



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE BRÓCOLI DE LA CORPORACIÓN HUERTOS
GATAZO ZAMBRANO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EUROPA
- BÉLGICA DURANTE EL PERÍODO 2013.**

AUTOR:

Jenny Fernanda Herrera Berrones

RIOBAMBA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “Plan de exportación de brócoli de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la provincia de Chimborazo hacia Europa - Bélgica durante el período 2013”previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Srta. JENNY FERNANDA HERRERA BERRONES, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández Ing. Mg. Gustavo Javier Aguilar Miranda
DIRECTOR DE TESIS MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, JENNY FERNANDA HERRERA BERRONES, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Jenny Fernanda Herrera Berrones

AGRADECIMIENTO

A Dios, por concederme la vida, por darme convicción y templanza para así no desistir en los momentos de zozobra, y por haber enviado al ser más maravilloso, mi madre. Silvana B.

A mi madre, que ha sido el apoyo y el ejemplo de entereza, por su gran amor demostrado en paciencia diaria y por todos sus consejos que han permitido guiarme felizmente en el camino de la vida.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por ser el fundador de mis conocimientos profesionales.

A mis tutores de tesis, que con paciencia y dedicación han contribuido para el cumplimiento de este propósito.

A mis amigos y amigas con los cuales compartí momentos agradables.

A mi familia, por haber puesto fe en mí.

Los quiero y amo inmensamente.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la fortaleza para prevalecer recorriendo el duro camino de la vida.

A mi madre, por demostrarme amor, dedicación, confianza y apoyo incondicional, siendo siempre el soporte de mi existencia y enseñándome que todo sacrificio tiene su recompensa.

Jenny H.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
Portada.....	I
Certificación del tribunal.....	II
Certificado de responsabilidad.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice de Contenidos.....	VI
Índice de Cuadros.....	XIV
Índice de Gráficos.....	XV
Índice de Imágenes.....	XVI
Índice de Anexos.....	XVI
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. El problema.....	2
1.1. Antecedentes del problema.....	2
1.1.1 Formulación del problema de investigación.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3

1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.1.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Justificación de la investigación	5
1.4 Hipótesis o idea a defender.....	6
1.4.1 General	6
1.4.1.1 Específicas.....	7
1.5 Variables.....	7
1.5.1 Variable dependiente	7
1.5.2 Variable independiente.....	7
CAPÍTULO II.....	8
2. Marco Referencial	8
2.1. Marco Conceptual	8
2.1.1. Término FOB.....	8
2.1.2. Certificado de Validación.....	8
2.1.3. Certificado de Inspección	8
2.1.4. Inflación.....	8
2.1.5. Gastos de Exportación.....	9

2.1.6. Aranceles	9
2.1.7. Certificado Fitosanitario	9
2.2. Marco Teórico	9
2.2.1. Exportación.....	9
2.2.2. Logística	10
2.2.3. Balanza Comercial.....	10
2.2.4. Tratados internacionales	11
2.2.5. Incoterms	12
2.2.6. Investigación de Mercado.....	16
2.2.7. Generalidades de la empresa	16
2.2.7.1. Reseña histórica de la Corporación “Huertos Gatazo Zambrano”	16
2.2.7.1.1. Base Legal	18
2.2.7.1.2. Estrato de la escritura pública	19
2.2.7.2. Misión.....	19
2.2.7.3. Visión	19
2.2.7.4. Objetivos, valores y principios corporativos	20
2.2.7.5. Estructura Organizacional	21
2.2.7.6. Principales clientes	23

2.2.7.7. Principales proveedores	24
2.2.8. Generalidades del brócoli	25
2.2.8.1. Identificación botánica del brócoli	26
2.2.8.2. Morfología de la planta	27
2.2.8.3. Variedades de brócoli	27
2.2.8.4. Características de brócoli legacy	28
2.2.8.5. Etapas de cultivo, cosecha y pos cosecha.....	29
2.2.8.5.1. Cultivo de brócoli	29
2.2.8.5.2. Cosecha de brócoli	31
2.2.8.5.3. Pos cosecha de brócoli.....	32
2.2.8.6. Valor nutritivo	32
2.2.8.7. Usos y beneficios.....	34
2.2.8.7.1. Usos del brócoli.....	34
2.2.8.7.2. Beneficios medicinales del brócoli.....	35
2.2.9. Generalidades del Mercado	37
2.2.9.1 Análisis del entorno global.....	37
2.2.9.1.1. Producción mundial de brócoli.....	37
2.2.9.1.2. Principales productores de brócoli en el mundo.....	38

2.2.9.1.3. Exportación mundial de brócoli	38
2.2.9.2. Análisis del entorno nacional	39
2.2.9.2.1. Producción nacional de brócoli	39
2.2.9.2.2. Exportación nacional de brócoli	41
2.2.9.2.3. Principales destinos de exportación de brócoli ecuatoriano	41
2.2.9.2.4. Principales países demandantes de brócoli ecuatoriano	42
2.2.9.3. Mercado actual Ecuador- Europa (Bélgica)	44
2.2.9.4. Mercado Objetivo	49
2.2.9.5. Análisis de la demanda	52
2.2.9.6. Análisis de la oferta	54
2.2.9.7. Determinación de la demanda insatisfecha	55
2.2.9.8. Acuerdos Comerciales Ecuador-Europa (Bélgica)	56
2.2.9.9. Comercio Bilateral	60
2.2.9.10. Preferencias Arancelarias	61
2.2.9.11. Barreras No Arancelarias	62
CAPÍTULO III	64
3. Marco Metodológico	64
3.1.Modalidad de la investigación	64

3.2. Tipos de investigación.....	64
3.3. Población y muestra	65
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	65
3.5. Resultados.....	66
3.5.1. Resultado de las encuestas.....	66
3.5.1.1. Tabulación y análisis de datos	66
3.5.2. Resultado de las entrevistas.....	75
3.5.3. Resultado de los documentos	75
3.6. Verificación de hipótesis o idea a defender.....	75
CAPÍTULO IV	77
4. Marco Propositivo	77
4.1. Título	77
4.2. Contenido de la propuesta	77
4.2.1. Introducción.....	77
4.2.3. Logística de exportación.....	78
4.2.3.1. Exportación a consumo	79
4.2.4. Proceso de exportación.....	80
4.2.4.1. Exigencias en aduanas para exportar.....	80

4.2.4.2.Trámites de exportación (Ecuapass).....	81
4.2.4.3. Estrategias para negociar con el mercado meta.....	83
4.2.4.4. Clasificación Arancelaria	85
4.2.4.5. Término sugerido FOB (Free on Board)	85
4.2.4.6. Forma de pago	86
4.2.4.7.Empaque, embalaje y etiquetado	88
4.2.4.8. Contratación del seguro	92
4.2.4.9. Contratación del transporte.....	93
4.2.4.10. Costos aproximados del contenedor de 20” para la exportación (FOB)	93
4.2.5. Estudio de viabilidad financiera	94
4.2.5.1. Criterios de proyección.....	94
4.2.5.2.Inversiones.....	98
4.2.5.3. Costos y gastos	99
4.2.5.4. Presupuesto de gastos	101
4.2.5.5. Depreciaciones y amortizaciones	102
4.2.5.6. Ingresos.....	103
4.2.5.7. Proyección de costos totales	104
4.2.5.8. Estados generales proforma.....	105

