación debe estar debidamente preparado, desinfectado de forma previa. Las semillas serán plantadas en surcos que tengan una distancia de quince cm, y a una distancia entre cada plantación de semilla de cuarenta cm. Una vez introducida la semilla debe cubrirse con una capa fina de tierra, se regaran para mantener el nivel de humedad que requiere el cultivo. Aproximadamente en 20 días las semillas comienzan a germinar.

Después de germinar, también deben transcurrir otros 20 días para que las plantas hayan alcanzado diez cm de alto y puedan ser trasplantadas en una bolsa de plástico y se le añade una cucharadita de fertilizante orgánico. Cuando la planta haya alcanzado una altura de medio metro puede ser trasplantada a su lugar definitivo, para lo que se debe haber limpiado y preparado el terreno, donde se realizarán agujeros de cincuenta cm de profundidad por cuarenta cm de ancho.

Cada agujero debe estar situado a cinco metros de distancia sobre surcos que tengan entre sí tres metros de distancia. Dentro de cada agujero se debe introducir una cantidad considerable de fertilizante orgánico. Para ser colocadas dentro de los agujeros, se les debe quitar la bolsa de plástico a las plantas y se les colocará el tutor adecuado, se reafirmará la tierra alrededor y luego se atarán al tutor. Son dos las formas más utilizadas de entutorar la planta de maracuyá:

1. La espaldera vertical, que consiste en colocar en el terreno algunos postes de 2 metros de altura y a una distancia aproximadamente de 5 metros. Sobre esos postes se tienden dos líneas de alambres, una a un metro de altura y otra a dos metros de altura.

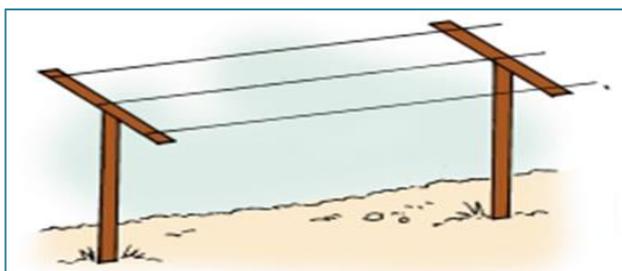
Ilustración 2.1 Entutorado de Espaldera Vertical



Fuente: (Biblioteca Virtual FUNDESYRAM, 2013)

2. La espaldera en forma de T o Hawaiano, que consiste en formar una serie de estructuras que incluyen un palo vertical de dos metros de alto sobre el cual se coloca otro palo horizontal de un metro de largo. Esta estructura se debe situar como mínimo a 6 metros de distancia unos de otros. Este sistema es el más utilizado porque genera mayor ventilación y exposición a la luz, mayor facilidad de poda y recolección de frutos y mayor facilidad para la aplicación de tratamientos.

Ilustración 2.2 Entutorado de Espaldera en forma de T



Fuente: (Biblioteca Virtual FUNDESYRAM, 2013)

La planta de la maracuyá debe ser abonada adecuadamente para conseguir los frutos deseados. Para conseguir una producción óptima, necesariamente se deben utilizar nutrientes como el nitrógeno, fósforo y el potasio. Cada dos meses es aconsejable añadir un fertilizante múltiple. Es preciso asegurar que el suelo para el sembrío sea fértil y muy rico en materia orgánica.

2.1.5. Comercialización de Maracuyá a nivel mundial

El mayor productor de maracuyá a nivel mundial es Brasil, que cultiva variedades como el Ouropretano, Muico, Peroba, Pintado y Hawaina; seguido de Ecuador, Colombia, Venezuela y demás países de Centroamérica. A pesar de tener un origen centroamericano, también se produce en Kenya, Costa de Marfil, Australia y el sur de África. En Hawai se puede encontrar una variedad especial de Maracuyá denominada como “Noél Especial” la misma que puede llegar a pesar hasta noventa gramos.

Desde Brasil, el cultivo de maracuyá se ha ido extendiendo a lo largo de las zonas tropicales de las regiones aledañas. A través del tiempo la producción de esta planta pasó de ser un cultivo de traspatio utilizado en el cultivo casero para tomar una tendencia comercial que tenía en primera instancia el objetivo de satisfacer la demanda interna, pero luego pasó a convertirse en un producto de talla internacional.

El proceso de internacionalización de la maracuyá ha sido en su gran mayoría lento, aunque esto algunos países ha dependido del apoyo gubernamental que se le ha dado a su comercialización y a los compromisos adquiridos con la agroindustria.

A nivel mundial Australia y Hawai son los países que mayor apoyo estatal han recibido en cuanto a investigación y desarrollo, seguidos por Colombia y Brasil. A partir de los años 90 la región latinoamericana pasó a constituir el 90% de la producción mundial de maracuyá.

En Brasil, líder en la comercialización mundial de maracuyá, ha generado hasta el momento el 50% de la producción que se negocia internacionalmente, trasladado en cifras corresponde de 250.000 a 420.000 hectáreas. Gracias a las

condiciones climáticas de este país, la maracuyá puede ser cosechada durante todo el año. En 1995 la producción de maracuyá de Brasil no logró satisfacer la demanda que poseía, por lo que a partir de ese año se convirtió en importador de la fruta hasta la actualidad. En cuanto a la exportación del producto es Ecuador quien actualmente ocupa el primer lugar, siendo el país que mayor cantidad de concentrado de maracuyá comercializa internacionalmente, seguido por Vietnam, y Brasil.

2.1.6. Principales países importadores de maracuyá

Según (PROECUADOR):

Entre los principales países importadores de esta fruta tenemos: Canadá, Noruega, España, Francia, Holanda, Estados Unidos, Italia, Bélgica, Rusia, Reino Unido; en algunos países utilizan la fruta para su consumo, como fruta fresca, mientras que otros países, consumen la fruta ya procesada. También nos hace referencia que las exportaciones mundiales dentro de este sector de frutas no tradicionales han aumentado en un 7%, y han presentado una tasa de crecimiento promedio de un 6% en el periodo 2007-2011; Argentina, Chile, Japón y México registran un crecimiento notable sobre este rubro a esto se suma el mercado en toda Asia cuya demanda crece constantemente. (2012, págs. 9-10).

2.1.7. Producción de Maracuyá en Ecuador

Como se mencionó anteriormente, a nivel mundial Ecuador lidera las exportaciones de concentrado de maracuyá, pero a pesar de ello el país se ha visto inmerso en una posible deficiencia en la producción local que limita el ritmo de cultivo que ha desarrollado hasta el momento, razón por la que se ha planteado implementar mejoras en la cadena productiva y competitiva de la fruta.

Según Chehab (2014), Subsecretaria de Comercialización del Ministerio de Agricultura, Acuacultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), se ha elaborado un proyecto a través del que se logrará identificar los factores problemáticos que enfrenta actualmente el sector y en función de los resultados se buscarán las debidas soluciones. En términos porcentuales según la fuente mencionada el 70% de los

agricultores son pequeños refiriéndose a que requieren de intermediarios para la negociación.

Otro problema detectado es la falta de acceso a tecnología y financiamiento. En función de eliminar las barreras que impiden en continuo crecimiento de la producción de maracuyá, el MAGAP junto con CORPEI han elaborado una propuesta para mejorar los factores que están causando las falencias en el sector. “La idea es duplicar o triplicar la producción y que Ecuador continúe siendo el principal exportador y productor”, (Chehab, Subsecretaria de Comercialización del MAGAP, 2014; s/p)

La producción mensual de maracuyá en Ecuador es de 9.000 toneladas mensuales. Una de las oportunidades del mercado es el acuerdo firmado con la Unión Europea en julio del 2014, en el cual se establecen temas arancelarios que le permitirán a Ecuador ingresar el producto sin restricciones igualando así las condiciones comerciales con las que cuenta Perú, hecho que sin duda alguna eleva el nivel de competencia del país.

La maracuyá en la actualidad constituye para Ecuador un aporte de gran importancia para el cambio de la matriz productiva, esto se ve reflejado en las cifras de exportaciones de la fruta que en julio del 2014 llegó a 52,3 millones de dólares. Los principales mercados a los que Ecuador exporta maracuyá son: Holanda, Estados Unidos, Australia, Canadá, Portugal y Colombia. (Diario El Telégrafo, 2014; s/p)

De acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior, se determina que alrededor del 85% de los jugos y otros derivados de maracuyá que se consumen a nivel mundial tienen su origen en la producción ecuatoriana de esa fruta. Son alrededor de 14.000 pequeños agricultores los que se dedican al cultivo de maracuyá en el país. Competidores como Brasil y Colombia fueron superados por Ecuador debido a los bajos costos de producción con los que cuenta en país. Es por ello que Ecuador ha logrado exportar 11.000 de las 13.000 toneladas de concentrado que se consumen en el mundo.

Ilustración 2.3 Producción de maracuyá en Ecuador



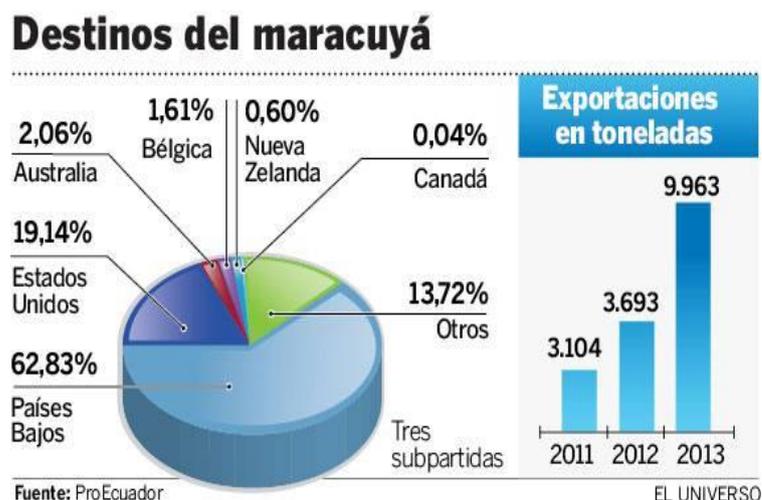
Fuente: (Diario Hoy, 2010)

De acuerdo a lo descrito en la ilustración anterior vemos que la producción de maracuyá está segmentada en cuatro regiones principales dentro de la zona costera del país, siendo Quinindé, Santo Domingo, Quevedo y Chone las que aportan casi en su totalidad la fruta para las diferentes agroindustrias.

En el 2012, los precios internos promediaron a \$ 0,25 por kilo y muchos prefirieron dejar de sembrar. Este año se cree que el promedio oscilará entre \$ 0,45 y \$ 0,50. Fuera del país, la tonelada de jugo concentrado de 50 Brix (medida con la que se tasa la concentración de los azúcares en los jugos) bordea los \$ 9.000. Ecuador, como principal exportador, influye en los precios. Cuando la cosecha es escasa, los precios suben. En el 2013, la tonelada del concentrado congelado 50 Brix (medida estimada) llegó a \$12.000. (Diario El Universo, 2014; s/p)

Respecto a lo escrito en el Diario el Universo el precio de maracuyá aumentará de \$0.25 a \$0.45 a \$0.50, del mismo modo en el mercado internacional la tonelada del jugo de concentrado de 50 Brix alcanza los \$9000, esto es atractivo para los productores ecuatorianos, considerando como un negocio rentable. Ecuador tiene la ventaja de producir la fruta todo el año y otros países no, incluyendo que es el principal productor, esto influye en los precios de la fruta, cuando se existe escases en la producción, como es el caso del año 2013, el costo de tonelada de 50 Brix llegó a costar \$12.000.

Ilustración 2.4 Principales destinos donde Ecuador exporta



Según a lo expuesto en el gráfico anterior, son muchos los países a los que Ecuador les provee de maracuyá, pero a los que en mayor medida exporta son Países Bajos y Estados Unidos. Si bien es cierto las exportaciones de maracuyá se han ido acrecentándose de forma continua, fue en el año 2013 cuando se elevaron de 3.693 toneladas a 9.963 toneladas.

2.1.8. Principales Empresas Exportadoras A Nivel Nacional De Maracuyá.

Tropifrutas: Calcula poder exportar un promedio de 130 mil toneladas de esta fruta a los mercados de la Unión Europea y los Estados Unidos por un valor de \$ 60 millones. Una de las cosas por las que hay que preocuparse es que los niveles de producción y de calidad del Ecuador no sean inferiores a los demás productores no solo de nuestra región sino del mercado asiático. La producción del Ecuador se estima en unas 9000 toneladas cada mes. Pero se prevé incrementarse mejorando la matriz productiva.

Quicornac S.A. es una empresa multinacional de origen Suizo - Ecuatoriano. Dedicada a la producción y comercialización de Bebidas, Jugos, Purés y Concentrados de frutas tropicales, a nivel nacional y en mercados internacionales presente en más de 32 países en el mundo. A través de su historia esta empresa ha estado en permanente evolución. (Quicornac S.A, s.f).

2.1.9. Agro industria

Es la incorporación de productos orgánicos, biológicos o naturales a procesos industrializados con maquinaria y tecnología adecuada donde se puede manipular, transformar, alterar, comercializar, cambiando su aspecto para poder convertirlo en apto para el consumo humano. En estos procesos el precio, la calidad, variedad, presentación y agilidad en la entrega juegan un papel importante para cumplir con las exigencias del consumidor. Componentes de la agroindustria de la maracuyá:

- Los productores de la maracuyá: Productores individuales, empresas públicas y privadas, asociaciones de campesinos, investigadores, etc.
- Comercializadores: pueden ser los productores, empresas comercializadores e intermediarios.
- Consumidores: el público en general, tanto local, nacional o para la exportación Empresas compradoras como los supermercados, tiendas, mercados de víveres, procesadoras de alimentos, restaurantes, centros comerciales, etc.

2.2. Marco Referencial

2.2.1. Antecedentes de la Empresa EXOFRUT

EXOFRUT fue fundada en 1961 dedicada a la actividad agrícola. En 1992 inició su actividad agroindustrial con la instalación de una fábrica con tecnología de punta, con los más altos estándares y normas internacionales para el procesamiento de jugos y concentrados de maracuyá y otras frutas tropicales, tanto congeladas como asépticas. (Exofrut S.A., s/p)

De acuerdo a lo escrito en el párrafo anterior, la empresa Exofrut S.A. fue fundada en el año 1961 teniendo como actividad principal la agricultura ya que poseía diferentes cultivos en sectores estratégicos del Ecuador. En 1992 la empresa dio inicio a la actividad agroindustrial ingresando por primera vez al mercado de fabricación de jugos y concentrados de frutas tropicales, y fue en diciembre de 1993 cuando se dio inicio al primer ciclo de producción. En la actualidad, la hacienda principal de la empresa se encuentra localizada a 30 minutos de la ciudad de

Guayaquil, y cuenta con una extensión de 3.000 hectáreas donde se cultivan guayaba, guanábana, mango, maracuyá, carambola y otras frutas. Exofrut S.A. cuenta con tecnología de punta, utilizando estándares avanzados y equipos de alta calidad procedentes de Italia y Suecia, mismos que fueron construidos por pedido especial para procesar maracuyá y demás frutas tropicales.

La planta está ubicada a 20 minutos del puerto de Guayaquil y en esta laboran 200 empleados. A pesar de que la empresa produce concentrados y jugos de diversas frutas, su producto estrella es el concentrado de maracuyá, que al igual que el jugo, es 100% natural. Para su proceso productivo se utilizan frutas frescas, sanas y maduras que provienen de los cultivos de la empresa.

2.2.2. Lineamientos Corporativos

Misión

“Somos una agroindustria ecuatoriana dedicada a la producción y exportación de jugos y concentrados de frutas tropicales 100% puros y naturales que cumplen con los más altos estándares de calidad internacional.” (EXOFRUT, 2014;s/p)

Visión

“Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través del desarrollo de productos de alta calidad, estableciendo una relación de largo plazo basada en el cumplimiento de nuestros compromisos comerciales.” (EXOFRUT, 2014;s/p)

Objetivos

1. “Cumplir con los más altos estándares de calidad en la fabricación de nuestros productos.
2. Ofrecer productos 100% puros y naturales
3. Satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes
4. Incrementar nuestros productos y servicios a través del desarrollo de nuevos jugos y concentrados de frutas tropicales” (EXOFRUT, 2014;s/p)

2.2.3. Línea de productos

El producto más vendido de la empresa es el jugo y concentrado de maracuyá. Es por ello que nació el lema de la empresa: “La fruta de la pasión es nuestra especialidad”, ya que a la maracuyá se la conoce como la fruta de la pasión en el mercado internacional debido a las propiedades exóticas que posee. Además la empresa fabrica puré de guayaba, jugo de piña, aroma de maracuyá y puré de mango. Todos y cada uno de los productos que elabora la empresa se fabrican bajo elevados estándares de calidad y tomando como base las normas internacionales en Sistemas para el Aseguramiento de Calidad. Exofrut cuenta con la Certificación ISO 9001:2002 & HACCP la cual es concedida por Bureau Veritas Certificación.

Tabla2. 3 Línea de productos de Exofrut

LÍNEAS	PRODUCTOS
JUGOS TROPICALES	<ul style="list-style-type: none"> • Concentrado de maracuyá • Jugo de piña • Jugo de maracuyá • Puré de guayaba • Aroma de maracuyá • Puré de mango
FRUTAS ÉXOTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Mango • Guayaba • Guanábana • Star Fruit
PULPAS	<ul style="list-style-type: none"> • Pulpa de: papaya, guayaba, naranjilla, guanábana, mora, frutilla, maracuyá, ciruela, mango, carambola, limón, piña.

Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

2.2.4. Proceso Productivo

El proceso productivo que se realiza depende mucho del tipo de producto del que se trate, es por ello que en este caso se detallará el proceso que utiliza la empresa para elaborar el concentrado de maracuyá. A continuación se detalla la información técnica de la pulpa de maracuyá:

Tabla 2.4. Especificaciones técnicas

Brix	14.0 + / -1.5
Acidez	4.0 + / -0.5
Partículas	< 2/ml
PH	3.0 + / -0.5
Pulpa de jugo %	14 – 32

Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

Gráfico 2.1 Flujograma de procesos para elaboración de concentrado de maracuyá

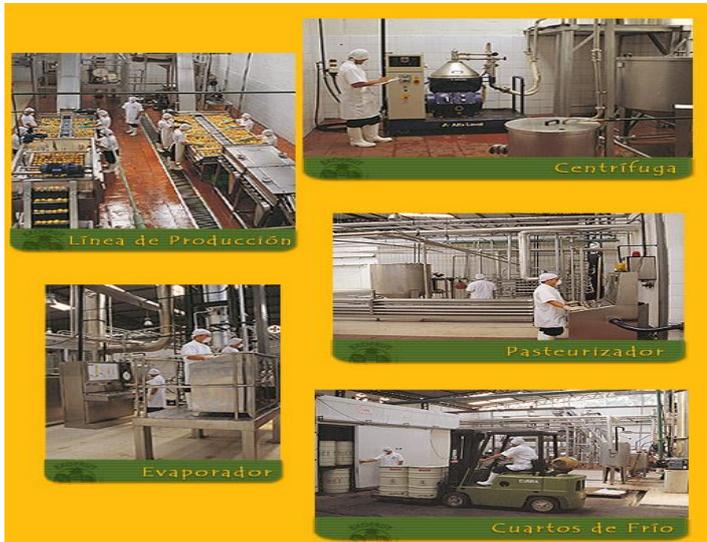


Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

Adicionalmente se procesa pulpa, extracto, aroma y néctar de maracuyá, además de trozos de fruta deshidratada o congelada IQF y en bloque. Debido a su aroma, la cáscara es también un producto comercial. El aroma de maracuyá se utiliza en la preparación de esencias y perfumería, las semillas tienen un alto porcentaje de

proteínas y el aceite que se extrae de las semillas se emplea en la industria alimenticia y cosmética.

Gráfico 2.2 Proceso Productivo de Exofrut



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

2.3. Base Legal

El marco legal dentro del que se desarrolla este proyecto tiene que relación con el Registro Oficial N° 260 mediante el cual se expidió el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados, el mismo que tiene por objeto establecer las condiciones y requisitos bajo los cuales se emite el Certificado de Registro Sanitario con el fin de proteger la salud de la población y evitar cualquier tipo de práctica que pueda inducir a error o engaño de los consumidores. A continuación se exponen los artículos 11, 12 y 13 de dicho documento ya que son los que más se relacionan con el tema:

“**Art. 11.-** El Registro Sanitario para alimentos procesados se obtendrá mediante uno de los siguientes procedimientos:

a) Registro sanitario por producto (alimentos procesados nacionales y extranjeros).

b) Registro Sanitario por línea de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la Autoridad Sanitaria Nacional (alimentos procesados nacionales). (Ministerio de Salud del Ecuador, 2014, pág. 4) (Véase en el anexo2)

El artículo 11 indica como es el procedimiento para obtener el registro sanitario por producto alimentos procesados nacionales y registro sanitario por línea de producción, en nuestro caso se debe ingresar el formulario de solicitud a través del sistema autorizado.

Art. 12.- Para el registro de los alimentos procesados se declarará la fórmula cuali-cuantitativa del producto, expresada en porcentaje y en forma decreciente. Se aceptarán rangos porcentuales de desviación en aquellos ingredientes que por su naturaleza lo requieran, de acuerdo al proceso de manufactura. (Ministerio de Salud del Ecuador, 2014, pág. 5)

En el artículo 12 nos explica cómo se debe declarar el registro de los alimentos procesado que es con la formula cuali-cuantitativa del producto, en este caso del jugo concentrado de maracuyá, se va a expresar en porcentaje de manera decreciente.

Art. 13.- Para obtener el registro sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud a través de la ventanilla única ecuatoriana (VUE), a este formulario de solicitud se anexaran en formato digital los siguientes documentos:

1. Declaración de que el producto cumple con la Norma Técnica nacional respectiva, con nombre y firma del responsable técnico. En caso de no existir la norma técnica nacional se deberá presentar la declaración basada en normativa internacional, o en su defecto especificaciones del fabricante;
2. Descripción general del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico;
3. Diseño de la etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el “Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano” y normativa relacionada.
4. Declaración del tiempo de vida útil del producto, indicando las condiciones de conservación y almacenamiento del mismo, con nombre y firma del responsable técnico, sustentado en la ficha de estabilidad;
5. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor.
6. Descripción del código de lote, suscrito por el técnico responsable; y
7. Contrato de elaboración del producto y/o convenio de uso de marca, cuando aplique.” (Ministerio de Salud del Ecuador, 2014, pág. 5)

Como ya lo mencionamos anteriormente en el Art. 11, en este Art.13 no dice cuál es el sistema que debemos ingresar el formulario es decir VUE (Ventanilla Única Ecuatoriana), y junto con el formulario se deben anexar de formato digital los documentos detallado en dicho artículo.

Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 desarrollado por el actual gobierno liderado por el economista Rafael Correa Delgado, constituye la guía que comprende los objetivos y metas propuestos encaminados a un desarrollo económico y social en donde se tienen como piezas claves a la naturaleza, la cultura y la evolución social. Este plan contempla doce objetivos entre los cuales se encuentra relacionado al presente proyecto el siguiente:

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

Este objetivo apunta a la transformación de la estructura productiva del país mediante la diversificación de la producción, la sustitución de las importaciones, el desarrollo de nuevas industrias, el fortalecimiento de los sectores productivos, mejorar la oferta exportable y alcanzar mayor productividad. Es así que el presente trabajo se direcciona a la comercialización de un producto con valor agregado sustituyendo la producción y exportación de productos primarios en la cual está basada la economía ecuatoriana.

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

En el literal c (ANEXO 2), el proyecto se encuentra relacionado puesto que este lineamiento se enfoca en la incorporación de valor agregado de tal manera que se aproveche la materia prima de alta calidad que posee el país, ya que se plantea la exportación de un producto elaborado a partir de maracuyá como lo es el concentrado en lugar de exportarla como fruta fresca.

2.4 Análisis del Mercado

2.4.1. Descripción Geográfica del mercado meta

Lima, fundada por Francisco Pizarro el 18 de Enero de 1535, el mismo que la llamó “Ciudad de los reyes” es una ciudad fascinante y un tesoro oculto de la historia. Se encuentra ubicada 154 m.s.n.m., se extiende desde el Callao, a orillas del Océano Pacífico, por el Oeste, hasta Chosica por Este; desde Ancón, por el Norte, hasta Lurín por el Sur. Actualmente cuenta con alrededor de 8,5 millones de habitantes, comprendiendo un 30% de la población, convirtiéndola en la ciudad más poblada del país y la quinta de América Latina.

Los ríos de mayor importancia son Chillón, Lurín, Supe, Pativilca, Cañete, Mala, Chancay. Posee temperaturas entre los 29°C y 30°C durante el verano de los meses de Diciembre a Abril, durante el resto del año los inviernos en un promedio de 22°C.

2.4.2. Demanda

La demanda mundial de esta fruta no tradicional ha aumentado debido a diversas tendencias en el mercado, porque ahora se fomenta la frase: “vivir sano”; es decir, los consumidores optan por evitar las grasas saturadas, refrescos, alcohol, entonces prefieren productos naturales, saludables que no tengan muchos químicos, con sabores innovadores, inclusive existen consumidores que prefieren productos orgánicos, esto favorece al desarrollo de bebidas de frutas naturales, tanto en los mercados de países desarrollados como los que están en vías de desarrollo.

2.4.3. Descripción Ecológica del mercado meta

La flora, conformada por una gran variedad de plantas, árboles, hierbas y arbustos. El amancay es la flor típica de la ciudad de Lima, a su vez existen gran variedad de flora limeña como el ficus, la ortiga, la oreja de elefante, el olivo, etc.

Ilustración 2.5 Amancay

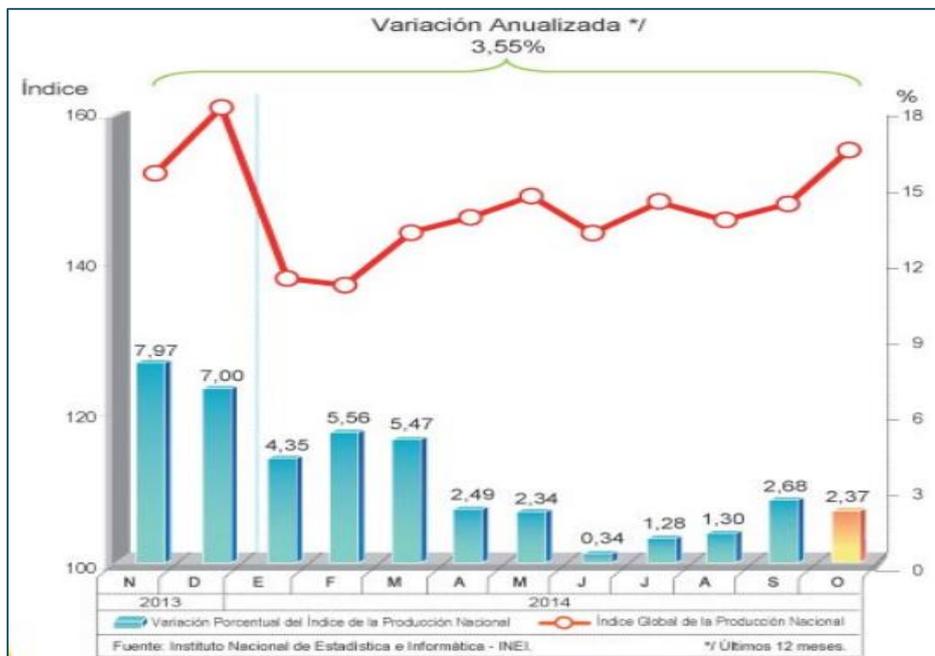


Fuente: Plantas Medicinales – Amancay

La fauna, conformada principalmente por más de 100 especies distintas de aves, entre las más comunes están la paloma de castilla y la domestica, el gorrión, la cuculí y los jilgueros

2.4.4. Análisis Económico de Perú

Gráfico 2.3 Evolución mensual de la Producción Nacionalde Peru



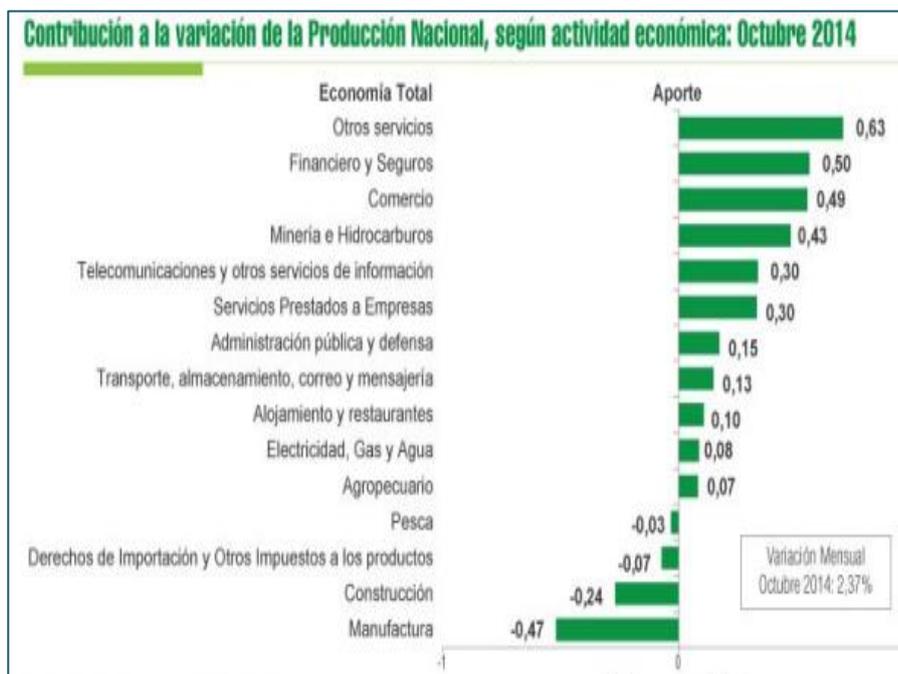
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, 2014;s/p)

La producción nacional en Perú registró un crecimiento del 2,37% durante el mes de octubre del 2014, reflejando así una continua

trayectoria positiva durante los últimos 63 meses, a pesar de haber disminuido el nivel de crecimiento ya que en diciembre del 2013 obtuvo un 7%. Durante los tres primeros trimestres del 2014 el país mostró un crecimiento acumulado del 2,75% y realizando el análisis durante el periodo anualizado de noviembre del 2013 a octubre del 2014 la cifra aumenta al 3,55%. (Blog Buena Salud, 2010;s/p)

La mayor parte de los sectores productivos mostraron una tendencia creciente, a excepción de Manufactura, Construcción y Pesca que registraron una marcada disminución (-0,47%). Del 2,37% registrado, el sector que contribuyó en mayor medida a la variación del Producto Interno Bruto fue el Financiero y Seguros con 0,50%, seguido por el sector del comercio con el 0,49% y la Minería e Hidrocarburos con el 0,43%.

Gráfico2.4 Contribución a la variación del PIB de Perú



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, 2014;s/p)

El sector financiero y seguro se incrementó en 10.39%, sustentando en el dinamismo de los créditos otorgado que crecieron en 14.53% y depósito en 7.87%, según el tipo de crédito, destacaron los créditos corporativo, que alcanzaron un crecimiento de 14.95%. Los mayores montos se otorgaron a los sectores a los sectores de la industria manufacturera, comercio y actividades inmobiliarias empresariales, entre los principales. A sí mismo, los créditos de consumo mostraron un crecimiento de 12,59%, impulsado por los

mayores créditos para adquisición de autos (7.68%), tarjetas de créditos (14.32%) y préstamos (11.43%). (Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, 2014;S/P)

Respecto al párrafo anterior la contribución general de los diferentes sectores al Producto Interno Bruto, el Sector Financiero de igual forma lidera la lista con un 10,39%, sobre todo por los diversos créditos otorgados a la población, en su mayoría de tipo corporativos, que crecieron en un 14,53% y los depósitos en un 7,87%. Por otra parte, el sector comercial creció en un 4,15% debido al potencial y eficiente desempeño del comercio al por mayor y menor, aunque cabe recalcar que la venta de vehículos también contribuyó.

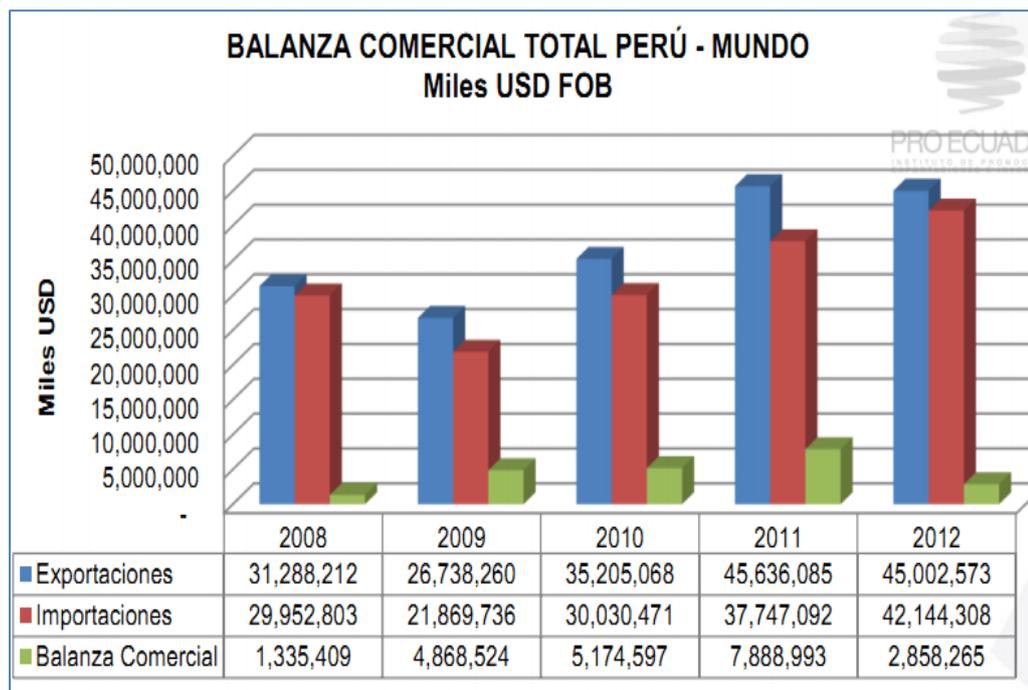
En cuanto al Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Perú en el año 2014 registró un decrecimiento del 0,08%. A partir del mes de noviembre del mismo año los productos que componen la canasta familiar sufrieron un alza de precios, tales como la mandarina, aguacate, lechuga, limón, entre otros; mientras que solamente 99 productos bajaron de precio, entre los que se encuentran la cebolla colorada, zanahoria, zapallo, y pollo. Otros productos como la espinaca, galletas de soda, y espinaca no sufrieron variación alguna.

El último trimestre del 2014 se contabilizó un total de 7.259.700 personas en edad para trabajar (PET), de los cuales el 68,4% se considera como la población económicamente activa del país, es decir 4.965.800 personas. De estos últimos, 95 de cada 100 personas poseen actualmente empleo, mientras que el 5% se encuentran en la búsqueda de fuentes laborales.

2.4.5. Comercio Exterior de Perú

En el período que comprende los años 2008 – 2012, la Balanza Comercial de Perú tuvo un saldo favorable. A pesar de tener una tendencia creciente durante dicho periodo de tiempo, en el año 2012 se puede visualizar una leve decaída comparada con el año 2011. En el último año de análisis, el superávit comercial alcanzó los 2,858 millones de dólares, es decir, 5.030 millones de dólares menos que el año previo donde la cifra ascendió a 7.888 millones de dólares.

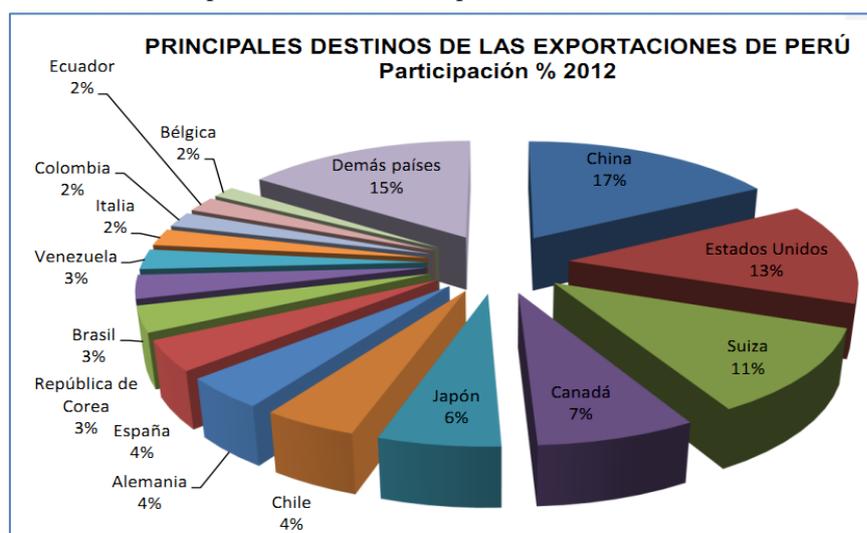
Gráfico 2.5 Balanza Comercial Perú 2008 - 2012



Fuente: (PROECUADOR, 2013)

En cuanto a las exportaciones de Perú, los principales mercados a los que envía sus productos son Estados Unidos, China, Suiza, Canadá y desde hace poco tiempo Japón también ingresó a esa lista. Si se compara la oferta exportable del año 2013 con la del 2012, se puede observar que China, Estados Unidos y Japón fueron los países que más incrementaron su participación.