4.2.5.9. Estado de resultados proforma	106
4.2.5.10. Flujo de fondos proyectado	107
4.2.6. Evaluación Financiera	108
4.2.6.1. Período de recuperación de la inversión (PRI).....	111
4.2.6.2. Punto de equilibrio	112
4.2.6.3. Análisis de sensibilidad	114
Conclusiones.....	117
Recomendaciones	118
Resumen	119
Summary.....	120
Bibliografía.....	121
Lincografía	122
Anexos.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE CUADROS

N^o.	TÍTULO	PÁG.
1	Incoterms	12
2	Identificación botánica del brócoli	26
3	Requerimientos óptimos para la producción de brócoli	30
4	Condiciones meteorológicas de Gatazo Zambrano	30
5	Valor nutritivo	33
6	Rendimiento histórico 2000-2010	40
7	Productos que exporta Ecuador a Bélgica	47
8	Partida arancelaria del brócoli	85
9	Costos FOB	93
10	Supuestos	94
11	Tasas de inflación anual	95
12	Ecuador, porcentajes de incremento de sueldos por años	96
13	Prima de seguros, por aseguradora	97
14	Total inversiones	98
15	Presupuesto materia prima	99
16	Presupuesto mano de obra directa	100
17	Presupuesto materiales indirectos	100
18	Presupuesto costos generales de fabricación	100
19	Presupuesto gastos administrativos	101
20	Presupuesto gastos de exportación directos	101
21	Presupuesto gastos de exportación indirectos	102
22	Depreciación activos fijos	102
23	Amortización activos diferidos	103
24	Proyección de ingresos	103
25	Proyección de costos totales	104
26	Balance general – activo	105
27	Balance general – pasivo	106
28	Estado de resultados	106
29	Flujo de fondos proyectado	107

30	Cálculo del van con y sin crédito	108
31	Cálculo de la TIR con y sin crédito	109
32	Sensibilidad de la TIR	109
33	Cálculo de la RB/C con y sin crédito	110
34	Cálculo de la PRI con crédito	111
35	Datos cálculo punto de equilibrio	112
36	Sensibilización del punto de equilibrio	113
37	Análisis de sensibilidad (Situación Actual)	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N ^o .	TÍTULO	PÁG.
1	Producción mundial de brócoli	37
2	Producción nacional de brócoli	39
3	Exportaciones hacia los principales destinos	42
4	Principales demandantes de brócoli ecuatoriano	43
5	Evolución del comercio de Europa-Ecuador	44
6	Importaciones-exportaciones	45
7	Principales productos de exportación hacia Europa	46
8	Tasa de crecimiento del PIB, contribuciones de los componentes de la demanda	52
9	Evolución importaciones Bélgica-Ecuador,	61
10	Régimen Comercial	62
11	Género	66
12	Edad	67
13	Pregunta 2	68
14	Pregunta 3	69
15	Pregunta 4	69
16	Pregunta 5	70
17	Pregunta 6	71
18	Pregunta 7	72

19	Pregunta 8	73
20	Pregunta 9	73
21	Pregunta 10	74
22	VAN y TIR del proyecto	110
23	Punto de equilibrio	114

ÍNDICE DE IMÁGENES

N ^o .	TÍTULO	PÁG.
1	Ubicación de Huertos Gatazo Zambrano	3
2	Estructura organizacional de HGZ	21
3	Brócoli	25
4	Bélgica	49
5	Empaque	89
6	Embalaje en cajas	90
7	Logotipo del producto.	92

ÍNDICE DE ANEXOS

N ^o .	TÍTULO	PÁG.
1	Encuesta	124
2	Certificado GLOBAL GAP	126

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo consiste en la realización de un Plan de exportación de brócoli de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la Provincia de Chimborazo hacia Europa-Bélgica durante el periodo 2013.

Pese a que el mercado mundial evoluciona inquebrantable, lo que obliga a sus gestores a buscar nuevas alternativas es permanecer en él. Es así que mucho del mercado internacional se ha encaminado a la provisión de productos con calidad exportable. No obstante, debido a los cambios físicos que el planeta ha sufrido y que tienen una incidencia directa en la salud de la humanidad, la tendencia de muchos países se ha volcado a la adquisición de alimentos que contribuyan a llevar vidas sanas, convirtiéndose entonces los productos agrícolas sin aditivos en uno de los grupos más demandados.

Además, muchos países no cuentan con las características físicas en su suelo y clima para propiciar la producción de estos alimentos por sí mismo, lo que ha producido un gran incremento en las importaciones por este concepto. Esta realidad crea una oportunidad significativa para nuestro país, ya que es privilegiado al poseer características climáticas y geográficas que le permiten producir una gran variedad de productos agrícolas, tanto tradicionales como no tradicionales, entre ellos el brócoli.

Por otra parte, aunque el Ecuador se ha consolidado como uno de los principales productores y exportadores de brócoli aún no cuenta con la capacidad comercial propicia esto por la falta de conocimiento en cuanto a nuevos mercados que estarían interesados en adquirir productos agrícolas de excelencia.

Por eso, resulta adecuado aprovechar estas dos variables y elaborar proyectos que contribuyan a la promoción de las exportaciones ecuatorianas. De ahí la idea de analizar la viabilidad y rentabilidad de exportar brócoli a Bélgica, tal como propone el tema de la presente investigación.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Dentro del medio exportador productivo agrícola en el mundo se puede ver graves problemas existentes muy necesarios de mencionar, estos son:

- Sobre oferta mundial de productos agrícolas, por lo cual se debe poner mayor interés en estos productos.
- Conflictos existentes entre exportadores que están dentro del mismo medio negociador.
- Quiebra de los pequeños y medianos productores exportadores.

En tanto, la industria del brócoli en el Ecuador, a partir de los años 80 ha disfrutado de un constante crecimiento. Se ha convertido en un producto estrella por la cantidad que se exporta, teniendo solo un 5% de producto para el consumo interno.

El Ecuador es un país con duros fenómenos naturales y con insuficiente tecnificación de maquinaria, pese a esto ha logrado consolidarse como principal productor y exportador de brócoli en América del Sur, pues el país posee 6000 hectáreas de sembríos en brócoli con un rendimiento promedio de 18 TM por hectárea exportando el 52% hacia la Unión Europea, en donde varios países principalmente Bélgica no satisface el nivel de demanda de sus consumidores, ya que es mucho más alta que el nivel de producción interna, es así que Bélgica ejecuta compras a países vecinos puesto que produce tan solo un total de 15.000 toneladas en verduras, con una cantidad de 800-850 toneladas dentro de la producción de brócoli, sin olvidar que 575–625 toneladas corresponde a importaciones de países bajos, ofreciendo así oportunidad a países productores y exportadores de dichos productos agrícolas.

Desde hace varios años la Corporación HUERTOS GATAZO ZAMBRANO perdura exportando hortalizas continuamente, con un total de 40 toneladas mensuales en donde el 68% han sido enviadas a Estados Unidos, Japón y Alemania quedándose una parte en el mercado local y nacional. Esto demuestra que si es posible trabajar con pequeños productores dentro de la fase primaria de producción, bajo los tres enfoques de las Buenas Prácticas Agrícolas BPAs: Responsabilidad Social, Cuidados para la higiene y salud ocupacional, y Responsabilidad con el medio ambiente.

1.1.1 Formulación del problema de investigación

El desconocimiento de un plan de exportación de brócoli de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la Provincia de Chimborazo hacia Europa - Bélgica obstaculiza la comercialización del producto hacia dicho país.

1.1.2 Delimitación del Problema

La Corporación Huertos Gatazo Zambrano, se encuentra situado en la Provincia de Chimborazo, a pocos kilómetros de la ciudad de Riobamba (10 minutos aproximadamente), transcurriendo a través de las localidades de Licán y Calpi, es uno de los principales proyectos agrícolas del sector que hoy en día se ha vuelto fuente vital de alimento, empleo, comercio y bienestar económico para la comunidad gatacense de la parroquia Cajabamba (Colta), la misma forma parte de la cuenca productiva del Río Chambo, pues se encuentra asentada en un fértil valle, propicio para la producción de hortalizas. (HGZ, 2013)

IMAGEN N.º.1: UBICACIÓN DE HUERTOS GATAZO ZAMBRANO



Fuente: Chimborazo.net

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Dentro de la Comunidad de Gatazo Zambrano existen 161 familias donde la mayor parte son indígenas campesinos y tienen un promedio de 5 miembros en cada familia, de las cuales, las mujeres constituyen el 52%, en tanto que los hombres representando el 48% de la población de Gatazo.

La ubicación privilegiada de la empresa y sus condiciones agroclimáticas ofrece la obtención de un producto cotizado en mercados nacionales e internacionales por poseer productos orgánicos con propiedades energéticas y fuerte valor nutritivo.

El tiempo que abarcará el desarrollo de este estudio será no mayor a 4 meses para su desarrollo, permitiéndonos conocer cuáles son las estrategias que se pueden aplicar para incrementar la oferta productiva y poder realizar la exportación de brócoli hacia el mercado de Bélgica.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un plan de exportación de brócoli de la Corporación HUERTOS GATAZO ZAMBRANO de la Provincia de Chimborazo hacia Europa - Bélgica durante el período 2013.

1.2.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del problema para determinar el escenario a investigar.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha del mercado belga y establecer las estrategias que puedan mejorar la exportación de brócoli.
- Realizar un análisis de los resultados conforme a la propuesta establecida.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Un plan de exportación de brócoli es fundamental al momento que se establece una necesidad sobre la demanda de un producto apetecido en el mercado internacional como es el caso del brócoli. La producción de brócoli ha mostrado en el Ecuador un fuerte dinamismo en los últimos años, constituyéndose como un producto bandera dentro de los no tradicionales de exportación cuyo precio se incrementa año tras año, llegando en el 2010 a \$1.061,80 USD por tonelada exportada desde el Ecuador hacia mercados internacionales.

Ésta preferencia se vuelve una oportunidad al momento de producir localmente ésta hortaliza y mucho más cuando tenemos un producto agrícola con alto potencial nutritivo y delicioso sabor. El alto rendimiento y la capacidad de ofertarlo durante todo el año han colocado a esta hortaliza en un sitio privilegiado dentro de los productos ecuatorianos no tradicionales con mayores opciones para exportar.

Huertos Gatazo Zambrano posee las condiciones agroclimáticas adecuadas (temperatura, altitud, luminosidad, humedad), con una temperatura de 13 grados centígrados y una humedad del 75% favoreciendo la producción del brócoli, libre de insectos, plagas y enfermedades, con gran valor nutricional y propiedades curativas, con una inversión en siembra relativamente bajo, tiene la ventaja de ser un producto no estacionario, exclusivo para el mercado nacional e internacional (poseedores de los volúmenes de venta altos).

Así ha quedado demostrado que si es posible la exportación de hortalizas hacia países desarrollados con un producto no tradicional en el mercado, por ello se pretende el desarrollo de un plan de exportación de brócoli por parte de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la Provincia de Chimborazo hacia Europa - Bélgica durante el período 2013, esto percibiendo satisfacer nuevos mercados y procurando en un futuro obtener un resultado favorecedor para la comunidad de Gatazo y todos sus alrededores mejorando el nivel de vida de cada uno de los participantes que directa e indirectamente son beneficiarios.

Dicho plan, tiene como objetivo fundamental lograr el desarrollo de una exportación sustentable generando más plazas de empleo, frenando los porcentajes de migración de

talento humano que decide irse hacia otros países por causa del desempleo además de conseguir una reducida vulnerabilidad del sector agrícola en el Ecuador mediante procesos de información, acompañamiento técnico productivo y gestiones para el desarrollo, capacitación a la economía local y al mercado, alcanzando la sostenibilidad, posicionamiento de los productos y el acceso a nuevos mercado.

No debemos olvidar que Ecuador en conjunto de sus respectivas Coordinaciones; Direcciones Diplomáticas y Consulares en el exterior se encuentran trabajando por el permanente fortalecimiento de las relaciones del Ecuador con todas las naciones del mundo, tal es el caso de las relaciones con Europa y América del Norte, regiones de gran importancia para el Ecuador desde el punto de vista político, económico y comercial, lo cual es una gran ventaja para que dicho estudio tenga un resultado exitoso.

Para Ecuador es esencial la realización de este tipo de proyectos agrícolas más cuando el brócoli es la segunda alternativa de exportación en la Sierra ecuatoriana y que mantiene una marcada tendencia de crecimiento que aporta a la generación de divisas pues el precio de esta hortaliza, se ha estabilizado por ende es rentable, consiguiendo ser el séptimo exportador mundial de brócoli.

Dicha tendencia es una señal de la importancia que cobra la diversificación y refleja el esfuerzo que vienen realizando algunos sectores con el fin de negociar. El diseño de una planificación ha llevado a la actividad agropecuaria a enfrentar los retos reales de la globalización y la apertura de mercados, desarrollando nuevas empresas que faciliten la exportación de productos agrícolas y por ende el crecimiento del sector primario.

1.4 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

1.4.1 General

El desarrollo de un plan de exportación de brócoli permitirá a la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” establecerse como una empresa exportadora de la región.

1.4.1.1 Específicas

- El análisis del problema a investigar permitirá demostrar si es posible el desarrollo de un plan de exportación de brócoli.
- El estudio de mercado permitirá determinar cuál es la demanda insatisfecha del mercado de Bélgica.
- Es viable mejorar la exportación de brócoli a través de metodologías y estrategias para tener acceso a mercados internacionales.