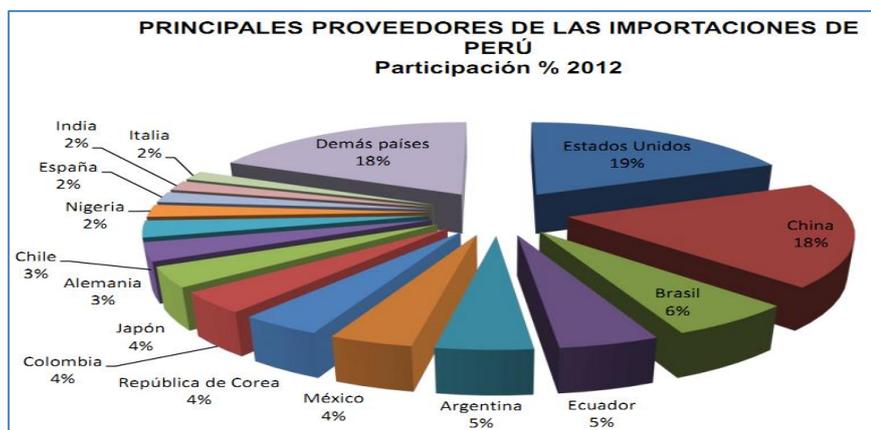
Gráfico 2.6 Principales destinos de las exportaciones de Perú



Fuente: (PROECUADOR, 2013)

Según los datos emitidos por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones en la Guía Comercial de Perú, los principales proveedores de ese país son Estados Unidos, China, Brasil y Ecuador. Por lo que PROECUADOR manifiesta que los emprendedores ecuatorianos deben seguir explorando el mercado peruano debido a su importante potencial. Seguido a Ecuador, quien ocupa el cuarto lugar de la lista; se encuentran Argentina, México, Corea, Colombia y Japón, tal como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 2.7 Proveedores de las importaciones de Perú



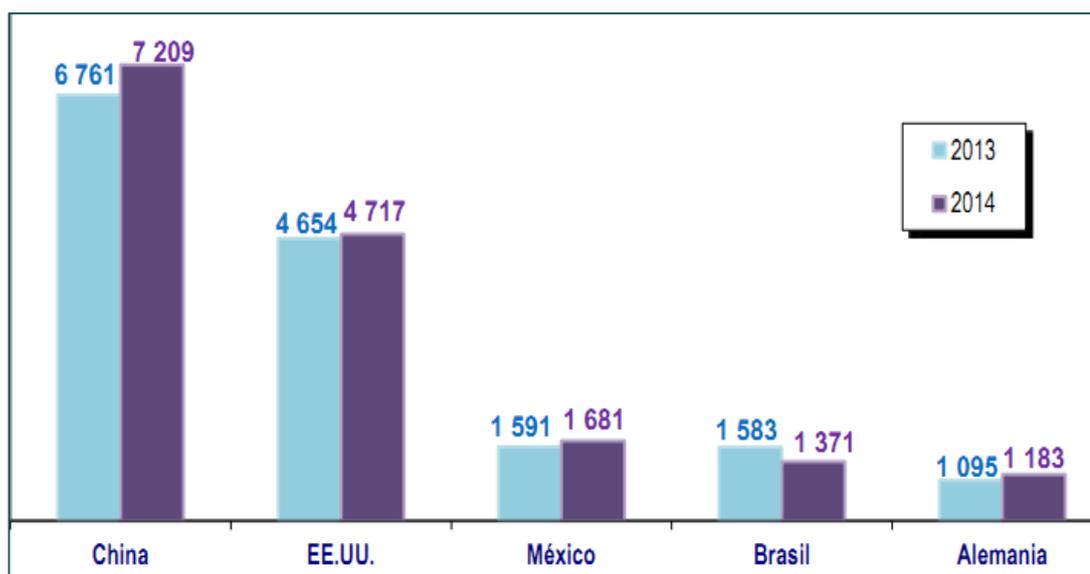
Fuente: (PROECUADOR, 2013)

De acuerdo a los datos publicados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria de Perú (SUNAT), el volumen de importación FOB del país para el año 2014 fue 27.505,9 millones de dólares, lo cual muestra un ligero declive del 0,9% si es comparado con el año 2013 donde se registró en 27.746,4 millones de dólares.

Según el uso o destino económico y durante el año 2014, fueron los bienes de consumo los más preponderantes debido a que crecieron en un 0,2% en comparación con el 2013. Esta cifra se debe a que el incremento en importaciones de bienes de consumo no duraderos ascendió en 2,7% pero fue atenuado por el descenso en los bienes de consumo duraderos (-1,7%). Dentro de este segmento los que más prevalecen son los de origen chino, mexicano y estadounidense. (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, 2015;s/p)

Por otra parte, las materias primas y los productos intermedios registraron un incremento en las importaciones del 1,6%, sustentado por la compras de productos para los diferentes procesos productivos de industrias y la agricultura. En otra faceta, los bienes de capital y materiales de construcción disminuyeron en 3,3% siendo los que más contribuyeron a esta rebaja los de origen argentino, chileno, ecuatoriano y brasileño.

Gráfico 2.8 Importaciones de Perú según país de origen en millones de dólares



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2015)

De acuerdo a la imagen bajo un análisis tomando como parámetro el país de origen de las importaciones, fue China el estado que lidera la lista de proveedores de Perú, debido a que su participación dentro del total de compras internacionales fue del 26,2%, prevaleciendo dentro de este rubro los bienes de capital y materiales de construcción con el 53%, seguido por los bienes de consumo que obtuvieron el 28,4%.

En segundo lugar se encontró Estados Unidos debido a que las importaciones que realizó Perú desde este país, en su gran mayoría materias primas y productos intermedios, ascendieron a 4.717,00 millones de dólares, correspondientes al 47,5% del volumen total. Como se puede observar en el gráfico, las importaciones en todos los países registraron un ascenso, a excepción de Brasil donde se produjo un ligero descenso.

2.4.6. Comercialización de concentrado de maracuyá en Perú

En Perú el comercio de maracuyá está siendo potencializado no solo por las importaciones, sino también por las exportaciones de dicho producto que en su totalidad registraron en el año 2014 un total de 10.4 millones de dólares, cifra que representa un crecimiento del 50% comparado con el año anterior, de acuerdo a datos proporcionados por la Asociación de Exportadores (ADEX).

La principal partida de exportación es el jugo de maracuyá, el mismo que compone el 88.5% del volumen total, alcanzando los 9.9 millones de dólares. El principal destino donde se envía el jugo de maracuyá es Países Bajos, quién compra el 84% de la producción exportable, seguido con bastante distancia de Estados Unidos quienes importan 500.000 dólares, y Puerto Rico que compra 300.000 dólares. (América Economía, 2014;s/p)

La pulpa de maracuyá también es comercializada internacionalmente por Perú siendo mínima su participación ya que registró envíos por 400.000 dólares; sin embargo al comparar dicho rubro con el obtenido en el año 2013 se vio reflejado un incremento del 134 %. Esto demuestra que a pesar de que Perú pone todos sus esfuerzos en producir y exportar jugo de maracuyá, la comercialización de pulpa tiene gran potencial de crecimiento.

Los principales mercados donde Perú exportó pulpa de maracuyá fueron Estados Unidos, seguido por Países Bajos, Francia, Italia y Canadá, entre otros. Las empresas peruanas que se dedican a la exportación de maracuyá y sus derivados en Perú ascienden a 41 compañías, entre las cuales se destaca por su participación en el mercado: Quicorac, Agromar Industrial, Agroindustrias AIB, Corporación Lindley, Frutos Tongorrape, y Selva Industrial.

2.4.7 Comercio bilateral entre Ecuador y Perú

“Perú es un mercado natural, potencial y atractivo para las empresas ecuatorianas. Su proximidad geográfica, las características socioculturales afines a las de Ecuador, la complementariedad

económica de las dos naciones, así como en algunos casos la diferencia de estacionalidad de sus productos, lo convierten ciertamente en una fuente de oportunidades comerciales para muchas empresas ecuatorianas interesadas en investigar y diseñar estrategias para acceder al mercado peruano.” (PROECUADOR, 2013)

Adicional a las condiciones benéficas mencionadas por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, se puede mencionar que el comercio bilateral entre Ecuador y Perú se encuentra regido por la Comunidad Andina ya que los dos países son miembros, y en dicho contexto, las exportaciones de Ecuador hacia Perú tienen preferencias arancelarias totales; es decir, que el arancel efectivo es el 0% ya que toda la mercancía que ingresa de Ecuador a Perú no paga ningún tipo de aranceles.

En relación con la balanza comercial Ecuador – Perú, a lo largo del año 2012 se mostraron indicadores positivos que alcanzaron los 903 millones de dólares debido al incremento de las exportaciones al país del Sur, por lo que se pudieron obtener los siguientes datos:

- Perú fue durante el 2012 el país que ocupó el tercer lugar de las exportaciones ecuatorianas totales ya que se enviaron comercialmente a ese país mercancías por 1.991 millones de dólares.
- En lo referente a los productos no petroleros, Perú fue el noveno país de destino de las exportaciones Ecuatorianas registrando 335 millones de dólares.
- En la exportación de productos petroleros Perú fue el segundo destino de la oferta exportable de Ecuador ya que se enviaron productos por un total de 1.656 millones de dólares.
- Por último, Ecuador fue el cuarto proveedor de Perú después de las importaciones originarias de Estados Unidos, China y Brasil.

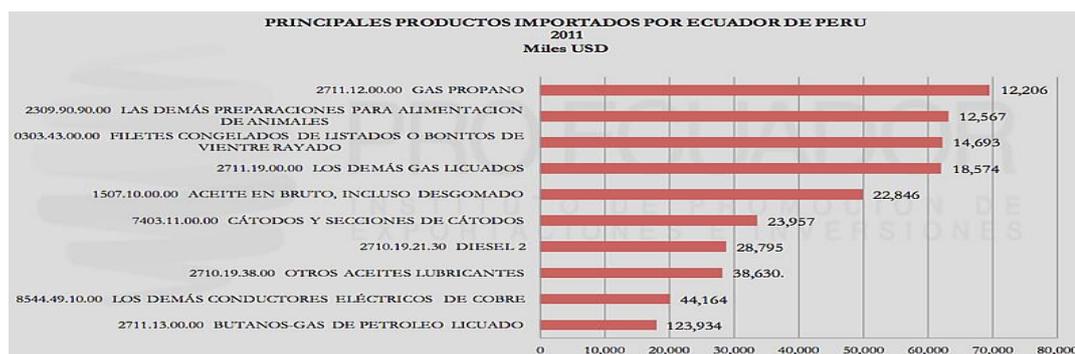
Ecuador, dentro de las relaciones comerciales que tiene con Perú, posee una oferta exportable no petrolera que está constituida por productos con valor agregado, que tienen distintos niveles de elaboración y que además contribuyen al crecimiento de la cadena productiva del país, dinamizando el sistema económico y generando

fuentes de empleo de mano de obra calificada, de tal forma ayuda a superar el modelo primario exportador.

El objetivo que persigue Ecuador dentro del comercio bilateral con Perú es utilizar mecanismos que promuevan el flujo del intercambio comercial y medidas que faciliten el comercio entre los dos estados, entre las cuales se encuentran la armonización y simplificación de medidas aduaneras, la cooperación entre los dos países para mejorar el control del intercambio comercial, la homologación de requisitos sanitarios y procedimientos para el ingreso de productos de origen animal y vegetal, el reconocimiento de registros sanitarios mutuos y la facilitación de registros sanitarios.

Durante el período comprendido entre los años 2006 – 2011, la balanza comercial bilateral Ecuador – Perú fue positiva; el superávit fue de 522 millones de dólares; no obstante, la balanza comercial no petrolera de Ecuador, respecto a la de Perú, fue negativa en todos los años mencionados anteriormente, ya que existió un aumento anual en las importaciones realizadas por Perú. Por lo tanto, en el año 2011 la balanza comercial no petrolera de Ecuador registró un déficit de 556 millones de dólares.

Gráfico 2.9 Importaciones que realizó Ecuador de Perú



Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011)

Para el año 2011 los principales productos importados por Ecuador desde Perú fueron los derivados del petróleo, alimentos de consumo humano y animal. El Gas propano obtuvo la mayor presententatividad dentro de los productos importados con \$12.206,00; seguido por las preparaciones para alimentación de animales con \$12.567,00, tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

Gráfico 2.10 Exportaciones que realizó Ecuador hacia Perú



Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011)

Por otra parte, las exportaciones que realizó Ecuador hacia Perú en cuanto a categoría de productos se refiere, estuvieron lideradas por los aceites crudos de petróleo, ya que representaron alrededor del 80% de los envíos al país vecino. Otros de los artículos que también fueron ampliamente comercializados son los de línea blanca, atunes, aceites vegetales y elaborados de madera.

2.5 Aspectos legales para exportar de Ecuador hacia Perú

2.5.1. Requisitos Generales de Acceso a Mercado

a) Tramitación de las importaciones

Si se desea ingresar al mercado peruano se revisará en primera instancia el régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior. Se considera que la importación es efectiva cuando habiendo cumplido todas las formalidades aduaneras, las mercancías son nacionalizadas y quedan en total libertad para disposición del dueño.

Los tributos o aranceles que gravan las mercancías que importa Perú se encuentran designados en torno a la clasificación dentro del Arancel de Aduanas de acuerdo a lo establecido en las subpartidas NANDINA. Para ello, los tributos aplicables son:

- Derechos arancelarios Ad Valorem
- Impuesto General a las ventas (16%)
- Impuesto a la Promoción Municipal (2%)
- Impuesto Selectivo al Consumo
- Derechos específicos: Sistema de franja de precios que grava las importaciones de productos agropecuarios.
- Derechos correctivos provisionales Ad Valorem
- Derechos antidumping y compensatorios.

El Sistema anticipado de despacho aduanero de importación definitiva tienen como objeto facilitar el trámite de importación mediante la incorporación, en un solo proceso, de los mecanismos requeridos para que las mercancías logren despacharse en un plazo de 48 horas a partir de su ingreso al punto de llegada; además, regula el proceso a seguir en el caso de que las mercancías sean descargadas directamente al local del importador. Los requisitos para el proceso son:

- Declaración de Aduanas debidamente numerada y cancelada antes del arribo del medio de transporte.
- Tener la documentación necesaria para el despacho (factura, documentos de transporte, seguro, autorización del sector competente, etc.)
- Certificado de origen, en caso de ser necesario.
- Autorización Especial de la Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador.
- Demás documentos pertinentes de acuerdo a las disposiciones específicas sobre la materia.

Si se desea acoger al Sistema Anticipado de Despacho Aduanero (SADA) con la atención dentro de 48 horas, las mercancías deberán solicitarse bajo la modalidad SADA con descarga al punto de llegada. Para ello se deben establecer las siguientes condiciones:

- Se debe contar con la documentación que requiere la legislación aduanera para el despacho de la mercancía.

- No deben haber formulado solicitudes de rectificación.
- Que no se hayan detectado incidencias durante el despacho de la mercancía.
- Que no exista ninguna notificación ni requerimiento realizado al importador que presente una respuesta pendiente.

Para realizar este procedimiento, además de contar con la documentación correspondiente, se deben seguir varias etapas, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- El despachador de aduana solicita la destinación aduanera al régimen de importación, a través de la transmisión electrónica aduanera de despacho, con la información de la Declaración Única de Aduanas (DUA), previo al arribo de la mercancía al punto de ingreso al país, adjuntando además la información complementaria.
- El despachador de aduana debe cancelar la deuda tributaria aduanera y los derechos antidumping o compensatorios que correspondan, consignada en el formato “C” de la DUA.
- Posteriormente se podrá visualizar mediante el portal SUNAT o a través de aviso electrónico el canal de control rojo (reconocimiento físico) o naranja (revisión documentaria) o en su defecto canal verde al que ha sido asignada la DUA.
- Las mercancías que estén seleccionadas a canal de control verde son de libre disponibilidad, a excepción de la carga consolidada, misma que deberá ser trasladada al punto de llegada para su desconsolidación y posterior retiro. (PROECUADOR, 2013)

2.5.2. Requisitos Específicos que exige Perú para productores Ecuatorianos con potencial

a) Requisitos arancelarios

Con base en los acuerdos comerciales existentes dentro del marco de la Comunidad Andina para los países miembros, el universo arancelario para el intercambio comercial entre Ecuador y Perú tiene un arancel del 0%. Si un empresario de

Ecuador desea exportar sus productos, debe remitir al comprador de Perú los siguientes requisitos generales de importación:

- Documento de Transporte, entre los cuales se encuentran: conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte de acuerdo al medio de transporte utilizado. De forma excepcional se puede presentar la situación de requerir una declaración juramentada de transporte en el caso de que el importador, dueño o consignatario, lleve a cabo el traslado de la mercancía por sus propios medios. (PROEcuador, 2013, pág. 47)
- Factura o documento equivalente y declaración juramentada de valor de acuerdo a la modalidad de importación. (PROEcuador, 2013, pág. 47)
- Comprobante de pago en el caso que se efectúen transferencias de bienes antes de su destinación a consumo. (PROEcuador, 2013, pág. 47)
- Carta poder notarial para el despacho simplificado en el caso de que el despacho lo realice una tercera persona que represente al importador. (PROEcuador, 2013, pág. 47)
- Demás documentos necesarios si algún tipo de mercancía especial así lo requiere. (PROEcuador, 2013, pág. 47)
- Si es el caso de comercio bilateral, es fundamental que se presente el certificado de origen que, de acuerdo a la normativa de la can, acredite que el producto cumple con las normas de origen que regulan el comercio intracomunitario. (PROEcuador, 2013, pág. 47)

b) Regímenes económicos aduaneros

Draw-back

“Es el régimen aduanero que permite a las empresas productoras – exportadoras, cuyo costo de producción haya sido incrementado por los derechos de aduana que gravan importación de materias primas, insumos, productos intermedios y partes o piezas incorporados en la producción del bien exportado, gozar del beneficio de restitución de derechos arancelarios Ad-Valorem.” (PROEcuador, 2013, pág. 47)

Perú ofrece este servicio que facilita la restitución, ya sea total o parcial, de los derechos arancelarios pagados en la importación de productos incorporados o consumidos en la producción de mercancías exportadas. De la misma manera, los exportadores podrán requerir la devolución del IGV que grava la adquisición de bienes o servicios empleados para la fabricación de bienes exportados.