1.5 VARIABLES

1.5.1 Variable Dependiente

- Exportación de brócoli de la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” de la Provincia de Chimborazo

1.5.2 Variable Independiente

- Plan de exportación de brócoli.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1. Término FOB

Este término es de exclusividad para transporte marítimo o fluvial, ya que la entrega de mercaderías se realiza en el momento en el que la mercadería sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido por las 2 partes, por lo tanto el comprador asume los gastos aduaneros de exportaciones así como los costes de pérdidas o daños desde el punto en el que la mercancía se encuentra a bordo del barco. (Padín C, 2012)

2.1.2. Certificado de validación

Es el documento que expide y certifica sus trámites a través de autoridades competentes, para dar fe de la esmerada selección de los productos exportados. (Cerde A, 2012)

2.1.3. Certificado de Inspección

Es el documento expedido por las autoridades aduaneras en el puerto de salida de la mercancía que constata la cantidad y calidad conforme a los productos con las especificaciones en el crédito documentario. (Cerde A, 2012)

2.1.4. Inflación

Es la caída del poder adquisitivo del dinero o el aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular. (Murcia, 2009).

2.1.5. Gastos de Exportación

Los gastos de exportación constituyen todos los desembolsos que se realizan desde que el producto está en Stock en planta, hasta la entrega a la empresa compradora, según el Incoterm negociado, estos gastos pueden ser Directos e indirectos. (Murcia, 2009)

2.1.6. Aranceles

Son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera que provoca una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.

2.1.7. Certificado Fitosanitario

Es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables, esto deben ser acompañados de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la expedición. La validez del certificado fitosanitario, no debe ser superior a 60 días a partir de la fecha de su expedición. (Steinberg F, 2004)

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Exportación

La exportación es el envío de mercaderías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo en el exterior. Jurídicamente, esta significa una venta más a través de las fronteras, política del país.

En teoría, la exportación está vinculada a 3 criterios:

- Al transporte, como simple acto material.
- Al envío, como generador de relaciones jurídicas y fiscales de una operación comercial.

- A la venta, esto es, motivación del envío, limitándola a que toda exportación se haga por un precio o contraprestación en divisas.

La exportación en general recae sobre bienes y servicios, incluyendo electricidad. La exportación de servicios, como tecnologías, planos y diseños y en general, la propiedad intelectual, es un rubro que adquiere tanto o más importancia que las mercancías u objetos físicos transportables. (Caballero I, 2010)

2.2.2. Logística

El término logística aparece por primera vez en el campo militar para referirse tanto a la adquisición de equipo y materiales para una misión. En la actualidad la logística se relaciona con procedimientos que abarcan desde la compra de materias primas hasta la entrega del producto final al consumidor y comprende todo lo relativo a planificar la producción, el manejo de empaques, etiquetado y embalajes, el transporte, el manejo de inventarios, la tramitación de órdenes de compra y el manejo de toda la cadena a fin de que los consumidores obtengan los productos de manera rápida, económica y confiable.

Esto se puede lograr con un buen desempeño logístico. En efecto, un buen desempeño logístico permite:

- Optimizar el proceso de la empresa.
- Evitar el pago de multas o recargos, por parte de las empresas de transporte, aduanas y hasta de los mismos clientes.
- Buscar las mejores opciones en términos de costo.
- Obtener nuevas órdenes de compra, en razón del buen desempeño. (Frank Lam, Serie Agro Negocios)

2.2.3. Balanza comercial

Según Fernando Fuente la balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al/en el extranjero por un país durante un período

determinado o ejercicio, normalmente un año. Las partidas que integran dicha balanza son las exportaciones e importaciones declaradas. Mientras que las primeras originan las entradas de divisas o ingresos, las segundas causan la salida de estas en concepto de pago. La balanza representa, pues, la contraposición de los valores monetarios de las operaciones; se la considera parte integrante de la balanza de pagos, concretamente de la cuenta corriente.

Los ingresos obtenidos por las exportaciones logran un doble sentido económico:

- Contribuyen a regular los pagos ocasionados por las importaciones,
- Los medios no invertidos en el extranjero pueden ser destinados a los ramos más destacados por su rentabilidad y ventajas comparativas, o sea, para aquellos bienes especializados que un país puede conseguir a un coste marginal más bajo en ausencia de comercio.

Se le atribuye considerable apreciación a las exportaciones por su valiosa aportación al crecimiento y fortalecimiento económico de un país, en concreto, a la potencia y eficiencia de las empresas; revelan ser un componente multiplicador de la renta nacional. La diferencia obtenida entre las exportaciones e importaciones equivale al saldo que prevalece de indicador usual.

En una economía nacional donde los niveles de productividad alcancen rendimientos satisfactorios y se consiga neutralizar los diferenciales de inflación perjudiciales mediante políticas macroeconómicas, tanto las altas cuotas de exportación como los posibles excedentes son la expresión más patente de la competitividad y especialización de las empresas. (Fuentes F, 2010)

2.2.4. Tratados Internacionales

Según Adolfo Arrijo Vizcaíno, los Tratados Internacionales se consideran como los acuerdos que celebran dos o más Estados como entidades soberanas entre sí, sobre cuestiones diplomáticas, políticas, económicas, culturales u otras de interés para ambas partes. Derivado del concepto anterior el autor nos presenta los siguientes elementos:

- Son un acuerdo de voluntades (de los países que los suscriben).
- Únicamente pueden celebrarse por Estados soberanos, es decir aquellos cuya independencia o integridad territorial se encuentren reconocidas y respetadas por los demás países de la comunidad internacional (organización de las Naciones Unidas, Organización de Estados Americanos).
- Pueden suscribirse por dos o más Estados.
- Su objeto es prevenir y solucionar controversias o fricciones que surgen de las relaciones internacionales sobre aspectos de carácter diplomático, político, económico, social y cultural. (Arrioja A, 2008)

2.2.5. Incoterms

Son reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, se deriva de distinta interpretaciones de dichos términos en países diferentes y 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 Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (Padín C, 2012)

A continuación se analiza los 4 grupos de Incoterms vigentes con las respectivas obligaciones que tiene el comprador y el vendedor:

CUADRO No.1: INCOTERMS

GRUPOS	OBLIGACIONES	
	COMPRADOR	VENDEDOR
E		
Ex - Work	<ul style="list-style-type: none"> * Pago de la mercadería * Flete interno (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana (documentos, permisos, 	<ul style="list-style-type: none"> * Entrega de la mercadería y documentos necesarios * Empaque y embalaje

	requisitos, impuestos) * Flete internacional (de lugar de export. al lugar de import.) * Seguro * Transporte y seguro (lugar de import. a planta)	
F		
FCA	* Pagos de la mercadería * Flete y seguro (de lugar de export. al lugar de importación) *Gastos de import. (maniobras, almacenaje, agentes) *Aduana (dctos., permisos, requisitos, impuestos) * Demoras	* Entrega de la merc. y dctos necesarios * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de export.) *Aduana (dctos, permisos, requisitos, impuestos) * Gastos de export.
FOB	* Pago de la mercadería * Flete y seguro (de lugar de export. al lugar de import.) *Gastos de import. *Aduana (docto., permisos, requisitos, impuestos) * Flete (lugar de import. a planta) * Demoras	* Entregar la merc. ydctos. necesario * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Gastos de export.
FAS	* Pagos de la mercadería * Flete y seguro (de lugar de export. al lugar de import.) *Gastos de importación *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) *Seguro y flete (lugar de importación a planta) * Demoras	* Merc. yDctos. Necesarios * Empaque Y Embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) *Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
C		

CFR	<ul style="list-style-type: none"> * Pago de la Mercadería *Gastos de importación *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Flete y seguro (lugar de importación a planta) * Demoras 	<ul style="list-style-type: none"> * Entregar la merc. y dctos necesarios * Empaque Y Embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) *Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
CIP	<ul style="list-style-type: none"> * Pago de la mercadería *Aduana * Flete y Seguro (lugar de importación a planta) *Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial" * Demoras 	<ul style="list-style-type: none"> * Entregar la merc. ydctos. * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana *Gastos de exportación * Flete y seguro (de lugar de export. al lugar de import.) * Gastos de importación
CPT	<ul style="list-style-type: none"> * Pago de la mercadería *Aduana(documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Flete y Seguro (lugar de importación a planta) *Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial" * Demoras 	<ul style="list-style-type: none"> * Entregar la mercadería y dctos. * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana * Gastos de exportación * Flete (de export. al lugar de import.) * Gastos de importación
CIF	<ul style="list-style-type: none"> *Pago de la mercadería *Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) *Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Flete y seguro (lugar de 	<ul style="list-style-type: none"> * Entregar la merc. Ydctos. * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) *Aduana *Gastos de exportación

	importación a planta) * Demoras	* Flete y seguro (de exportación al lugar de importación)
D		
DAT	* Pago de la mercadería * Gastos de importación * Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Flete y seguro (lugar de importación a planta) * Demoras	* Entregar la merc. ydctos. * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) * Gastos de exportación * Flete y seguro (de exportación al lugar de importación)
DAP	* Pago de la mercadería * Flete y seguro (lugar de importación a planta) * Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) * Demoras	* Entregar la merc. ydctos. * Empaque y embalaje * Flete (de fábrica al lugar de exportación) * Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) * Gastos de exportación * Flete y seguro (de exportación al lugar de importación)
DDP	* Pagar la mercadería	* Entregar la merc. ydctos. * Empaque y embalaje * Acarreo (de fábrica al lugar de exportación) * Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes) * Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación) * Gastos de importación * Acarreo y seguro (lugar de importación a planta) * Demoras

Fuente: Comercio Internacional, "Una visión general de los instrumentos operativos en el comercio exterior"

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

2.2.6. Investigación de Mercado

La Investigación de mercado es una herramienta de administración para la toma de decisiones, además conduce al desarrollo de nuevos productos, el mejoramiento de los productos y servicios existentes o a la realización de cambios en la estrategia de mercadotecnia. Además satisface las necesidades del gerente de mercadotecnia en cuanto al conocimiento del mercado.

La tarea de la investigación de mercado consiste en ayudar a especificar y a proporcionar la información exacta para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones. Ayuda a dejar a quienes toman las decisiones la obtención de información intuitiva a una investigación sistemática y objetiva.

Este proceso incluye:

- Información requerida
- Diseño del método de recopilación de la información
- Administración y ejecución de la recopilación de datos
- Análisis de los resultados
- Comunicación de los hallazgos y sus implicaciones. (Dino P, 2012)

2.2.7. Generalidades de la Empresa

2.2.7.1. Reseña histórica de la Corporación “Huertos Gatazo Zambrano”

Durante el año de 1996, la Comunidad Gatazo Zambrano incursiona en la producción y comercialización de hortalizas, estableciendo una sociedad constituida por 82 personas, todos productores agrícolas, esto por motivo de la baja comercialización de los productos agrícolas en el mercado nacional y la caída de los precios de producción de zanahoria y cebolla.

Se inició vendiendo directamente a 5 supermercados de Quito y Guayaquil, lamentablemente esta opción fracasa debido al esfuerzo aislado de pocos agricultores que

no se encontraba organizados, haciendo que los habitantes de la comunidad decidieran seriamente buscar otras alternativas que permitan el progreso de la comunidad, por lo cual, se aliaron a dos empresas grandes, Agro-frio y Zhifoods, para la producción y comercialización exclusivamente de brócoli las mismas quiebran haciendo que los productores pierdan sus inversiones.

Experiencia que hace que los agricultores comiencen a producir y comercializar en forma asociada, conforma así la empresa, con el objetivo principal de agrupar a pequeños productores para la comercialización de productos.

En el año de 1998, se refuerza esta asociatividad con la incorporación de 29 socios más, totalizando los 111 socios/as, los cuales son apoyados por 250 productores/as de las diferentes zonas de la Provincia de Chimborazo, dedicándose por completo a la exportación de zanahoria con la empresa ACOAGRO. El 31 de marzo del 2000 a través de la introducción del cultivo de brócoli en la zona y con el apoyo de las ONGs (CESA), se consolida jurídicamente la Corporación Huertos Gatazo Zambrano. (Fondo Ítalo Ecuatoriano, 2013)

Una vez legalmente constituida y organizada administrativamente, inicia a trabajar en la búsqueda de resultados a través de nuevas oportunidades de negocios. Es así que inician el sembrío de 15.000 plantas de brócoli semanales mismas que actualmente se han multiplicado a 350.000 plantas generadoras de las 120 toneladas mensuales de producción.

Del 2001 a la fecha, se puede observar que el nivel de vida de la gente de la comunidad ha mejorado notablemente debido a que el brócoli es un cultivo rentable y con una demanda permanente; actividad que requiere gran cantidad de mano de obra familiar desde la siembra hasta la cosecha, lo que ha provocado que haya una regresión de los miembros de esta comunidad, de la ciudad al campo especialmente de los varones, asimismo como la incorporación de la mujer a las actividades agrícolas, haciendo que asuma un rol protagónico, lo que ha facilitado la conformación de un grupo exclusivamente de mujeres, donde su actividad económica principal es la cría de especies menores mejorando el grado de equidad entre los miembros de la comunidad.

En el 2011, el MIPRO (Ministerio de industrias y productividad) otorga a la Corporación Huertos Gatazo Zambrano la certificación de calidad, permitiendo legitimar la calidad de sus productos catapultando la exportación de hortalizas, especialmente del brócoli, hacia mercados internacionales como Alemania, Japón y Estados Unidos, garantizando su permanencia en mercados internacionales.

Huertos Gatazo Zambrano es una empresa que desde su inicio se ha beneficiado del apoyo de varias instituciones públicas y privadas como los que brinda el Proyecto Poder (Productores organizados para el desarrollo empresarial rural), CESA, MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) MCCH (Fundación Maquita Cushunchic), FIE (Fondo Italo Ecuatoriano),

Gracias a las instituciones anteriormente mencionadas y al trabajo planificado, estructura administrativa-participativa y el compromiso de los socios que trabajan permanentemente bajo el sistema de producción asociativa se ha logrado obtener los resultados deseados año tras año, mejorando el nivel de producción agrícola, obteniendo productos de primera, subsistiendo en mercados nacionales e internacionales teniendo como beneficiarios a las familias productoras de la comunidad que venden directamente al consumidor y evitan lidiar con intermediarios.(HGZ, 2013)

2.2.7.1.1. Base Legal

De acuerdo a lo que dispone la ley de compañías, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca(MAGAP), es quien concede y otorga la personería jurídica, mediante solicitud de los socios a través de una escritura pública de constitución otorgada por el Notario Público.