Zonas y Depósitos Francos

En Perú existen cuatro zonas o depósitos francos de gran relevancia:

1. Callao, concentra el mayor tráfico marítimo, es considerado como uno de los más seguros y espaciosos de Sur América, con una infraestructura múltiple, compuesto por 5 muelles y 18 sitios de atraque, lo que permite el manejo del 70% de carga marítima del país y el 50% del comercio exterior, traduciéndose en 13.5 millones de toneladas al año. (PROECUADOR, 2013, pág. 48)

Como se ha mencionado en el párrafo anterior en Callao se concentra el mayor tráfico marítimo del país, y está denominado como uno de las terminales marítimas más seguras y espaciosas de Suramérica. Posee una infraestructura múltiple que está constituida por 5 muelles y 18 sitios de atraque, hecho que facilita el manejo del 70% de la carga marítima de ese país y el 50% del comercio exterior. Esto se traduce en aproximadamente 13.5 millones de toneladas cada año.

Ilustración 2.6 Puerto Callao



Fuente: longshoreshippingnews

2.Matarani, puerto arequipeño, constituye uno de los tres puertos del Pacífico peruano (Marcona e Ilo) donde empieza la carretera Interoceánica. Mollendo, perteneciente a la Región Arequipa. (PROECUADOR, 2013, pág. 48)

Dicho de otra forma Matarani es un puerto arequipeño que actualmente se considera como uno de los tres puertos donde empieza la carretera Interoceánica, además de Marcona e Ilo. Es operado por Santa Sofía Puertos y es uno de los más modernos de la región. En el año 2013 movilizó carga por 2.99 millones de toneladas.

Ilustración 2. 7 Puerto Matarani



Fuente: faposa

3.Ilo es una ciudad localizada en el sureste del país. Su puerto tiene un importante tráfico ya que traslada mercancías desde y hacia el interior del país. (PROECUADOR, 2013, pág. 48)

Ilustración 2.8 Puerto Ilo



Fuente: virtual Perú

4. Paíta está ubicada al extremo noroeste del Perú, siendo considerada como el segundo puerto más importante del país. (PROECUADOR, 2013, pág. 48)

Ilustración 2.9 Puerto Paíta



Fuente: skyscrapercity

c) Licencia de importación/autorizaciones previas

Las licencias o autorizaciones especiales que otorgue el país, dependerá en gran medida del producto que se vaya a comercializar, ya que por lo general este tipo de restricciones las precisan aquellos productos que requieren un control previo o cuyas importaciones están restringidas por algún motivo específico. De la misma manera, las mercancías restringidas consisten en aquellos productos que son controlados o fiscalizados por sectores correspondientes y por mandato legal precisan la autorización de una o más autoridades competentes.

- **Incoterms**

Sus siglas en inglés (**international commercial terms**). Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterms 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (PROEcuador, 2014 s/p).

- **EXW** (En fabrica).- El vendedor debe entregar la mercancía en un punto acordado y no cargado en ningún vehículo, a la fecha o dentro del plazo acordado. El vendedor no tiene obligación de pagar un contrato de seguro sin embargo puede entregar información oportuna sobre el seguro y transporte para facilitar la contratación, es decir el vendedor solo se hace cargo de la mercancía hasta que sale de su fábrica. Todos los gastos ocurridos después de la entrega en el punto acordado, corren por cuenta del comprador
- **FCA** (Franco Porteador).- El vendedor asume con los costos de riesgos y pérdidas de la mercadería hasta que se haya entregado en el puerto para la exportación. De igual forma que en el término EXW el vendedor no está obligado a contratar una aseguradora para la mercadería a exportar. Los costos generados después de la entrega son asumidos por el comprador, es su responsabilidad de adquirir un seguro para la mercancía y de notificar al vendedor el nombre del transportista o persona asignada de recibir la carga.
- **CPT** (Transporte pagado hasta).- El vendedor debe realizar y asumir los costos de los trámites para la exportación de la mercancía, adicional de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta su lugar de destino, es decir entregado al transportista. Luego de este punto los riesgos y costos son responsabilidad del comprador. No está obligado a contratar una aseguradora para la mercancía
El vendedor debe entregar al comprador el documento de transporte, el mismo que permite realizar cualquier tipo de reclamo por parte del comprador al transportista si se da el caso.
- **CIP** (Transporte y Seguro Pagado Hasta).- El vendedor al igual que en la Incoterms CPT, se hace cargo de los pagos por los trámites aduaneros, de contratar el transporte y entregarlo en el punto acordado al transportista.
Con la diferencia de la contratación de un seguro al menos con la cobertura mínima del precio dispuesto en el contrato más un 10%. Para asegurar la entrega desde el primer punto con el transportista hasta el lugar designado.

El vendedor no está obligado a contratar un seguro pero puede proveer de la información necesaria sobre aseguradoras.

El comprador asume los costos adicionales de la cobertura mínima del seguro contratado junto con los gastos incurridos después de la entrega al transportista de la mercadería. Recibe el documento de transporte que le permitirá realizar algún reclamo de ser necesario.

- **DAT** (Entregado en Terminal).- El vendedor realiza los trámites aduaneros para la exportación asumiendo sus costos, incluyendo contratar el transporte hasta el terminal designado en el puerto o lugar de destino designado con mayor conveniencia para el comprador.

El vendedor no está obligado a contratar un seguro pero puede proveer de la información necesaria de aseguradoras respetables.

En este término se da por entregada la mercadería cuando llega al terminal de destino, la descarga de la misma está a disposición del comprador. Así como los gastos y riesgos de la mercadería desde este punto en adelante

- **DAP** (Entregada en Lugar).- El vendedor se responsabiliza y asume los costos de la mercadería hasta que esté en el lugar de destino designado, y de no haber un punto acordado será el que mejor le convenga en el lugar de destino.

Realiza los trámites aduaneros así como de contratar al transportista para la carga, solo se considera la mercadería entregada. Cuando llega al destino designado y la mercancía esta lista para ser descargada. No es obligación del vendedor formalizar un contrato de seguro. De ser necesario por el comprador, el vendedor le entregara información de aseguradoras del país.

- **DDP** (Entregada Derechos Pagados).- En este término el vendedor realiza los trámites aduaneros de exportación, asume sus costos y de igual forma se le exige encargarse de los documentos aduaneros para la importación tales como los derechos, impuestos y demás costos relacionados con la salía de la mercancía de la aduana en su lugar de destino. La mercadería se considera entregada cuando a llegado a su lugar de destino con el comprador en su almacenes o un punto designado por él. La adquisición de un seguro por parte del vendedor no es obligatoria. El comprado corre con los gastos una vez entregada la mercadería.

Los Incoterms como ya se mencionó anteriormente ayuda, facilitan, establecen reglas, con la finalidad de facilitar el comercio exterior (exportaciones e importaciones), para que no exista ningún tipo de inconveniente entre la relación comprador – vendedor, también reduce el riesgo de cualquier tipo legal, mostrando exactamente donde se realizará la transferencia de la mercancía. En las operaciones comerciales los Incoterms son importantes porque permiten al comprador y vendedor asumir las obligaciones y responsabilidades que tiene ante las mercancías.

- **Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios**

El Servicio de Sanidad Agraria (SENASA), ha determinado un marco regulatorio que norma el ingreso de toda mercancía o producto vegetal y animal a Perú, con el propósito de evitar el ingreso de plagas y enfermedades que puedan causar un impacto negativo o perjuicio a la producción de cultivos en el país. Para importar aquellos productos que se consideren con riesgo fitosanitario, se debe realizar el siguiente proceso:

- El importador debe obtener un permiso fitosanitario de importación (PFI) a través del cual se detallen todos los requisitos fitosanitarios que la mercancía debe cumplir para ingresar a Perú, trámite que se realiza en el portal de la ventanilla única de comercio exterior.
- El importador posteriormente deberá enviar el PFI a su proveedor en Ecuador, con la finalidad de conseguir la certificación fitosanitaria de AGROCALIDAD, cuya validez será de 90 días calendarios y será válido para un solo embarque.
- La mercancía enviada estará obligada a la inspección del SENASA al momento de arribar al país donde se verificará el cumplimiento de las normas requeridas.

Estos requisitos se aplican para verificar que el producto esté en buenas condiciones, de manera que se proteja la salud junto con la vida de las personas y los animales. Los países establecen sus propias normas para los productos importados con la respectiva justificación de las mismas.

- **Normas y Reglamentos Técnicos**

Nocivo

“Es la garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan. Están comprendidos todos los alimentos de producción primaria y procesamiento primario de origen animal y vegetal.” (PROECUADOR, 2013;S/P, pág. 50)

Respecto a este tema, existe en Perú la Ley de Inocuidad de los Alimentos, misma que fue aprobada mediante Decreto Legislativo N° 1062. Para tal efecto, se determina como responsabilidad exclusiva del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), la vigilancia de inocuidad de los alimentos agropecuarios de producción y procesamiento primario para el consumo humano, tanto en aspectos técnicos como normativos.

Por otra parte, a la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), le compete el aspecto técnico, normativo y de vigilancia en materia contraproducente de los alimentos destinados al consumo humano que han sido elaborados industrialmente de producción nacional o extranjera. Para la vigilancia y normativa de los alimentos pesqueros y acuícolas, destinados al consumo animal y humano, se ha delegado la responsabilidad al Instituto Tecnológico Pesquero del Perú.

- **Requisitos para empaque, embalaje y etiquetado**

Cuando se trata de exportar productos que por sus características deben ser envasados o embalados, se debe tener un cuidado especial de acuerdo a las exigencias del país de destino, ya que existen normas que incluyen el uso de materiales que no afecten negativamente al medio ambiente, y tendencias de etiquetado donde se pueda visualizar el código de barras, información nutricional del producto, etc.

Los materiales más utilizados para los empaques son el papel, cartón, plástico, cartón corrugado, etc.; y para el embalaje lo más tradicional son los pallets

o las parihuelas. Para realizar una adecuada selección del empaque y embalaje es necesario tener en cuenta las necesidades del producto en cuanto a método de enfriamiento (en caso de ser necesario), resistencia, costo, disponibilidad, especificaciones del comprador, tarifas del flete, entre otras.

Existen varias recomendaciones importantes para realizar la labor del empaçado y embalado de mercancías para exportación, tales como:

- El envase debe transmitir las características del producto; es decir, proporcionar una adecuada presentación visual y contar con toda la información necesaria sobre el contenido, la procedencia, e información adicional en el idioma del país de destino.
- El empaque deberá proteger al producto y acondicionarse para que se acople dentro del embalaje con la finalidad de mantener y salvaguardar las propiedades y características de la mercancía.
- En cuanto al embalaje, éste deberá proporcionar seguridad para el traslado del producto, protegiéndolo de la manipulación, transporte y almacenamiento.

En el caso específico de Perú, es el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) el organismo que emite requisitos para el empleo de envases nuevos y de primer uso, mismos que son necesarios para asegurar el ingreso de mercancías que cuenten con el nivel idóneo de protección, minimizando los riesgos que conlleva la comercialización de productos extranjeros.

- **Etiqueta**

Mediante la etiqueta del producto se puede proporcionar al consumidor toda la información necesaria sobre las características particulares del artículo que adquiere, su forma de elaboración, manipulación o conservación, así como sus diversas propiedades e información general del contenido.

En Perú, la etiqueta de los productos que se importan es tema que regula la Ley de Rotulado de Productos Manufacturados, misma que manifiesta la obligación de consignar en los productos de consumo final que se comercialicen dentro del territorio peruano, la siguiente información:

- a) “Nombre o denominación del producto
- b) País de fabricación
- c) En caso de ser un producto perecible (fecha de vencimiento, condiciones de conservación, observaciones).
- d) Contenido neto de producto expresado en unidades de masa o volumen.
- e) En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
- f) Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- g) Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.
- h) El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable.” (PROECUADOR, 2013)

2.5.3. Normas INEN

En la actualidad todos los países exigen normas de calidad y seguridad que acompañen desde el cultivo y producción del producto del maracuyá pasando por su comercialización y exportación hasta llegar al lugar de consumo. Las empresas tanto privadas como públicas exigen que el producto de exportación llegue en buenas condiciones y seguro para su consumo con todas las especificaciones e informaciones necesarias para el cliente. Sin estas normas o reglamentos el producto que se vende es dudoso y no confiable para el consumo humano pues no da las garantías requeridas para cliente.

Por lo general cada país exige normas específicas para su cumplimiento en cada producto pero también existen regulaciones internacionales que ayudan a

proteger la calidad y dan confiabilidad al comprador. Estas normas se vuelven cada vez más rigurosas y su cumplimiento depende de cada país.

La maracuyá debe llegar en buenas condiciones, sin tóxicos dañinos para la salud, en paquetes bien sellados que no maltraten la fruta, lista para el consumo con las especificaciones adecuadas para mantener al consumidor correctamente informado, lugar de procedencia, fecha de elaboración y vencimiento, información nutricional, peso, entre otras.

La calidad del producto, el cumplimiento correcto de las normas de calidad, seguridad, sanitarias, ambientales entre otras, además de que la información exija de que el maracuyá sea realmente un producto orgánico, juegan un papel crucial para que un cliente de cualquier otro país se sienta confiado y seguro en comprar productos nacionales favoreciendo la exportación y fuentes de trabajo potenciales.

2.5.4. Normas Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2337:2008

Según INEN (2013): “Esta norma establece los requisitos generales que debe cumplir el maracuyá para ser consumido en estado fresco, incluido aquellos destinados al procesamiento industrial.”

Ecuador dispone de un organismo público de normalización de un bien, en particular de productos nacionales conocido como Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN que normaliza calidad, peso y volumen de un bien y los aprueba previa certificación del Instituto de Higiene Izquieta Pérez; por su parte, el Ministerio de Salud autoriza el registro Sanitario de productos farmacéuticos y agroalimentarios una vez que ha cumplido los requisitos que contempla la norma (INEN, 2011).

Según INEN (2013): “Los requisitos específicos para los jugos y pulpas concentradas:

1. El jugo concentrado puede ser turbio, claro o clarificado y debe tener las características sensoriales propias de la fruta de la cual procede.

2. La pulpa concentrada debe tener las características sensoriales propias de la fruta de la cual procede.
3. El jugo y pulpa concentrado, con azúcar o no, debe estar exento de olores o sabores extraños u objetables.
4. El contenido de sólidos solubles (Brix a 20°C con exclusión de azúcar) en el jugo concentrado será por lo menos, un 50°C más que el contenido e sólidos solubles en el jugo original.”

Según INEN (2013): “Rotulado debe ser:

1. El rotulado debe cumplir con los requisitos establecidos en la NTE INEN 1334-1 y 1334-2 y en otras disposiciones legales vigentes.
2. En el rotulado debe estar claramente indicada la forma de reconstruir el producto.
3. No debe tener leyendas de significado ambiguo, ni descripción de características del producto que no pueden ser comprobadas.”

2.5.5. Requisitos para ser exportador

De acuerdo a lo establecido por lo establecido en la guía del exportador emitida por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2013;s/p), las personas naturales o jurídicas que deseen realizar actividades de exportación deben cumplir con una serie de requisitos, mismos que se detallan a continuación:

1. Contar con el Registro Único de Contribuyente donde especifique la actividad que va a desarrollar.
2. Obtener el Certificado de firma digital o TOKEN, el mismo que se puede tramitar en el Banco Central del Ecuador o en Security Data, utilizando como herramientas sus respectivas páginas web.
3. Proceder al Registro como Exportador en Ecuapass, mediante el portal de la Aduana del Ecuador, ya que allí podrá realizar el proceso que consta de los siguientes pasos: actualizar los datos en la base, crear un usuario y su

respectiva contraseña, aceptar las condiciones de uso y finalmente registrar la firma electrónica.

Es importante que todos estos puntos de etiquetado, las normas y reglamentos, estén claras, porque cada país cuenta con sus propios estatutos para la importación de un producto.

2.5.6 Glosario

- **Concentrado.-** Alimento que al ser mezclado con otro mejora el balance nutritivo de un determinado producto, y que posteriormente pasará por un proceso de dilución y combinado para producir un alimento completo.
- **Pulpa.-** Tejido parenquimatoso que constituye la mayor parte de algunos frutos carnosos.
- **Cadena productiva.-** Conjunto de agentes económicos que intervienen como actores en la producción, transformación y traslado de un determinado producto.
- **Consumidor.-** Persona que compra un producto para su consumo, asociado como término para cubrir una necesidad.
- **Oferta.-** Cantidad de productos o servicios que se encuentran expuestos en un mercado determinado con un valor económico establecido y que tiene disposición para ser adquirido por cualquiera de los actores económicos.
- **Demanda.-** Conjunto de actores económicos que representan la necesidad de adquisición de bienes o servicios.
- **Competitividad.-** Capacidad que poseen las unidades de negocios para enfrentar a las empresas de la misma línea para ganar posición en un mercado determinado.