En este caso, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), le concede la personería jurídica a la corporación, el 15 de enero del 2000 con la denominación de Corporación “Huertos Gatazo Zambrano”, facultándose a realizar la comercialización, distribución y exportación de hortalizas dentro y fuera del territorio ecuatoriano. (HGZ, 2013)

2.2.7.1.2. Estrato de la escritura pública

Razón social: Corporación “Huertos Gatazo Zambrano”

Objeto social: Comercialización, distribución y exportación de hortalizas dentro y fuera del territorio ecuatoriano.

Capital social: Aporte de 75,00 dólares americanos por cada socio (total: \$7.650,00 dólares americanos).

Tipo de sociedad: Asociativa

Número de socios: 102 socios

Domicilio: Comunidad Gatazo Zambrano, Colta, Provincia de Chimborazo.

2.2.7.2. Misión

Promover acciones coordinadas entre Socios, Directivos, y Equipo de Gestión que incorpore como actores de la Empresa, para facilitar el acceso a servicios y al mercado a través de nuevas estrategias de comercialización, basadas en la planificación de la producción y el aprovechamiento del poder de negociación que tiene la empresa al coordinar e impulsar esfuerzos con las empresas aliadas y grupos proveedores, así generar oportunidades y apoyar el mejoramiento de condiciones de vida de las familias asociadas. (HGZ, 2013)

2.2.7.3. Visión

Ser una Agro empresa rural rentable y eficiente que trabaja para mejorar las condiciones de vida de los/as Agricultores/as, siendo líderes en la comercialización de productos agrícolas de calidad, con valor agregado para el mercado local e internacional. (HGZ, 2013)

2.2.7.4. Objetivos, valores y principios corporativos

- **Objetivos Corporativos**

La Corporación Huertos Gatazo Zambrano es una empresa con sólidos objetivos corporativos, de los cuales se enfatizan los siguientes:

- ⇒ Promover el cambio de actitud a través de la vivencia de valores y principios a todo nivel.
- ⇒ Definir estrategias para captar recursos frescos, identificando alternativas de recursos y desarrollando ideas creativas definiendo estrategias de comercialización.
- ⇒ Establecer estrategia de comunicación que permitan mejorar, sanear y disponer de información veraz para todos los socios, proveedores, y aliados en general.
- ⇒ Identificar las motivaciones que tienen los diferentes actores de la empresa para definir estrategias que permita conciliar intereses y trabajar conjuntamente a través de acuerdos consensuados para que toda la comunidad se beneficie. (HGZ, 2013)

- **Valores Corporativos**

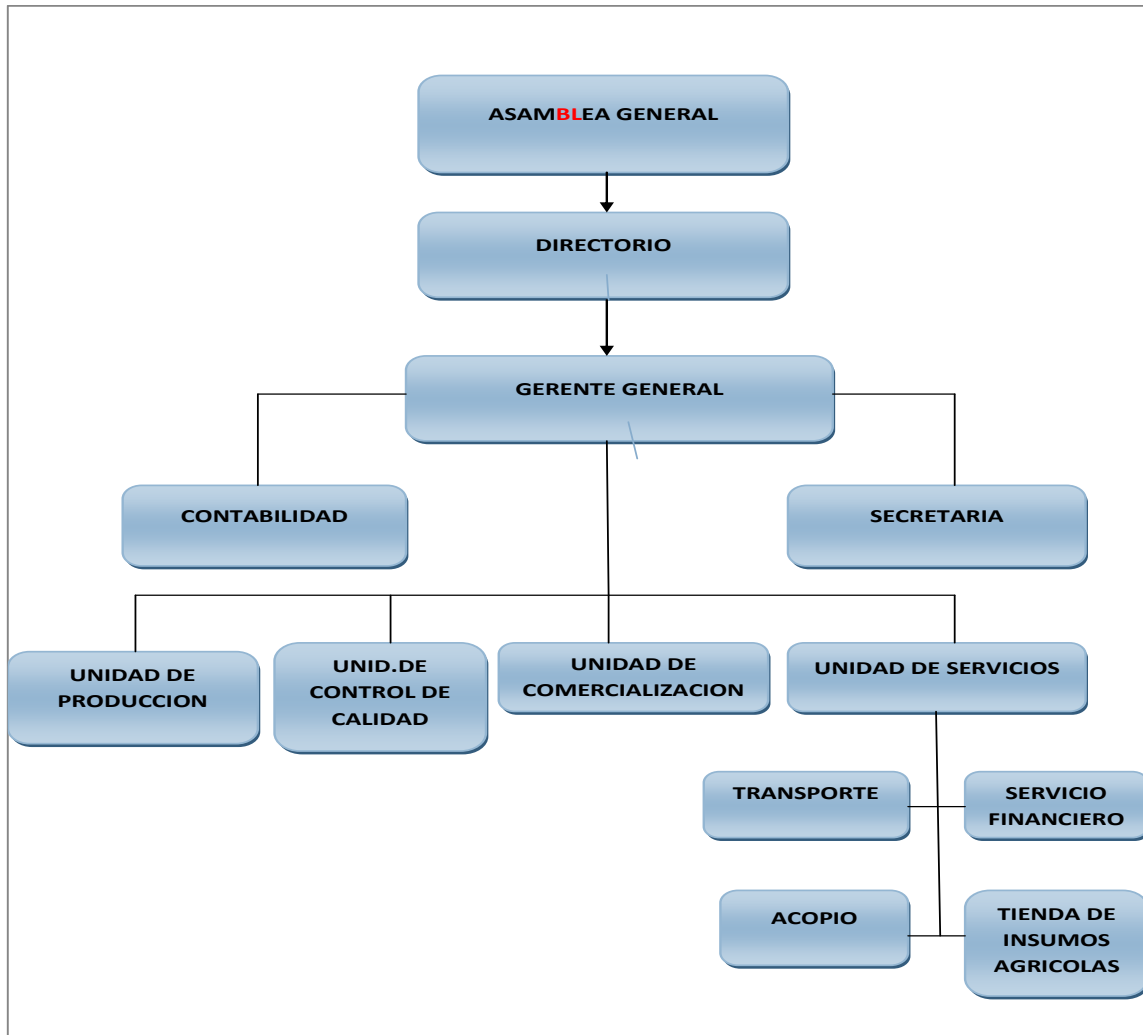
- ⇒ Solidaridad
- ⇒ Seriedad
- ⇒ Disciplina
- ⇒ Equidad entre hombres y mujeres

- **Principios Corporativos**

- ⇒ Ser Organizados
- ⇒ Estar abiertos a la capacitación
- ⇒ Responsabilidad
- ⇒ Esfuerzo y unidad
- ⇒ Ser Ejemplo

2.2.7.5. Estructura Organizacional

IMAGEN No.2: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE “HGZ”



Fuente: Información HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Asamblea General**

⇒ Apoya plenamente la función del Directorio junto a las decisiones del Gerente General respetando siempre los objetivos corporativos de la empresa.