- **Partida arancelaria.-** Código numérico mediante el que se puede identificar a nivel internacional un producto determinado.
- **Acuerdos Comerciales.-** Tratados que tienen como objetivos beneficio mutuo para los intervinientes en relación a temas comerciales.
- **Productos Tradicionales.-** En el ámbito de comercio internacional, se considera como tradicionales los productos que durante su proceso de producción no obtienen un valor agregado suficiente como para transformar su esencia natural.
- **Ecuapass.- Ecuapass.-** es el sistema con el cual el Servicio Nacional de Aduana facilita los procesos de comercio exterior, refuerza y asegura el control aduanero de nuestro país ahorrando tiempo en los trámites de importación y exportación.
 Sirven para que los procesos aduaneros sean más fáciles y seguros, ya que con la firma electrónica se pueden realizar los trámites desde cualquier lugar por medio de un dispositivo que permití operar de manera segura.
 Lo utilizan las Instituciones Públicas y Operadores, que intervienen en el comercio exterior del Ecuador, en virtud de las normas contenidas en el Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones (COPCI) y sus reglamentos.
- **Marketing Mix.-** Es un análisis de estrategias, tácticas de aspectos internos desarrolladas por las empresas para estudiar sus variables su actividad como: producto, precio, plaza y promoción. Se lo lleva a cabo para conocer su situación y conseguir una estrategia que logre el posicionamiento de la empresa posterior a su ejecución.
- **Producto.-** El producto es clave para generar y desarrollar la estrategia comercial de la empresa.
- **Precio.-** Representa un papel importante en la elección de los consumidores y estos se han fijado a través de un proceso de negociación entre compradores

y vendedores. El precio son los valores que los consumidores dan a cambio por los beneficios de adquirir un producto o usar un servicio.

- **Plaza o Canal de Distribución.-**

Canal de distribución: es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad o participan en la transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario

- **Promoción.-** Analiza los esfuerzos de la empresa por dar a conocer su producto, genera el plan de marketing en beneficio de los clientes, marcando una profunda diferenciación ante los competidores.

Capítulo 3

Marco metodológico

3.1 Tipos de investigación

La presente Investigación se basa en los siguientes procesos:

Bibliografía Documental: Por el motivo que se necesita conocer, comparar, ampliar y profundizar algunos temas, para deducir enfoques, conceptualizar, criterios de diferentes autores sobre el tema basándonos en documentos libros, revistas, periódico, normas y otras publicaciones.

De acuerdo al problema planteado junto con los objetivos a alcanzar la investigación PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ PRODUCIDO EN LA EMPRESA “EXOFRUT S.A.”, PARA EL MERCADO DE LIMA, PERÚ, se considera una investigación descriptiva, orientada a evaluar los resultados, medir los efectos a fin de tomar decisiones para la mejorar la ejecución futura.

Adicionalmente será explicativa porque se aclarará cómo mejorar algunos aspectos, conocer las definiciones y conceptos legales y técnicos referentes a los requisitos específicos que exige, pero para productos ecuatorianos y cuales son requisitos para ser exportador.

3.2 Métodos de Investigación

La técnica utilizada en esta investigación fue el método de observación directa e indirecta, esto se define como:

La observación científica como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico, permitiendo conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos. (Conceptos básicos de la metodología de investigación, 2010;s/p).

De acuerdo al párrafo anterior el método de observación consiste en el análisis del comportamiento del objeto tal y como se da en la realidad, es una manera que se puede acceder a la información de manera directa o indirecta sobre el proceso que se encuentra investigando.

También se utilizó el método analítico - sintético; método analítico porque se va a analizar los fenómenos que intervienen esta investigación; se conocerá en que va afectar ya sea de manera positiva o negativa esta investigación; sintético, se procede de lo simple a lo complejo, partiendo de la descomposición de cada una de sus partes, con la finalidad de estudiarlo individualmente y luego de forma integral, definiendo la relación que tienen entre sí y en la manera en que va a afectar esta investigación.

3.3 Técnica de Investigación

Existen diversas técnicas de investigación que se pueden implementar para obtener información para el desarrollo de la investigación, estas técnicas pueden ser: Encuestas, entrevistas, Focus Group, Cuestionarios, entre otros.

Estos métodos ayudan a recolectar información de forma más precisa, por eso se decidió escoger la entrevista como técnica a aplicar a 3 personas que viven en Perú.

3.4 Análisis Final de las Entrevistas

En las entrevistas indicaron, en Perú es apetecida la fruta no solo para hacer las cremoladas, yogures, o usar su pepa para hacer licor domestico sino que también se puede hacer jabón, tintas y barniz a través del aceite que se extrae de sus semillas.

El Ing. Shigemi Sano, Gerente General de Mayekawa Perú S.A.C mencionó, Perú está abierto a negociaciones y mucho más con esta fruta que es muy apetecida en ese país.

En cambio el Ing. Alan Pezo, Gerente comercial del Grupo Excelencia dijo, esto también depende mucho del precio por ser un producto industrializado.

Como se puede observar el mercado peruano está abierto a negociaciones y responde de manera positiva a este tipo de fruta no tradicional, considerando que es una de las frutas apetecidas en dicho país por su valor nutricional además que se puede utilizar de diversas maneras.

Con respecto al precio Ecuador debe ser un poco más abierto, como lo indicaron en las entrevistas, para llegar a un acuerdo mutuo y obtener beneficios, Perú puede llegar a ser un buen cliente, ya que eso representa un mercado que cada vez va creciendo generando una oportunidad para el país.

Otro punto a favor según las entrevistas, el comprador peruano no es muy exigente porque busca otras opciones que puede generar dicho producto, además los entrevistados indicaron dos formas por las cuales ellos importan productos desde sus países cercanos, como lo son el FOB Y EXW, el FOB (franco a bordo) porque ,el vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador., EXW (en fábrica) porque, el vendedor debe entregar la mercancía poniéndola a disposición del comprador en el punto acordado, y no cargada en ningún vehículo de recogida. El vendedor debe entregar la mercancía en la fecha acordada o dentro del plazo acordado. (Véanse anexos 3,4 y 5).

Capítulo 4

Plan de Exportación de Concentrado de Maracuyá de la Empresa “EXOFRUT S.A. para el Mercado de Lima – Perú

4.1. Proceso Productivo de la empresa Exofrut

El proceso de producción del concentrado de maracuyá tiene diferentes fases que deben realizarse de manera planificada y sistemática con la finalidad de obtener un producto terminado de alta calidad. Las etapas del proceso productivo se detallan a continuación:

- **Lavado y clasificación de la fruta**

El proceso de selección inicia con dos fases de lavado de la fruta: en el primero el objetivo es liberar la fruta de las impurezas que contenga y se realiza sumergiéndola y agitándola en abundante agua. Posteriormente se coloca la fruta en una máquina transportadora con rodillos que conduce el producto a una segunda etapa de lavado donde será sometida a una cepilladora con duchas internas de agua a presión, de esta manera se podrá eliminar cualquier tipo de agente contaminante que aun contenga la fruta.

Después de la segunda fase de lavado, la fruta es nuevamente transportada mediante rodillos y conducida a una sección donde se procederá a la selección de las que estén en óptima calidad para ingresar al proceso productivo. La clasificación se realizará de forma manual y se segmentarán de acuerdo a sus características, es decir, verde, sobremadura, muy pequeña o con mohos.

Imagen 4. 1 Lavado y selección de la fruta



Fuente: (Chehab, Subsecretaría de Comercialización del MAGAP, 2014)

- **Extracción y separación de la semilla**

Después de haber seleccionado la fruta correctamente, ésta es trasladada mediante rodillos a una máquina extractora con el propósito de obtener el jugo. Dentro de esta máquina la fruta se somete a un proceso donde es comprimida, mismo que la tritura para obtener el jugo. Paso seguido, se separa el producto por medio de un tamiz para clasificar el jugo y las semillas aparte de la cáscara. Ésta última enviada mediante rodillo hacia una recolectora.

Por otra parte, el jugo y la semilla de la fruta son trasladadas hacia un cilindro denominado “pulpeador” que está compuesto por cepillos de cerda plástica, los cuales giran y presionan la mezcla con el objetivo de separar el jugo de la semilla. el jugo es recolectado en un tanque que está ubicado justamente debajo del pulpeador y es posteriormente bombeado para atravesar el proceso de clasificación, el cual se lleva a cabo atravesando una centrífuga . Mediante este proceso se separa el exceso de pulpa y residuo de semillas.

Imagen 4.2 Extracción y separación de la semilla



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

- **Pasteurización del jugo**

Al tratarse de una fruta cítrica, es preciso asegurar la preservación del jugo de maracuyá obtenido durante la fase anterior, por lo que debe ser sometido a un tratamiento térmico que se conoce como pasteurización. La pasteurización consiste en calentar el jugo a una temperatura de 85°C. Con pocos segundos de retención, para luego llevarlo a un enfriamiento a 40°C. Posteriormente se coloca el jugo en un tanque donde es almacenado.

Imagen 4.3 Pasteurización de jugo de maracuyá



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

- **Concentración y refinación**

El proceso de concentración consiste en reducir el contenido de agua para que el producto tenga una consistencia más espesa, para lo cual se pasa de 15 a 50° Brix. Este procedimiento se lleva a cabo a través de una evaporación al vacío, para lo cual se debe someter a calentamiento que oscilan entre 40°C a 60°C. Por ninguna razón se puede sobrepasar los 60°C ya que el producto se puede quemar o se puede alterar las características propias.

El proceso de concentración produce que mediante el vapor del agua sean liberados compuestos volátiles característicos del aroma y sabor del jugo, pero con la finalidad de recuperarlos para que sean integrados nuevamente al jugo, éstos son trasladados mediante una columna de destilación enfriado hasta 5°C.

Imagen 4.4 Concentración y refinación



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

- **Envasado y congelación**

El jugo que se encuentra a una temperatura de 5°C es almacenado en tambores metálicos que poseen una capacidad de 55 galones, mismos que en su interior están recubiertos de una funda de polietileno cerrada con amarras metálicas para que el aroma, sabor y color de la fruta pueda mantenerse durante un tiempo aproximado de 5 semanas. Cada tambor contiene un total de 230 kilogramos de concentrado de maracuyá.

Después de que el concentrado es envasado en los tambores, se colocan en cámaras de congelación que poseen una temperatura de -18°C ya que deben bloquear la actividad enzimática y el desarrollo de microorganismos. El hecho de estar a baja temperatura facilita que el concentrado pueda conservarse durante mayor tiempo y que pueda ser apto para el consumo humano hasta dos años después de su fabricación.

Imagen 4. 5 Envasado y congelación del concentrado de maracuyá



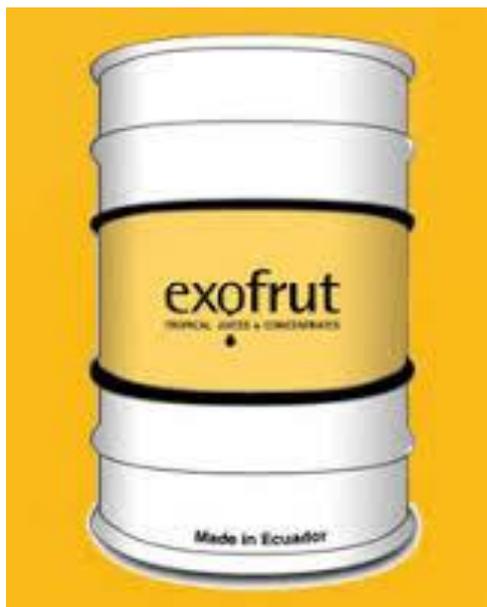
Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

4.2. Empaque y Etiquetado del producto final

El empaque, en términos generales, sirve para facilitar, proteger, garantizando que el bien sea llevado desde su origen hacia su destino en las mejores condiciones, en este caso es de Ecuador al mercado peruano. El material utilizado debe ser siempre adecuado para soportar las altas y bajas temperaturas y no perder la información que sea puesta sobre ella.

El envase que utilizará para exportar el producto será la misma que maneja la empresa durante el proceso de producción debido a que cumple con las condiciones idóneas para transportar el producto hacia Perú. Los tambores utilizados son de 55 galones con su respectiva tapa y dos fundas de polietileno para la protección del producto.

Imagen 4.6 Envase del Producto



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

El peso neto del producto será de 250 kilogramos, mientras que el peso bruto será de 266 kilogramos. El envase contendrá 245.09 litros por galón. En cuanto a la etiqueta, contiene las propiedades nutritivas del producto tales como proteínas, glúcidos, lípidos, fibras dietéticas, sodio, vitaminas y minerales; además constarán la fecha de elaboración y fecha de caducidad. Cabe recalcar que la descripción del valor energético y del contenido nutricional deberá realizarse en términos numéricos mediante unidades de medidas determinadas.

De acuerdo a lo dispuesto por la normativa legal del país de destino, las etiquetas deben incluir la siguiente información:

- La denominación de venta.
- La lista de ingredientes.
- Nombre del importador.
- País de origen.
- Calidad.
- Peso neto

4.3. Proyecciones de exportación de concentrado de maracuyá

Es por eso que se considerará la exportación mensual de 120 tambores de concentrado de maracuyá a Perú, de acuerdo a la capacidad de producción con la que actualmente cuenta la planta de EXOFRUT. Por lo tanto, la exportación anual será de 1440 tambores para el primer año en que se implemente el proyecto. Se ha previsto un incremento anual del 10% para los demás años, tal como se puede apreciar en la siguiente proyección a 5 años:

Tabla 4.5 Proyección de exportaciones de concentrada de maracuyá

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ (En unidades)						
PRODUCTO	PROD. MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Concentrado de maracuyá (tambores)	120	1440	1584	1742	1917	2108

Elaboración: Autores de tesis

4.4. Logística de Exportación

4.4.1. Condiciones de transporte

Para proteger correctamente el maracuyá es necesario cumplir ciertas especificaciones:

- ✓ Cumplir con normas de seguridad.
- ✓ Transportarlo refrigerado para que pueda conservarse más tiempo.
- ✓ Evitar durante el transporte golpes del producto.
- ✓ Evitar sustancias tóxicas o químicas que puedan dañar el producto.
- ✓ Impedir malos olores.

Algo importante es que la refrigeración permite que el maracuyá extienda su vida útil: por ejemplo puede durar dos años a -18 grados centígrados en recipientes cerrados herméticamente.

El transporte es uno de los factores implícitos en la logística de exportación y su relevancia radica en el costo que tiene, mismo que depende en gran medida de la distancia del traslado y del tipo de mercancía que se envíe. Existen varios medios mediante los cuales se puede realizar el traslado del producto para comercializarlo en otro país, entre los que prevalecen el terrestre, marítimo, aéreo y ferroviario.

La selección del medio de transporte a utilizar en el comercio exterior es fundamental, ya que de esto dependerá la obtención de los resultados deseados en la transacción o la limitación de una empresa para posicionarse en el mercado internacional. Para tal efecto es preciso analizar los principales factores determinantes que deben ser tomados en cuenta a la hora de elegir el transporte más adecuado, entre los cuales se deben considerar:

- ❖ Puntos de embarque y desembarque.
- ❖ Costos relacionados con el proceso logístico por el que debe pasar la carga: embarque, desembarque, fletes, manipulación, etc.
- ❖ Nivel de urgencia de la entrega
- ❖ Características de la carga, tales como peso, forma, volumen, tipo de producto, peligrosidad, etc.
- ❖ Acceso al medio de transporte: disponibilidad, frecuencia de salida, exigencias legales, etc.

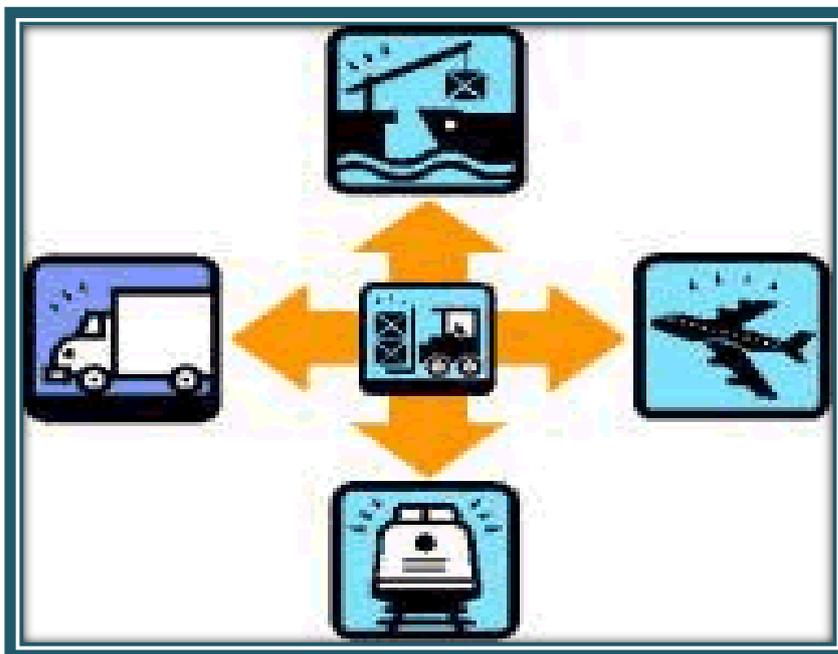
Para que se pueda cumplir con eficiencia la entrega de la mercancía, el exportador, además de elegir el tipo y modalidad de transporte, debe planificar la fecha en que realizará la reserva del servicio. Esto dependerá en gran medida de los plazos fijados por el importador y exportador al momento de la negociación.

El exportador debe escoger una empresa especializada en transporte para que traslade la mercancía o buscar la modalidad de traslado más idónea para que la carga llegue al país de destino. Entre las opciones con las que cuenta una empresa exportadora en cuanto a transporte de carga se refiere se pueden mencionar: marítimo, terrestre o aéreo, sin embargo también existe la combinación de algunos de los tipos mencionados que usualmente se denominan intermodal o multimodal. (Wright, Comercio Exterior: Tipos de Transporte, 2008; s/p)

Las operaciones de traslado que incluyen la concurrencia de dos o más tipos de transporte se clasifican de la siguiente manera:

- **Transporte Intermodal.-** Consiste en la transportación de la mercancía utilizando dos o más tipos de transporte en una misma operación, siendo considerado cada empresa transportadora como un proveedor de servicio individual e independiente de los otros, por tal razón cada uno emitirá un documento y responderá únicamente por trabajo realizado.
- **Transporte Multimodal.-** En esta modalidad se vincula el recorrido de la carga en un solo documento de transporte, sin considerar las diferentes combinaciones que se hayan utilizado en el traslado de la mercancía. Es muy utilizada al momento de precisar la reducción de costos y mayor agilidad en la entrega.

Gráfico 4. 11 Modalidad de transportes de carga



Fuente: (Wright, Comercio Exterior: Tipos de Transporte, 2008; s/p)

En este caso se tienen dos opciones para exportar hacia Perú debido a la cercanía geográfica respecto a Ecuador: la terrestre y la marítima. A continuación se podrá analizar cuál es la más conveniente:

- **Transporte Terrestre**

El transporte terrestre se caracteriza por facilitar la entrega de mercancía de manera rápida y eficiente, donde normalmente se llevan a cabo conexiones de transporte multimodal e intermodal. Esas conexiones buscan los productos a exportar en las empresas productoras (exportadoras) y se encargan de transportarlas al lugar donde serán embarcadas en otros medios de transporte o viceversa.

Cuando se trata de envíos a países vecinos o que poseen cercanía geográfica porque están dentro de la misma región, es de gran utilidad el uso del transporte terrestre, sobre todo cuando la carga es enviada en cantidades medianas o pequeñas. Este medio de transporte brinda mucha agilidad y flexibilidad los tiempos de entrega ya sean cargas aisladas o un conjunto de ellas. Son varios los beneficios que genera el transporte terrestre, entre los más importantes se encuentran los siguientes:

- ❖ Entrega de manera directa y segura de los productos trasladados.
- ❖ Manipulación mínima de las cargas debido a que el camión va sellado hasta el punto de destino.
- ❖ Rapidez de entrega en distancias cortas.
- ❖ No se necesita de grandes gastos en embalaje.

Imagen 4.7 Transporte Terrestre para exportación



Fuente: (Wright, Comercio Exterior: Tipos de Transporte, 2008; s/p)

- **Transporte Marítimo**

El transporte marítimo ocupa casi la totalidad de los servicios de traslado de carga a nivel internacional. Es el medio más utilizado por los actores del comercio exterior a causa de dos razones fundamentales: su bajo costo, y la gran cantidad de carga pesada que se puede mover desde el punto de origen hasta el lugar de destino, sobre todo cuando la distancia entre exportador e importador es grande.

El exportador debe asegurarse de que el transporte escogido maneje un sistema portuario automatizado y con una adecuada capacidad de carga, descarga y manejo de mercancías. La efectividad en dicho aspecto es la base para lograr la reducción de costos en el envío. En esta modalidad de traslado de carga, se considera como flete al monto de dinero que recibe el transportista como remuneración por su servicio.

En las operaciones CFR y CIF la elección del buque o navío es realizada por el exportador, sin embargo en las operaciones FOB esta facultad es transferida al importador. Es necesario recalcar que dichas siglas son Incoterms exclusivos para el transporte marítimo. (Wright, Comercio Exterior: Tipos de Transporte, 2008; s/p). Entre los servicios que ofrece este medio de traslado de productos, los más usuales son:

- **Conferencia:** Se ofrece de manera regular fijando periodos y rutas determinadas asignando una tarifa única, además son parte de las conferencias de fletes. Es utilizado por lo general en Europa, América del Norte y Extremo Oriente.
- **Outsiders (regulares):** Transportistas independientes que son considerados por las compañías establecidas de dicho sector como la competencia directa ya que ofrecen costos más competitivos con líneas fijas sin embargo no son parte de las conferencias de fletes.

- **Tramps (irregulares):** Barcos no pertenecientes a la conferencia de fletes que no poseen una ruta fija, ya que no cuentan con programación ni itinerario determinado. Generalmente se utilizan para enviar mercancías al granel.
- **Bilaterales:** Se refiere a acuerdos comerciales en los que se fijan condiciones de obligatoriedad, responsabilidad y reciprocidad de transporte por buques entre dos países

Imagen 4. 8 Transporte Marítimo



Fuente: (Wright, Comercio Exterior: Tipos de Transporte, 2008; s/p)

Después de haber analizado las posibles opciones de traslado para la mercancía, se ha escogido el transporte terrestre debido a las siguientes razones:

- Perú es un país vecino y las exportaciones pueden manejarse mediante vía terrestre debido a las condiciones geográficas favorables para tal efecto.
- Al tratarse de productos alimenticios, es necesario priorizar la entrega del producto lo más rápido posible.

Para el traslado del producto hasta el país vecino se requiere del uso de contenedores, término que (PRO ECUADOR, 2012;s/p) define como: “un recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre o multimodal. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.”

Para catalogar la capacidad del transporte en contenedores se utiliza como medida de unidad las siglas TEU (Twenty Foot Equivalent Unit), que es la carga máxima de un contenedor normalizado de 20 pies. En el comercio internacional, los contenedores más utilizados son los de 40 pies, a pesar de que existen otras variantes que por lo general se calculan como 2TEU o 1 FEU (Forty foot Equivalent Unit).

Ilustración 4. 10 Capacidad de contenedores

		20 pies	40 pies	40 pies HC
Largo	Interior	5.9 m	12.00 m	12.00 m
	Exterior	6.00 m	12.2 m	12.2 m
Ancho	Interior	2.34 m	2.34 m	2.34 m
	Exterior	2.40 m	2.40 m	2.40 m
Altura	Interior	2.4 m	2.4 m	2.71 m
	Exterior	2.50 m	2.60 m	2.89 m
Tara		2.300 kg	3.500 kg	3.500 kg
Carga almacenable		26.000 kg	34.000 kg	36.000 kg
Capacidad		33.3 m3	3 67.7 m3	3 76.5 m3

Fuente: (Multi Container, 2012)

La clasificación de los contenedores de acuerdo a sus características físicas principales es:

- **Contenedor seco o dry.-** Es el más utilizado en el mercado internacional, denominado como contenedor estándar de construcción básica, está elaborado a base de acero sin ventilación ni sistema de refrigeración.

- **Contenedor refrigerado de 20, 40 y 40 HC.-** Es un contenedor refrigerado que se utiliza para transportar cargas de productos perecederos o que necesitan mantenerse a temperatura baja, generalmente entre 20 a 30 grados centígrados.
- **Contenedor ventilado de 20.-** Este contenedor fue diseñado para transportar cargas que por su nivel de humedad no deben sufrir cambios de temperatura abruptos ya que se afectaría su composición.
- **Contenedor insulado conair de 20 y 40.-** Diseñado para mantener la carga por debajo del nivel de congelación. Tiene las paredes recubiertas de espuma de poliuretano para producir el máximo aislamiento.
- **Contenedor granelero de 20.-** Permite que la carga sea trasladada sin derramar el contenido, ya que posee escotillas en el techo para su llenado, y paneles laterales para su descarga, sin embargo también tiene puertas como los estándar para ser utilizado con otros tipos de carga.
- **Contenedor de techo abierto open top 20 y 40.-** Este tipo de contenedor fue diseñado para cargas que por su contextura deben ser llenadas desde el techo, y para que no se derramen los productos son aseguradas con lona.

Ilustración 4.11 Tipos de contenedores



Fuente: (Multi Container, 2012)

4.5. Marketing Mix

4.5.1. Estrategia de Producto

El producto a exportar es el concentrado de maracuyá, mismo que la empresa EXOFRUT fabrica en una presentación: Tambor metálico de 250 kg con doble funda plástica de polietileno grado alimenticio.

Gráfico 4.12 Presentación del producto



Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

La vida útil del producto es de 24 meses. Las condiciones en que deben ser almacenados y transportados deben cumplir con una temperatura de -18°C . El embalaje del producto se debe realizar de la siguiente manera:

- Contenedores de 20 pies: 70 tambores / TM:17.5
- Contenedores de 40 pies: 100 tambores / TM:25

El valor nutricional del producto debe ir plasmado en la etiqueta, y en él se debe detallar la siguiente información:

Tabla 4.6. Información nutricional del concentrado de maracuyá de EXOFRUT

Información Nutricional	
Cantidad de porción:	100 g
Porciones por envase:	4
Calorías: 360 Kcal	Calorías de grasa: 0
	% Valores Diarios *
Grasa total 0 g	0,0%
Grasa Saturada 0g	0,0%
Colesterol 0 mg	0,0%
Sodio 0 mg	0,0%
Carbohidratos Totales 84 g	28,0%
Fibra dietética 13 g	53,0%
Proteínas 9 g	
Vitamina A 56%	Vitamina C 200%
Calcio 5%	Hierro 34%
*Porcentaje diario en base a una dieta de 2000 calorías.	

Fuente: (EXOFRUT, 2014;s/p)

El concentrado de maracuyá logra la calidad óptima ya que para mantener las propiedades de la fruta a través del tiempo, EXOFRUT somete la materia prima a un proceso de pasteurizado, concentrado y congelado. El concentrado no contiene ningún tipo de preservantes, colorantes ni azúcar. Cabe recalcar que al concentrado se le reincorpora el 100% del aroma natural de la maracuyá.

Por otra parte, el polietileno que es el material que se utiliza para proteger al producto y el único que entra en contacto directo con él, es de alta calidad, diseñado especialmente para productos alimenticios, convirtiéndose en un envase térmico respecto a los líquidos.

4.5.2. Estrategia de Plaza

El canal de distribución que se utilizará para la comercialización del producto en Perú será indirecto debido a que el concentrado de maracuyá se producirá en Ecuador, pero será distribuido en Perú por un intermediario que haga llegar el producto al cliente final, que generalmente está representado por las empresas pertenecientes a la industria de alimentos y bebidas, quienes adquieren el concentrado en grandes cantidades con el propósito de utilizarlos como materia prima para la elaboración de sus bebidas.

Gráfico 4.13 Canal de distribución



Elaboración: Autores de tesis

4.5.3. Estrategia de Precio

El precio es un factor de gran importancia para la comercialización de un producto, pero cuando se trata de la exportación o importación, se torna susceptible a cambios que son generados por diversos costos relacionados con transporte, impuestos, aranceles y demás. En el caso de productos alimenticios, como es el concentrado de frutas, los precios pueden variar por la estacionalidad para la cosecha de la materia prima, daños en los cultivos, plagas que lo hayan afectado o el clima en general.

El valor que utiliza la empresa EXOFRUT actualmente para comercializar de manera internacional el tambor de concentrado de maracuyá es de \$836,00 cuando se realizan envíos de 100 tambores en adelante. Con dicho valor se procede a realizar la proyección de precios, considerando el incremento anual del 10%, tal como se puede ver a continuación:

Tabla 4. 7. Proyección de precios

PROYECCIÓN DE PRECIOS						
PRODUCTO	PRECIO ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tambor de concentrado	836	836	877,8	921,69	967,77	1016,16

Elaboración: Autores de tesis

4.5.4. Estrategia de Promoción

Las estrategias publicitarias o de promoción, son las que elevan a los productos dentro de la mente del consumidor o cliente, no solo porque crean reconocimiento en el mercado, sino que además logran introducir un producto en mercados actuales o nuevos, potencializando su nivel de comercialización e incrementando la demanda del mismo. Las principales estrategias que se van a implementar en este caso serán:

- Se planificarán puntos de encuentro donde se pueda tener reuniones con importadores peruanos, con la finalidad de ampliar las posibilidades de introducción del producto en ese mercado.
- Se realizará una campaña de difusión de aspectos relacionados con el concentrado de maracuyá bajo la marca EXOFRUT, con la finalidad de dar a conocer el producto a una escala general.
- Se optará por acceder al apoyo que brindan organizaciones gubernamentales para impulsar la exportación de productos, como el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR).

4.6. Análisis FODA

A continuación se determinarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto, utilizando como herramienta la matriz FODA

- **Fortalezas**
 - El producto tiene propiedades nutritivas excelentes, hecho que atrae la atención de muchos consumidores y empresarios de industrias relacionadas a nivel internacional.
 - Se cuenta con tecnología especializada para la elaboración del producto con alta calidad.

- Exofrut ya tiene establecidos procesos, envases y etiquetados para el proceso productivo, por lo que se facilita su fabricación y posterior comercialización.
- Exofrut está siempre dispuesta al crecimiento empresarial mediante la introducción de sus productos hacia mercados internacionales, por lo que el proyecto de exportación a Perú estaría considerado como una propuesta atractiva.
- Prestigio de Ecuador a nivel internacional como el principal exportador de maracuyá.

- **Oportunidades**

- Existen facilidades comerciales entre Ecuador y Perú, ya que tiene un arancel del 0% para la comercialización de mercancías.
- Hay cercanía geográfica entre Perú y Ecuador, siendo eso una gran ventaja al momento de enviar la mercancía a los importadores peruanos.
- Existen relaciones políticas y comerciales estables en la actualidad entre Ecuador y Perú.
- Apoyo gubernamental en Ecuador para las exportaciones tanto financieramente como en capacitación.

- **Debilidades**

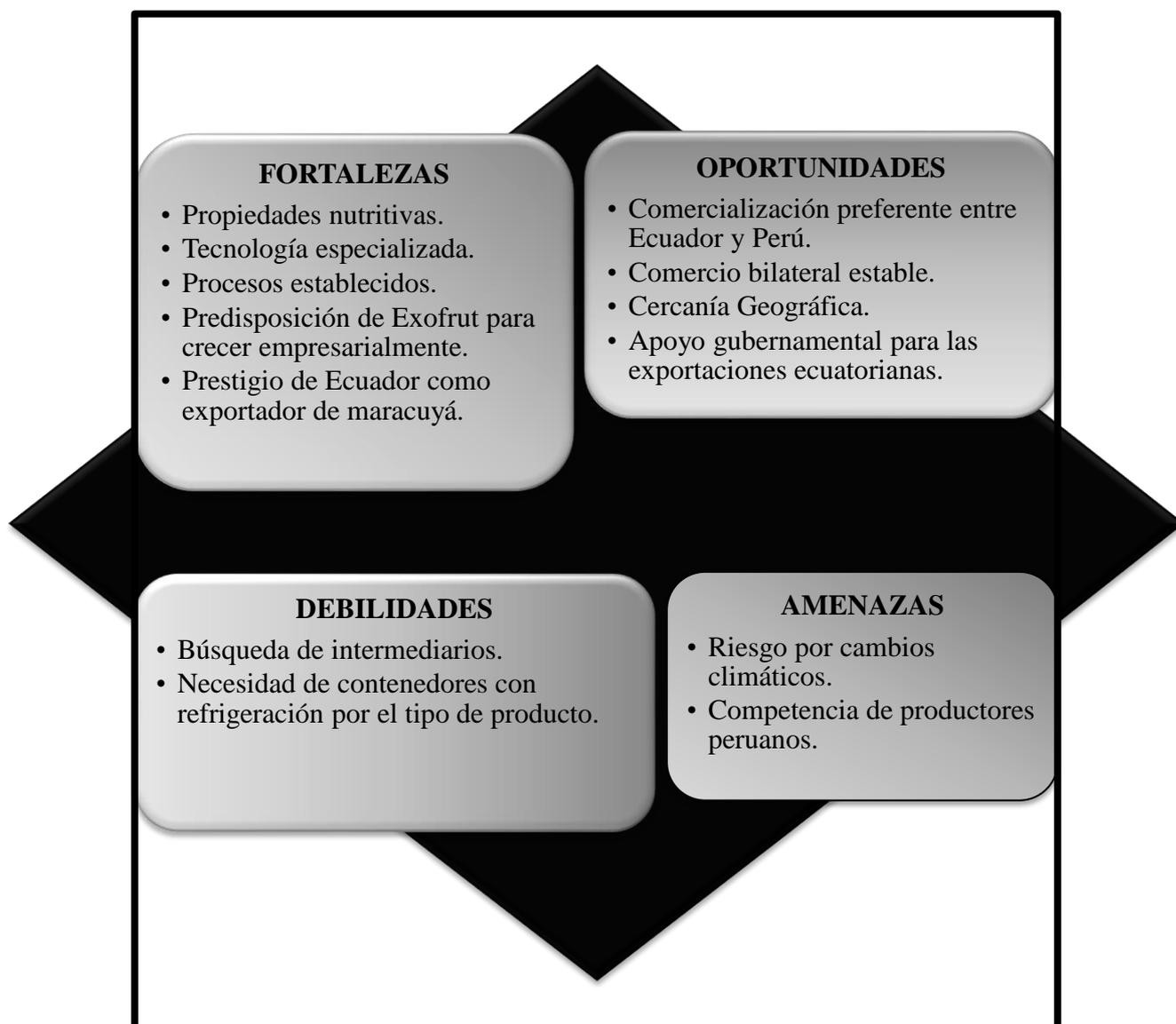
- Se requiere de la búsqueda de intermediarios (Brokers) que faciliten la negociación con importadores Peruanos.

- Al tratarse de productos alimenticios se debe invertir más en el embalaje ya que los contenedores para la transportación del producto deben contar con sistema de refrigeración.

- **Amenazas**

- Riesgo de que la producción se vea influenciada por cambios climáticos, sobre todo en la temporada invernal.
- Competencia representada por los productores peruanos

Gráfico 4.14 Matriz FODA



Elaboración: Autores de tesis

Capítulo 5

Análisis Financiero

5.1. Inversión del proyecto

Exofrut es una empresa que ya tiene varios años en el mercado ecuatoriano e internacional a través de sus exportaciones; por lo tanto, se requiere de la inversión en los siguientes activos para expandir la línea de exportaciones incluyendo el concentrado de maracuyá.

En primer lugar se procederá a detallar los activos fijos que requerirá la empresa para la producción y exportación de concentrado de maracuyá, mismos que se ven representados mayoritariamente por las maquinarias para incrementar la capacidad de producción de la planta, y un camión para cubrir el traslado del producto hasta el punto de partida para la exportación.

Tabla 5.8. Inversión en activos fijos

Inversión en Activos			
Equipos operacionales			
Detalle	Cant.	Precio	Total
Despulpadora	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Centrifuga de eliminación y extracción de jugo	1	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00
Vaporizador	1	\$ 12.450,00	\$ 12.450,00
Selladora de bolsa	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Cámara de frío	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Intercambiador de calor	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Recuperador de aroma	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Total	7		\$ 57.850,00
Equipo de Transporte			
Vehículo			
Camión HINO series 300	1	\$ 58.700,00	\$ 58.700,00
TOTAL			\$ 116.550,00

Elaboración: Autores de tesis

5.2. Capital de trabajo

Para calcular el capital de trabajo que requiere Exofrut para la exportación de concentrado de maracuyá, se debe detallar previamente los costos de producción y administrativos en los que se debe incurrir, se consideró una producción de 100 tambores por lo tanto se debe contar con la siguiente materia prima, mano de obra y materiales indirectos:

Tabla 5.9. Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa				
Descripción	Cant.	Salario Mensual unitario	Salario Anual TOTAL	
Obreros	6	\$ 400,00	\$ 28.800,00	
Total	6	\$ 400,00	\$ 28.800,00	
Beneficios sociales				
Descripción		Salario	Valor mensual	Valor Total Anual
Décimo Cuarto		\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 2.400,00
Décimo Tercero		\$ 400,00	\$ 354,00	\$ 2.124,00
Fondo de Reserva (8,33%)		\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 199,92
Vacaciones		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 1.500,00
IESS por pagar (20,6%)		\$ 400,00	\$ 80,24	\$ 5.777,28
Total			\$ 750,89	\$ 12.001,20

Elaboración: Autores de tesis

Tabla 5.10. Costos Directos de Producción

Costos directos				
Descripción	Cant.	Unidad	Total mensual	Total anual
Semillas de maracuyá	15	\$ 13,00	\$ 195,00	\$ 2.340,00
Fertilizante	10	\$ 30,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Insecticidas de contacto	15	\$ 2,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Insecticidas fosforados	15	\$ 45,00	\$ 675,00	\$ 8.100,00
Insumos directos varios	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00
Combustible maquinaria	10	\$ 1.000,00	\$ 10.000,00	\$ 120.000,00
Total	66	\$ 6.090,00	\$16.200,00	\$ 194.400,00

Elaboración: Autores de tesis

Se requiere ampliar la mano de obra directa de la empresa con 6 auxiliares de producción, mismos que recibirán un sueldo neto de \$400. Por otra parte, como insumos indirectos se consideran los tambores donde será envasado el concentrado

de maracuyá, así como las fundas (dos por cada tambor) que sirven como material aislante para que el concentrado no tenga contacto con los tambores.