- **Gerente General**

- ⇒ Formular políticas y estrategias en función de los objetivos de la comunidad, asegurando su cumplimiento y la satisfacción de los clientes internos y externos.
- ⇒ Determinar las relaciones de información, para la toma de decisiones
- ⇒ Determinar los elementos, procedimientos e instrumentos, llegando a acuerdos sobre actos administrativos, organizacionales.
- ⇒ Diseñar, estructurar y adaptar enfoques modernos de gestión, a fin de incorporar procesos, tecnología y recursos, que permitan alcanzar los objetivos con eficiencia, eficacia y productividad.

- **Unidad de Producción**

- ⇒ Controla la calidad de plántulas para la siembra, el registro de pesticidas por agricultor y hace seguimiento del cultivo.
- ⇒ Revisar los lotes por agricultor para la producción y recopila información histórica por lote y productor.
- ⇒ Realiza las proyecciones de cosechas.

- **Unidad de Control de Calidad**

- ⇒ La recepción de materia prima.
- ⇒ Control de la calidad del producto.
- ⇒ Capacitación al productor.

- **Unidad de Comercialización**

- ⇒ Proyecciones de ventas.

- ⇒ Organiza la recepción del producto.
- ⇒ Coordina la logística de transporte.
- ⇒ Capacita a los productores en post-cosecha.
- **Unidad de Servicios.-** se divide en cuatro áreas detalladas a continuación:
 - ⇒ **Transporte.-** Área encargada de transportar el producto hacia los clientes.
 - ⇒ **Acopio.-** Realiza la recepción de la producción de todos los socios productores y comunidades aledañas.
 - ⇒ **Servicios Financieros.-** Brinda créditos a los socios para la compra de insumos y semillas.
 - ⇒ **Tienda de Insumos Agrícolas.-** Venta directa de abonos, pesticidas, semillas, etc.

2.2.7.6. Principales clientes

Las principales empresas que demandan brócoli de Huertos Gatazo Zambrano son:

- IQF Agroindustrial.
- NOVA
- Provefrut.
- Ecofroz.
- Valley Foods
- Pilvicsa.

Estas empresas procesadoras de hortalizas localizadas en la Sierra Central Norte del país, específicamente en las Provincias de Pichincha, Cotopaxi e Imbabura, destinan su producción a mercados internacionales agregando valor al brócoli cumpliendo estándares

internacionales de producción y demás requerimientos exigidos por consumidores externos.

Con dichas industrias Huertos Gatazo Zambrano mantiene contratos de producción y venta, a través de convenios denominados “Agricultura bajo contrato” definido “como un acuerdo de mutuo beneficio entre agricultores o empresas de elaboración o comercialización, para la producción y abastecimiento de productos agrícolas, con entrega futura, frecuentemente a precios con rangos predeterminados”. (RURALTER, 2006.)

El cual es condicionado, controlado y monitoreado por las empresas de acuerdo a exigencias en cuanto a la calidad de productos, al mismo tiempo las empresas brindan asistencia técnica, capacitación, variedades mejoradas; lo que se refleja en un producto con estándares internacionales. Si bien es cierto, este tipo de contratos deben ser benéficos para las partes; el bajo poder de negociación de Huertos Gatazo Zambrano, su permanencia en los mismos canales de comercialización y la falta de apertura a nuevos mercados, imposibilita un desarrollo sustentable y comercio justo para sí mismos.

En el año 2002, IQF Agroindustrial era el único comprador de brócoli, a partir del año 2005 se amplía el mercado consiguiendo contratos con Valley Foods, Ecofroz, Pilvicsa y Provefrut. En el año 2007 se consigue la suscripción de nuevos convenios con NOVA y Pronaca. En la actualidad, el mayor comprador de brócoli es la empresa IQF Agroindustrial.

A pesar de la apertura del mercado no se ha podido conseguir una rentabilidad aceptable por la falta de una negociación adecuada en las cláusulas estipuladas en el convenio “Agricultura bajo contrato” impidiendo el desarrollo económico y el impacto social esperado.

2.2.7.7. Principales proveedores

Huertos Gatazo Zambrano se provee de brócoli, de sus 102 socios productores, pertenecientes a la Comunidad Gatazo Zambrano y de productores de los cantones de Guamate, Colta, Chambo, Riobamba y Guano; llegando a obtener más de 280 proveedores

del producto. Los proveedores de Huertos Gatazo Zambrano, son pequeños productores campesinos, divididos en las siguientes clases, considerando las siguientes variables:

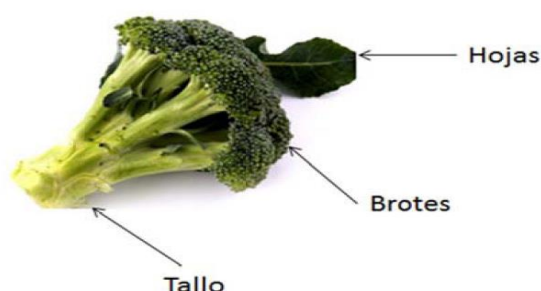
- Tamaño de la parcela;
- Área de la parcela dedicada al cultivo de brócoli;
- Si son socios o no de la empresa “HGZ”;
- Sistemas de producción: cultivos existentes en la parcela, las formas de cultivo (en particular las rotaciones realizadas); y,
- Los ingresos anuales.

El volumen de producción requerido para satisfacer al mercado es de 100 TM, los socios productores de Huertos Gatazo Zambrano manejan aproximadamente 8 hectáreas con un promedio de producción de 11 TM/ha (tonelada métrica por hectárea) lo que genera un volumen de producción de 88TM, las 12TM restantes proveen los productores de la comunidad y los diferentes cantones antes mencionados.

2.2.8. Generalidades del brócoli

Esta hortaliza de origen mediterráneo y Asia Menor, pertenece a la familia de las crucíferas, nombre común, brócoli, de la especie botánica brassicaoleracea. El brócoli es una hortaliza parecida a la coliflor y se diferencia de ésta porque su pella es más grande. La familia de las crucíferas incluye, además del brócoli, la col, col de romanesco, entre otros.

IMAGEN N^o.3: BRÓCOLI



Fuente: SFA

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Existen referencias históricas sobre la producción del cultivo de esta, pues era cristiana, y que ha sido popular en el Imperio Romano y en Francia cultivándose desde el siglo XVI. El brócoli presenta un tamaño superior al de la coliflor y está formada por tallos carnosos y gruesos con inflorescencia verde violeta. (Subsecretaría de fomento a los agro negocios, 2011)

A continuación, se indaga información del producto, datos proporcionados por la Corporación Financiera Nacional (CFN), según el documento Técnico y Económico Financiero de Brócoli.