Tabla 5.11. Costos indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS				
Descripción	Cant.	Unidad	Total mensual	Total anual
Fundas de polietileno	200	\$ 0,40	\$ 80,00	\$ 960,00
Tambores para concentrado	100	\$ 230,00	\$ 23.000,00	\$ 276.000,00
Insumos indirectos varios	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00

Elaboración: Autores de tesis

A continuación se detalla los gastos de Exportación, mismos se van a multiplicar por 12.

Tabla 5.12. Gasto de Exportación

Gasto de Exportación		
Detalle	Duración días	Costo
Preparación de documentos	10	\$ 375,00
Autorización de Aduana y control técnico	3	\$ 200,00
Puertos y manejo terminal	2	\$ 360,00
transporte interior y manejo	4	\$ 600,00
Total	19	\$ 1.535,00
Costo anual		\$ 18.420,00

Elaboración: Autores de tesis

Una vez detallados todos los rubros de producción, se puede realizar el cálculo del capital de trabajo:

Tabla 5.13 Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Detalle	Total
MOD	\$ 40.801,20
Costos Indirectos	\$ 336.960,00
Costos Directos	\$ 194.400,00
Costos de Exportación	\$ 18.420,00
Total	\$ 590.581,20

Elaboración: Autores de tesis

Gastos de Publicidad:

Tabla 5.14 Publicidad

Gastos de Publicidad	
Detalle	Valor
Video	\$ 1.000,00
Participación Feria Internacional	\$ 2.000,00
Total	\$ 3.000,00

Elaboración: Autores de tesis

Total de inversión requerida:

Tabla 5.15 Inversión Total

Inversión requerida	Valor
Despulpadora	\$ 3.000,00
Centrifuga de eliminación y extracción de jugo	\$ 23.000,00
Vaporizador	\$ 12.450,00
Selladora de Bolsa	\$ 6.000,00
Cámara de frio	\$ 5.000,00
Intercambiador de calor	\$ 1.400,00
Recuperador de aroma	\$ 7.000,00
Camión HINO series 300	\$ 58.700,00
MOD	\$ 40.801,20
Costos Directos	\$ 194.400,00
Costos Indirectos	\$ 336.960,00
Gastos de Publicidad	\$ 3.000,00
Gastos de Exportación	\$ 18.420,00
Total	\$ 710.131,20

Elaboración: Autores de tesis

La empresa cuenta con recursos propios correspondiente al 35% del total de la inversión, el 65% mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 10%:

Tabla 5.16 Estructura de Financiamiento

Inversión Total	Financiado	% Participación	Propio	% Participación
\$ 710.131,20	\$ 461.585,28	65%	\$ 248.545,92	35%

Elaboración: Autores de tesis

Para reembolsar la deuda que se adquirió con la CFN, se tomara en cuenta la siguiente tabla de amortización:

Tabla 5.17 Amortización

Año	Deuda	Cuota	Interés	Amortización
0	\$ 461.585,28			
1	\$ 385.978,77	\$ 121.765,03	\$ 46.158,53	\$ 75.606,51
2	\$ 302.811,62	\$ 121.765,03	\$ 38.597,88	\$ 83.167,16
3	\$ 211.327,75	\$ 121.765,03	\$ 30.281,16	\$ 91.483,87
4	\$ 110.695,49	\$ 121.765,03	\$ 21.132,77	\$ 100.632,26
5	\$ -	\$ 121.765,03	\$ 11.069,55	\$ 110.695,49

Elaboración: Autores de tesis

5.3. Depreciaciones

Tabla 5.18. Depreciación de activo

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS									
DETALLE	VL. USD	VD. UT.	DEP. AN.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Eq. Operación	\$7.850,00	10	\$5.785,00	\$5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 28.925,00
Vehículo	\$58.700,00	5	\$ 11.740,00	\$11.740,00	\$ 11.740,00	\$ 11.740,00	\$ 11.740,00	\$ 11.740,00	\$ 58.700,00
TOTAL DE DEPRECIACIONES				\$ 17.525,00	\$ 28.925,00				
DEPRECIACION ACUMULADA				\$ 17.525,00	\$ 35.050,00	\$ 52.575,00	\$ 70.100,00	\$ 87.625,00	

Elaboración: Autores de tesis

5.5. Presupuesto de ventas

Para el presupuesto de ventas se ha considerado el precio de \$630,00 por cada tambor de concentrado de maracuyá, dando un total mensual de \$69.300,00. Por lo tanto, las ventas de concentrado de maracuyá ascenderían en el primer año a 831.600,00. Adicionalmente se ha considerado un incremento anual del 10% para realizar la proyección a 5 años.

Tabla 5.19. Presupuesto de Ventas

Presupuesto de ventas				
Producto	Cant. de tambores	Precio	Total mensual	Total anual
Concentrado de maracuyá	110	\$ 630,00	\$ 69.300,00	\$831.600,00
Total proyectado			\$ 69.300,00	\$ 831.600,00

Elaboración: Autores de tesis

Tabla 5.20 Proyección de Ventas

Proyección a 5 años					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concentrado de maracuyá	\$ 831.600,00	\$ 914.760,00	\$ 1.006.236,00	\$ 1.106.859,60	\$ 1.217.545,56
Total proyectado	\$ 831.600,00	\$ 914.760,00	\$ 1.006.236,00	\$ 1.106.859,60	\$ 1.217.545,56

Elaboración: Autores de tesis

5.6. Estado de Resultado

El estado de resultado de pérdidas y ganancias es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos realizados para obtener dichos ingresos, permitiendo establecer en qué medida los capitales invertidos existe una pérdida o ganancia.

Determinando la efectividad económica del proyecto al presentar los resultados que se obtendrán por las operaciones de la empresa en un periodo de 5 años.

El estado de resultado del proyecto es el siguiente:

Tabla 5.21 Estado de resultado Proyectado

Estado de Pérdidas y Ganancias					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 831.600,00	\$914.760,00	\$ 1.006.236,00	\$ 1.106.859,60	\$ 1.217.545,56
Costo de Producción	\$ 531.360,00	\$ 584.496,00	\$ 642.945,60	\$707.240,16	\$777.964,18
Utilidad bruta	\$ 300.240,00	\$ 330.264,00	\$ 363.290,40	\$399.619,44	\$439.581,38
Gastos Administrativos	\$ 40.801,20	\$ 40.801,20	\$40.801,20	\$ 40.801,20	\$40.801,20
Gastos de Exportación	\$ 18.420,00	\$18.420,00	\$18.420,00	\$18.420,00	\$18.420,00
Gastos de Publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$ 3.000,00
Gastos por depreciación	\$17.525,00	\$ 17.525,00	\$17.525,00	\$17.525,00	\$17.525,00
Utilidad operacional	\$ 220.493,80	\$ 250.517,80	\$283.544,20	\$319.873,24	\$359.835,18
Gastos Financieros	\$ 46.158,53	\$ 38.597,88	\$30.281,16	\$21.132,77	\$11.069,55
Utilidad/perdida Liquida	\$174.335,27	\$ 211.919,92	\$253.263,04	\$298.740,47	\$ 348.765,64
15%Trabajador	\$26.150,29	\$ 31.787,99	\$37.989,46	\$44.811,07	\$52.314,85
Utilidad antes de Impuestos	\$148.184,98	\$ 180.131,93	\$215.273,58	\$ 253.929,40	\$296.450,79
22% de Impuesto a la Renta	\$ 32.600,70	\$ 39.629,03	\$47.360,19	\$55.864,47	\$ 65.219,17
Utilidad Neta	\$115.584,29	\$ 140.502,91	\$167.913,39	\$ 198.064,93	\$231.231,62

Elaboración: Autores de tesis

Partiendo del Balance General año base, se procedió a realizar el estado de Sit. Financiera proyectada por el método porcentual de ventas en 10%

Tabla 5. 22 Balance General Proyectado

ACTIVOS	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVOS CORRIENTES	8.401.588,64	9.241.747,50	10.165.922,25	11.182.514,47	12.300.765,92
EFFECTIVO Y EQ. DE EFFECTIVO	274.958,15	302.453,96	332.699,36	365.969,29	402.566,22
ACTIVOS FINANCIEROS	1.644.023,22	1.808.425,54	1.989.268,09	2.188.194,90	2.407.014,39
INVENTARIOS	4.841.521,52	5.325.673,67	5.858.241,04	6.444.065,14	7.088.471,66
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	89.820,69	98.802,76	108.683,03	119.551,33	131.506,47
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	1.109.166,74	1.220.083,41	1.342.091,76	1.476.300,93	1.623.931,02
ACTIVOS CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA	442.098,33	486.308,16	534.938,98	588.432,87	647.276,16
ACTIVOS NO CORRIENTES	12.629.497,35	12.629.497,35	12.629.497,35	12.629.497,35	12.629.497,35
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	6.773.542,10	6.773.542,10	6.773.542,10	6.773.542,10	6.773.542,10
DEP. ACUM. PROP Y EQ.	(1.522.710,61)	(1.522.710,61)	(1.522.710,61)	(1.522.710,61)	(1.522.710,61)
ACTIVOS BIOLÓGICOS	2.551.456,90	2.551.456,90	2.551.456,90	2.551.456,90	2.551.456,90
DEP. ACUM. DE ACTIVOS BIOLÓGICOS	(371.666,11)	(371.666,11)	(371.666,11)	(371.666,11)	(371.666,11)
ACTIVOS INTANGIBLES	82.706,34	82.706,34	82.706,34	82.706,34	82.706,34
ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES	460.959,59	460.959,59	460.959,59	460.959,59	460.959,59
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	4.655.209,14	4.655.209,14	4.655.209,14	4.655.209,14	4.655.209,14
TOTAL DE ACTIVOS	21.031.085,99	21.871.244,85	22.795.419,60	23.812.011,82	24.930.263,27

PASIVOS					
PASIVOS CORRIENTES	5.424.207,47	6.246.444,04	6.953.759,04	7.731.805,53	8.587.656,69
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR LOCALES	2.225.341,60	2.848.840,54	3.337.544,15	3.875.118,10	4.466.449,47
OBLIGACIONES CON INST. FINANCIERAS	1.707.560,78	1.878.316,86	2.066.148,54	2.272.763,40	2.500.039,74
PROVISIONES LOCALES	406.995,99	406.995,99	406.995,99	406.995,99	406.995,99
PORCION CTE. VALORES EMITIDOS	505.000,01	505.000,01	505.000,01	505.000,01	505.000,01
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	579.309,09	607.290,64	638.070,35	671.928,03	709.171,48
PASIVO NO CORRIENTE	8.178.639,03	8.178.639,03	8.178.639,03	8.178.639,03	8.178.639,03
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	588.545,41	588.545,41	588.545,41	588.545,41	588.545,41
OBLIGACIONES CON INST. FINANCIERAS	341.818,18	341.818,18	341.818,18	341.818,18	341.818,18
PORCION NO CTE. DE VALORES EMITIDOS	3.613.333,34	3.613.333,34	3.613.333,34	3.613.333,34	3.613.333,34
ANTICIPO DE CLIENTES	2.596.716,91	2.596.716,91	2.596.716,91	2.596.716,91	2.596.716,91
PROVICIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	515.623,00	515.623,00	515.623,00	515.623,00	515.623,00
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES	522.602,19	522.602,19	522.602,19	522.602,19	522.602,19
TOTAL PASIVO	13.602.846,50	14.425.083,07	15.132.398,07	15.910.444,56	16.766.295,72
PATRIMONIO NETO	7.249.016,55	7.446.161,78	7.663.021,53	7.901.567,26	8.163.967,55
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	21.031.085,99	21.871.244,85	22.795.419,60	23.812.011,82	24.930.263,27

Elaboración: Autores de tesis

5.7. Flujo de Efectivo

Tabla 5.23. Flujo de efectivo

Estado de Flujo de Efectivo						
DETALLE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 831.600,00	\$ 914.760,00	\$ 1.006.236,00	\$ 1.106.859,60	\$ 1.217.545,56
Costo de Producción		\$ 531.360,00	\$ 584.496,00	\$ 642.945,60	\$ 707.240,16	\$ 777.964,18
Utilidad bruta		\$ 300.240,00	\$ 330.264,00	\$ 363.290,40	\$ 399.619,44	\$ 439.581,38
Gastos Administrativos		\$ 40.801,20	\$ 40.801,20	\$ 40.801,20	\$ 40.801,20	\$ 40.801,20
Gastos de Exportación		\$ 18.420,00	\$ 18.420,00	\$ 18.420,00	\$ 18.420,00	\$ 18.420,00
Gastos de Publicidad		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Gastos por depreciación		\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00
Utilidad operacional		\$ 220.493,80	\$ 250.517,80	\$ 283.544,20	\$ 319.873,24	\$ 359.835,18
Gastos Financieros		\$ 46.158,53	\$ 38.597,88	\$ 30.281,16	\$ 21.132,77	\$ 11.069,55
Utilidad/perdida Liquida		\$ 174.335,27	\$ 211.919,92	\$ 253.263,04	\$ 298.740,47	\$ 348.765,64
15%Trabajador		\$ 26.150,29	\$ 31.787,99	\$ 37.989,46	\$ 44.811,07	\$ 52.314,85
Utilidad antes de Impuestos		\$ 148.184,98	\$ 180.131,93	\$ 215.273,58	\$ 253.929,40	\$ 296.450,79
22% de Impuesto a la Renta		\$ 32.600,70	\$ 39.629,03	\$ 47.360,19	\$ 55.864,47	\$ 65.219,17
Utilidad Neta		\$ 115.584,29	\$ 140.502,91	\$ 167.913,39	\$ 198.064,93	\$ 231.231,62
Depreciación		\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00	\$ 17.525,00
Inversión inicial	\$ (710.131,20)					
Préstamo	\$ 461.585,28					
Amortización		\$ 75.606,51	\$ 83.167,16	\$ 91.483,87	\$ 100.632,26	\$ 110.695,49
FLUJO NETO	\$ (248.545,92)	\$ 57.502,78	\$ 74.860,75	\$ 93.954,52	\$ 114.957,67	\$ 138.061,13

Elaboración: Autores de tesis

Para el cálculo de la Tasa de descuento del proyecto, se calculó por el método de CAPM: $R_i = R_f + B (R_m - R_f) + R_p$ donde las variables son:

- ✓ Riesgo país (rp)
- ✓ Prima Histórica de Riesgo (RM-RF)
- ✓ Tasa libre de riesgo (RF)

Se suma la el riesgo país por motivo de la inversión a realizar de un producto que será exportado.

La tasa de riesgo país se obtuvo con referencia al Banco Central al 30-jun-2015

- ✓ Rp: 824 pts. básicos

La tasa libre de riesgo, se tomó como referencia a los bonos del tesoro que paga el gobierno

- ✓ Rf: 10,50%

Se consideró el beta de la empresa NESTLE en el mercado de Perú

- ✓ $\beta = 0,76$

El rendimiento del mercado de productos no tradicionales es del 15% fuente Proecuador en el año 2014

- ✓ Rm: 15%

Método CAPM:

$$RI: 0,105 + 1(0,15 - 0,105) + 0,0824$$

RI: 22.16%, tasa de descuento del proyecto

Tabla 5. 24 Calculo del Wacc

DETALLE	Valor	Tasa de interés	Participación (%)	WACC
Préstamo al banco D	\$ 461.585,28	10,00%	65,00%	5,07%
Capital aportado por socios E	\$ 248.545,92	22,16%	35,00%	7,76%
Total	\$ 710.131,20		100,00%	12,83%

Elaboración: Autores de tesis

La tasa de interés de los accionistas se tomó en cuenta la Tmar del proyecto antes calculado. El WACC se calculó con la siguiente formula: $(0.10) * (0.65) * (1 - 0.22) + 0.2216 * 0.35 = 12.83\%$

5.8. Análisis de TIR y VAN

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), es de 12.83%. Esta cifra indica el rendimiento mínimo que esperan los socios acerca de la inversión realizada.

Tabla 5. 25 TMAR, TIR, VAN

TMAR	12,83%
VAN	\$ 73.100,10
TIR	22,58%

Elaboración: Autores de tesis

Dónde: TMAR= 12.83% (WACC), el VAN se obtuvo de la siguiente manera: $-248.545,92 + 57.502,78 + 74.860,75 + 93.954,52 + 114.957,67 + 138.061,13$; con una tasa de interés de 12.83%, la TIR, $0 = -248.545,92 + 57.502,78 + 74.860,75 + 93.954,52 + 114.957,67 + 138.061,13$; TIR= 22.58%

La Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanzó un 22,58%. Es evidente que ese valor es mayor a la TMAR (12.83%), al valor que los socios y el banco esperan obtener de la inversión realizada, lo cual comprueba la rentabilidad del proyecto.

5.9 Periodo de recuperación de la inversión

Constituye el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial mediante las utilidades obtenidas del proyecto

Tabla 5.26. Periodo de recuperación

Para saber en cuanto tiempo recuperamos la inversión utilizamos el método del PRI						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO	\$(248.545,92)	\$ 57.502,78	\$ 74.860,75	\$ 93.954,52	\$114.957,67	\$138.061,13
FLUJO NETO DESCONTADO	\$(248.545,92)	\$ 50.965,89	\$ 58.807,92	\$ 65.416,92	\$ 70.941,63	\$ 75.513,65
		\$(197.580,03)	\$(138.772,11)	\$(73.355,19)	\$(2.413,55)	\$73.100,10

Elaboración: Autores de tesis

La empresa requiere un promedio de 5 años para recuperar la inversión; lo cual implica condiciones favorables para la viabilidad del proyecto.

Conclusiones

- Se llegó a la conclusión que los elementos utilizados en esta investigación generaron resultado positivo y rentable, teniendo menor riesgo logístico, debido a que el concentrado de maracuyá no se daña durante el almacenamiento y transporte, se lo puede conservar en estado fresco, mediante el sistema de refrigeración, conservándose por varios intervalos de tiempo.
- También se pudo concluir que el Ecuador cuenta con la capacidad de producción de maracuyá durante todo el año, a diferencia de otros países que solo lo pueden cultivar por ciertas temporadas, por esta razón, se podrá cubrir la demanda del concentrado de maracuyá, que es utilizado para la elaboración de jugos, mermeladas, entre otros.
- Al realizar el estudio financiero se demostró cuáles serían los beneficios económicos mediante el cálculo de la TIR de un 22.58% que constituye la rentabilidad que tendría el proyecto calculado para 5 años.
- Se cuenta con las condiciones necesarias para la exportación del concentrado de maracuyá hacia el mercado de Perú, Lima.
- El mercado de Perú son uno de los muchos mercados potenciales para este producto.
- El clima tropical cuenta con las condiciones necesarias para la producción de la fruta, ya que la planta se adapta a cualquier tipo de suelo.
- Este producto no tradicional tiene un aporte importante en el cambio de la matriz productiva, se lo puede exportar también como subproducto ya sea en barras energizantes combinándolo con otro producto.

Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, aprovechar los desechos de la fruta, para utilizarlos como abono o alimentos balanceados.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, contratar un intermediario que conozca el mercado peruano, para asegurar las ventas del concentrado de maracuyá ecuatoriano.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, analizar a los puntos de ventas y a los comerciantes en la estimulación del consumo de este producto.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, aprovechar la ventaja que tiene el Ecuador de producir la fruta durante todo el año, para cubrir la demanda que existe en Perú.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, exportar el fruto no solo como concentrado de maracuyá sino también como subproductos.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, desarrollar este proyecto, ya que Perú es un mercado nuevo.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, explotar las oportunidades que se identificaron en esta investigación.
- Se recomienda a la empresa Exofrut S.A, tener en cuenta las normas y características que se exigen en el mercado estudiado.

Bibliografía

- América Economía. (2014). *Exportación de maracuyá peruano registra récord en primer cuatrimestre del año*. Obtenido de Negocios & Industrias:
<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/exportacion-de-maracuya-peruano-registra-record-en-primer-cuatrimestre-del-ano>
- América Economía. (2014;s/p). *Exportación de maracuyá peruano registra récord en primer cuatrimestre del año*. Obtenido de Negocios & Industrias:
<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/exportacion-de-maracuya-peruano-registra-record-en-primer-cuatrimestre-del-ano>
- América Economía. (2014;S/P). *Exportación de maracuyá peruano registra récord en primer cuatrimestre del año*. Obtenido de Negocios & Industrias:
<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/exportacion-de-maracuya-peruano-registra-record-en-primer-cuatrimestre-del-ano>
- Biblioteca Virtual FUNDESYRAM. (21 de Agosto de 2013). *Tecnología: Tipos de espaldera utilizadas en el cultivo de maracuyá*. Obtenido de
<http://www.fundesyram.info/biblioteca/displayFicha.php?fichaID=3463>
- Blog Buena Salud. (2010). *Maracuyá: Beneficios de la pulpa, semillas, cáscara y hojas de la fruta*. Obtenido de <http://www.buenasalud.net/2013/09/30/maracuya-beneficios-de-la-pulpa-semillas-cascara-y-hojas-de-la-fruta.html#>
- Blog Buena Salud. (2010; s/p). *Maracuyá: Beneficios de la pulpa, semillas, cáscara y hojas de la fruta*. Obtenido de <http://www.buenasalud.net/2013/09/30/maracuya-beneficios-de-la-pulpa-semillas-cascara-y-hojas-de-la-fruta.html#>
- Blog Buena Salud. (2010;s/p). *Maracuyá: Beneficios de la pulpa, semillas, cáscara y hojas de la fruta*. Obtenido de <http://www.buenasalud.net/2013/09/30/maracuya-beneficios-de-la-pulpa-semillas-cascara-y-hojas-de-la-fruta.html#>
- Blog Buena Salud. (2010;S/P). *Maracuyá: Beneficios de la pulpa, semillas, cáscara y hojas de la fruta*. Obtenido de <http://www.buenasalud.net/2013/09/30/maracuya-beneficios-de-la-pulpa-semillas-cascara-y-hojas-de-la-fruta.html#>
- Botanical Online. (2013). *El cultivo de maracuyá*. Obtenido de <http://www.botanical-online.com/maracuya.htm>
- Botanical Online. (2013; s/p). *El cultivo de maracuyá*. Obtenido de <http://www.botanical-online.com/maracuya.htm>
- Botanical Online. (2013;S/P). *El cultivo de maracuyá*. Obtenido de <http://www.botanical-online.com/maracuya.htm>

- Camargo, G., Pico, J., & López, V. (2010). *Valor Nutricional de la Maracuyá*. Obtenido de http://lamaracuya.blogspot.com/2010/11/valor-nutricional-del-maracuya_6157.html
- Chehab, C. (29 de Septiembre de 2014). Subsecretaria de Comercialización del MAGAP. (E. Telégrafo, Entrevistador)
- Chehab, C. (29 de Septiembre de 2014; s/p). Subsecretaria de Comercialización del MAGAP. (E. Telégrafo, Entrevistador)
- Chehab, C. (29 de Septiembre de 2014;S/P). Subsecretaria de Comercialización del MAGAP. (E. Telégrafo, Entrevistador)
- Diario El Telégrafo. (2014). *Ecuador es el primer exportador de pulpa de maracuyá del mundo*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-es-el-primer-exportador-de-pulpa-de-maracuya-del-mundo.html>
- Diario El Telégrafo. (2014; s/p). *Ecuador es el primer exportador de pulpa de maracuyá del mundo*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-es-el-primer-exportador-de-pulpa-de-maracuya-del-mundo.html>
- Diario El Telégrafo. (2014;S/P). *Ecuador es el primer exportador de pulpa de maracuyá del mundo*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-es-el-primer-exportador-de-pulpa-de-maracuya-del-mundo.html>
- Diario El Universo. (29 de Marzo de 2014; s/p). *Diario el Universo* . Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/29/nota/2507471/maracuya-criolla-reina-afuera-pese-altibajos>
- Diario Hoy. (2010). *Maracuyá y su fuerza exportadora*. Obtenido de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/maracuya-pierde-su-fuerza-exportadora-382570.html>
- EXOFRUT. (2014). *La empresa*. Obtenido de <http://www.exofrut.com/espanol/historia.htm>
- EXOFRUT. (2014;s/p). *La empresa*. Obtenido de <http://www.exofrut.com/espanol/historia.htm>
- Facultad de Química Farmacéutica de la Universidad de Antioquía. (2013). *Producción y Comercialización de Maracuyá*. Obtenido de Composición Química: <http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/maracuya.html>
- Fundación Eroski. (2013). *Maracuyá. Propiedades, Origen y Variedades*. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/maracuya/>
- Fundación Eroski. (2013). *Maracuyá. Propiedades, Origen y Variedades*. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/maracuya/>
- Fundación Eroski. (2013; s/p). *Maracuyá. Propiedades, Origen y Variedades*. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/maracuya/>

- Fundación Eroski. (2013; S/P). *Maracuyá. Propiedades, Origen y Variedades*. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/maracuya/>
- Historia de Lima Peru. (2014; s/p). *Peru Lima*. Obtenido de <http://www.enperu.org/historia-capital-de-lima-fundacion-como-surgio-porque-del-nombre-lima.html>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Febrero de 2015). *Evolución de las Exportaciones e Importaciones*. Obtenido de Informe Técnico: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/evolucion-de-las-exportaciones-e-importaciones-diciembre-2014.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú. (Diciembre de 2014). *Boletín Estadístico: Indicadores Económicos y Sociales*. Obtenido de Edición Nº 12: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-no12-2014.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú. (Diciembre de 2014;s/p). *Boletín Estadístico: Indicadores Económicos y Sociales*. Obtenido de Edición Nº 12: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-no12-2014.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú. (Diciembre de 2014;S/P). *Boletín Estadístico: Indicadores Económicos y Sociales*. Obtenido de Edición Nº 12: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-no12-2014.pdf>
- JESÚS FERRER. (2010;s/p). *Conceptos basicos de la metodologia de investigacion*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Juan Carlos Martinez Coll. (2014;s/p). *Contribuciones a las ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/23/investigacion-evaluativa-politicas-publicas-mexico.html>
- Ministerio de Salud del Ecuador. (2014). *Registro Oficial Nº 260. Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados*.
- Ministerio de Salud del Ecuador. (2014). *Registro Oficial Nº 260. Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados*.
- Ministerio de Salud del Ecuador. (2014;S/P). *Registro Oficial Nº 260. Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados*.
- Multi Container. (2012). *Contenedor marítimo standard*. Obtenido de <http://www.multicontainer.com/standard-preguntas.php>
- PRO ECUADOR. (2012;s/p). *Guía Logística Internacional*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/PROEC_GL2012_INTL.pdf
- PROECUADOR. (2012). *Analisis Sectorial de frutas no tradicionales*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf

- PROEcuador. (2013). *Guía Comercial de Perú*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf
- PROEcuador. (2013). *Guía Comercial de Perú*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf
- PROEcuador. (Octubre de 2013). *Guía del Exportador*. <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>.
- PROEcuador. (2013;S/P). *Guía Comercial de Perú*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf
- PROEcuador. (Octubre de 2013;s/p). *Guía del Exportador*. <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>.
- PROEcuador. (2014 s/p). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Quicornac S.A. (s.f). Obtenido de <http://www.quicornac.com/timeline.html>
- S.A., E. (s/p). *Exofrut S.A*. Obtenido de <http://www.exofrut.com/quienes-somos.php>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza Ecuador - Perú*. Obtenido de <http://www.planbinacional.gob.ec/ambitos-de-intervencion/programa-de-promocion-de-la-inversion-privada-gbpip/informacion-de-interes/balanza-comercial-ecuador-peru.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (Diciembre de 2015). *Informe Técnico*.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (Diciembre de 2015;s/p). *Informe Técnico*.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (Diciembre de 2015;S/P). *Informe Técnico*.
- Universo, D. E. (29 de 03 de 2014; s/p). *Maracuyá criolla reina afuera pese a altibajos*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/29/nota/2507471/maracuya-criolla-reina-afuera-pese-altibajos>
- Vivir, P. N. (2013). *Objetivos del Plan Nacional para el Buen vivir*.
- Wright, C. (15 de Septiembre de 2008). *Comercio Exterior: Tipos de Transporte*. Obtenido de <http://cristianwright.blogspot.com/2008/09/tipos-de-transporte.html>

Wright, C. (15 de Septiembre de 2008; s/p). *Comercio Exterior: Tipos de Transporte*.

Obtenido de <http://cristianwright.blogspot.com/2008/09/tipos-de-transporte.html>

Anexos

Anexo 1. Certificación ISO 9001 Exofrut



BUREAU VERITAS
Certification

Certification
Awarded to

EXOFRUT S.A.

HEAD OFFICE: KM 10 1/2, VÍA A LA COSTA - GUAYAQUIL
ECUADOR

Bureau Veritas Certification certify that the Management System of the above organization has been audited and found to be in accordance with the requirements of the management system standard detailed below.

Standard

ISO 9001:2008

Scope of certification

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGOS Y CONCENTRADOS CONGELADOS DE MARACUYÁ, PURÉS Y CONCENTRADOS DE MANGO Y GUAYABA

PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF JUICES AND FROZEN PASSION FRUIT CONCENTRATED, PUREE AND CONCENTRATED OF MANGO AND GUAVA

Certification cycle start date: 10th Mar 2014

Subject to the continued satisfactory operation of the organization's Management System, this certificate expires on: 9th Mar 2017

Certificate No. EC228067 Issue date: 10th Mar 2014



Katalina Correa A.

Katalina Correa A.
Systems Certification Services Manager

Local Office: Bureau Veritas Ecuador S.A., Av. Chacabambita ES-95 y Suiza, Edificio Evolve Plus,
Piso 8, Of. 802, Guayaquil-Ecuador

Further clarifications regarding the scope of this certificate and the applicability of the management system requirements may be obtained by consulting the organization. To check this certificate validity please call (593 - 2 227 3196)



Page 1 of 1

Anexo 2. Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 10: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

1. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.
2. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.
3. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.
4. Fortalecer y desarrollar la industria de astilleros, como generadora de encadenamientos productivos para el desarrollo de actividades industriales conexas.
5. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permitirá una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.
6. Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.
7. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

Políticas y lineamientos.

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

- a) Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la

matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

- b) Articular la gestión de los sectores estratégicos a la estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.
- c) Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.
- d) Fortalecer y desarrollar la industria de astilleros, como generadora de encadenamientos productivos para el desarrollo de actividades industriales conexas.
- e) Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permitirá una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.
- f) Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.
- g) Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

Anexo 3. Primera entrevista

Nombre: Alan Pezo, Gerente comercial del Grupo Excelencia.

1 ¿Cuál de los Incoterms son los más utilizados para hacer negociaciones con Perú? Y ¿Por qué?

Todo depende del modo de transporte que se va a utilizar ya sea terrestre, marítimo o el tipo de mercancías, los más utilizados son el Fob o Exw, en este caso conviene utilizar el transporte terrestre porque nos encontramos cerca, además se podría utilizar el Incoterm EXW (En fábrica).

2 ¿Cuáles son los medios de transportes más convenientes para las exportaciones de Perú?

Transporte Terrestre o Marítimo

3 ¿Cuál es el comportamiento de jugos de concentrado de frutas no tradicionales en Perú?

No es muy alto debido a que la población peruana está muy acostumbrada a los jugos naturales, y bebidas naturales que a su vez resultan más económicas que las bebidas industrializadas.

4 ¿Qué tan cotizado es la maracuyá en Perú?

Muy bien cotizada, ya que después de la chicha morada y leche de soya, bebida nacional en Perú, la cremolada de maracuyá es tan bien una de las opciones más frecuentadas.

5 ¿Qué tanto afecta en las exportaciones las negociaciones entre Ecuador y Perú?

Perú siempre está abierto a negociaciones por lo que tenemos entendido, ya que es un mercado creciente, la capital Lima, cuenta con alrededor de 9 millones de personas entre peruanos y extranjeros por lo cual las negociaciones son de vital importancia para ellos, ya que incluso el mismo producto peruano representa una buena competencia, las exportaciones de Ecuador hacia Perú, como ciudadanos, no las tenemos muy en cuenta, ya que no se sienten mucho. Perú se está convirtiendo en un

país independiente, y en un importador solido que no detiene sus actividades por falta de un vendedor. Sin embargo Ecuador parece ser un mercado más cerrado, un poco más conservador desde nuestro punto de vista.

6 ¿Estaría usted dispuesto a adquirir nuestro producto?

Depende del precio, porque debe ser accesible a la demanda de los compradores para poder generar las ganancias correspondientes.

7¿Qué tan exigente es el comprador peruano?

El comprador peruano no es muy exigente ya que se enfoca más en que se puede hacer con el producto, más no en el producto en sí, por eso nuestro ámbito culinario está a la vanguardia.

8¿Cuántos días demora una exportación a Perú?

Entre 4 a 6 días

Anexo 4.Segunda Entrevista

Nombre: Cecilia Rodríguez, Gerente de Supply Chain

1 ¿Cuál de los Incoterms son los más utilizados para hacer negociaciones con Perú? Y ¿Por qué?

Eso va a depender del tipo de mercancía, de acuerdo con eso se procede a escoger el Incoterms más conveniente para ambas partes.

2 ¿Cuáles son los medios de transportes más convenientes para las exportaciones de Perú?

Depende del lugar, pero lo más usual es transporte marítimo o terrestre.

3 ¿Cuál es el comportamiento de jugos de concentrado de frutas no tradicionales en Perú?

Es regular porque los jugos suelen ser un poco caros y los peruanos están acostumbrados a bebidas naturales.

4 ¿Qué tan cotizado es la maracuyá en Perú?

La maracuyá es muy apetecida no solo para hacer las cremoladas, yogures, o usar su pepa para hacer licor domestico sino que también se puede hacer jabón, tintas y barniz a través del aceite que se extrae de sus semillas.

5 ¿Qué tanto afecta en las exportaciones las negociaciones entre Ecuador y Perú?

Perú es un país que está abierto a negociaciones, más con esta fruta que es apetecida por su fuente alimenticia que tiene, además se puede hacer subproductos.

6 ¿Estaría usted dispuesto a adquirir nuestro producto?

Depende del precio por ser un producto industrializado.

7¿Qué tan exigente es el comprador peruano?

El comprador peruano no es muy exigente, porque él se fija en que se puede hacer con el producto.

8¿Cuántos días demora una exportación a Perú?

De 3 a 5 días

Anexo 5.Tercera entrevista

Nombre: Shigemi Sano, Gerente General de Mayekawa Perú S.A.C

1¿Cuál de los Incoterms son los más utilizados para hacer negociaciones con Perú? Y ¿Por qué?

Todo eso depende del lugar o tipo de mercancía, por ser un país vecino sugiero utilizar el Incoterms EXW.

2¿Cuáles son los medios de transportes más convenientes para las exportaciones de Perú?

Como ya dije en la pregunta anterior depende del lugar, pero en este caso conviene el transporte terrestre por ejemplo un camión que tenga la capacidad de transportar los tambores de concentrado.

3¿Cuál es el comportamiento de jugos de concentrado de frutas no tradicionales en Perú?

Su comportamiento es normal por ser un producto procesado.

4 ¿Qué tan cotizado es la maracuyá en Perú?

Esta fruta en Perú es muy apetecida por su valor nutricional, los peruanos les gusta tomar jugos naturales de esa fruta.

5¿Qué tanto afecta en las exportaciones las negociaciones entre Ecuador y Perú?

Bueno, Perú es un país muy abierto a negociaciones, en estos momentos es un mercado creciente y para los peruanos es muy importante cada negociación que exista.

6 ¿Estaría usted dispuesto a adquirir nuestro producto?

Como ya lo dije anteriormente por ser un producto procesado depende del precio.

7¿Qué tan exigente es el comprador peruano?

La ventaja del comprador peruano es que no es muy exigente porque siempre mira lo que se puede hacer con el producto.

8¿Cuántos días demora una exportación a Perú?

De 3 a 6 días