2.2.8.1. Identificación botánica del brócoli

CUADRO No.2: IDENTIFICACIÓN BOTÁNICA DEL BRÓCOLI

Reino:	Vegetal
Subreino:	Antophyta (fanerógamas)
División:	Spermatophytas
Clase:	Dicotiledoneae
Orden:	Roedales
Familia:	Crucíferae
Género:	Brassica
Especie:	Olaraceae
Variedad:	Itálica
Nombre científico:	Brassicaolarecea, Itálica Plenck
Nombre común:	Brócoli, brécoles, bróculis
Subclase:	Archiclamidae

Fuente: CFN

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

2.2.8.2. Morfología de la planta

- **Sistema radicular:** es pivotante leñoso y generalmente al trasplante pierde esta capacidad y un sistema radicular se forma básicamente de raíces adventicias secundarias, terciarias y raicillas las que se concentran entre los 40 y 60 cm. De profundidad. La raíz primaria puede profundizar hasta los 80 cm.
- **Tallo:** es central con un diámetro que varía entre los 2 y 6 cm. Y los 20-50 cm. De longitud, el mismo que presenta entrenudos cortos con un hábito de desarrollo intermedio entre forma de roseta (coliflor) y caulinar (col de Bruselas). La parte superior del tallo es delimitado por el desarrollo de la inflorescencia principal. Las únicas ramificaciones presentes en el tallo son inflorescencias secundarias que se ubican en los nudos superiores.
- **Hojas:** son de forma ovalada, su longitud aproximada es de 50 cm. Y de ancho 30 cm., tiene entre 15 y 30 hojas cubiertas por una cutícula cerosa, a diferencia de la col y la coliflor tiene pecíolo más desarrollado.
- **Flores:** son perfectas y actinomorfas, los pétalos son libres en número de cuatro y están dispuestos en formas y colores diferentes puesto que las variedades hacen que se formen de acuerdo a cada una.
- **Fruto:** es una silicua deshiscente cuando madura, contiene aproximadamente 10 semillas, las mismas que son redondas de 2 mm.

2.2.8.3. Variedades de brócoli

En el Ecuador las variedades de brócoli existentes son híbridos, es decir, desarrolladas genéticamente en laboratorios ya que las plantas no producen semilla. Se clasifican según su ciclo de producción que está entre 50 y 150 días, en tempranas, medias y tardías. Hay diferencias en el tamaño de la planta, inflorescencia, color, adaptabilidad.

En la actualidad las principales variedades en el Ecuador son:

- Legacy.
- Shogun
- Coronado
- Marathon

Huertos Gatazo Zambrano produce y comercializa en la variedad denominada Legacy, el cual mantiene un excelente comportamiento, tanto para fresco como para congelado puesto que sus cabezas son grandes, pesadas, compactas y muy firmes, de grano fino con forma de domo perfecto, floretes simétricos y de color verde oscuro.

2.2.8.4. Características de Brócoli Legacy

El brócoli de variedad Legacy es apetecido en mercados internacionales, mantiene las siguientes características:

- **Tipo:** variedad híbrida para industria y mercado fresco, domo perfecto con floretes simétricos.
- **Ciclo:** media ,85 días
- **Planta:** buena uniformidad y vigor de planta. desarrolla pocos laterales.
- **Cabeza:** tamaño grande, pesado y compacto.
- **Peso:** 1.3 kilos promedio
- **Color:** verde oscuro
- **Granulometría:** muy fina
- **Ventajas:** líder en producción invernal. seguridad de cosecha.
- **Época:** otoño-invierno

Debido a estas particularidades es caracterizado como un producto delicioso entre todos.(Semillería San Alfonso, 2013).

2.2.8.5. Etapas de cultivo, cosecha y pos cosecha

En el Ecuador no se producen semillas de brócoli ni se realizan investigaciones para el desarrollo de nuevas variedades. Todas las semillas utilizadas son importadas, principalmente de Estados Unidos, por distribuidores locales, en este caso los proveedores de semillas de brócoli Legacy de la Corporación “Huertos Gatazo Zambrano” es la empresa NOVALIMENTOS de la ciudad de Latacunga.

2.2.8.5.1. Cultivo de brócoli

El Cultivo del brócoli en el Ecuador pasa por las siguientes etapas:

- ⇒ **Preparación del terreno.-** Se realiza con 30 días de anticipación, a una profundidad de 25 a 30 cm.
- ⇒ **Semillero.-** Temperatura 21-24°C
- ⇒ **Requerimientos.-** Buena luminosidad, humedad del suelo, trasplante (cuando la planta tenga de 3 a 4 hojas verdaderas)
- ⇒ **Trasplante.-** las plántulas se deben sembrar hasta la mitad el tallo, deben estar vigorosas, sin indicio de plagas o enfermedades.
- ⇒ **Distancias de siembras.-** se manejan desde 0.35 cm entre surcos x 0.30 cm entre plantas. Hasta 0.70 cm x 0.60 cm respectivamente.
- ⇒ **Control de malezas.-** se realiza de forma manual cuando las arvenses inician su crecimiento y luego con el aporque.
- ⇒ **Aporque.-** Se realiza al mes y medio del trasplante para evitar volcamiento.
- ⇒ **Fertilización.-** Se realiza según un análisis de suelos. Los abonos orgánicos se incorporan antes de la siembra. El brócoli es susceptible al exceso de nitrógeno produciendo tallos huecos, este debe ser aplicado en la etapa inicial.
- ⇒ **Riego.-** Debe mantener la humedad de suelo al 80% durante las primeras 4 semanas.
- ⇒ **Rotaciones.-** Se puede rotar con arvejas papa, cebolla, maíz, zanahoria, lechuga, ajo, remolacha. Evitar las rotaciones con otras crucíferas como rábano, repollo o nabo.
- ⇒ **Enfermedades.-** Rizothonia, solani, mildew velloso, fusarium, hernia de las crucíferas, pudrición negra o tizón bacteriano.

- ⇒ **Plagas.-** Babosas, rosquilla, trozador negro, pulgón harinosos.
- ⇒ **Desordenes fisiológicos.-** tallo hueco, coloración o manchas oscuras en la cabeza, cola de látigo (por falta de molibdeno).

La Región Andina es la zona adecuada para el cultivo de brócoli, ya que en esta se encuentran bosques secos y zonas húmedas de montañas bajas, con un clima templado y frío con requerimientos que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N.º.3: REQUERIMIENTOS ÓPTIMOS PARA PRODUCCIÓN DE BRÓCOLI

VARIABLE	RANGO OPTIMO
Temperatura	13-15 grados centígrados
Precipitación Anual	Debe fluctuar entre 800 – 1200 mm
Altitud	Entre 2.600 – 3.000 msnm
Humedad Relativa	No menor al 70%, ideal 80%
Luminosidad	Fotoperiodo neutro

Fuente: CORPEI

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Se debe considerar que un incremento de la temperatura retrasa el proceso de maduración, y se produce un brócoli descolorido, con cabezas disperejas con un sabor más fuerte que un brócoli normal.

Las condiciones meteorológicas de Gatazo Zambrano se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO N.º. 4: CONDICIONES METEOROLÓGICAS DE GATAZO ZAMBRANO

PARÁMETRO	VALORES PROMEDIOS
Temperatura media anual:	13°C
Precipitación media anual:	526.7 – 550 mm
Humedad relativa:	75%

Clasificación ecológica:	<p>Estepa – Montano (e – m)</p> <p>Con muy poca existencia de páramo</p>
---------------------------------	--

Fuente: SIPAE

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Como podemos observar Huertos Gatazo Zambrano y sus zonas aledañas se encuentran en una ubicación privilegiada; su posición geográfica, dotación de agua, calidad de suelos, clima, temperatura entre otros parámetros, ayudan al cultivo del brócoli.

Por las buenas condiciones ambientales de Gatazo Zambrano, un cultivo de brócoli rinde tres cosechas anuales, su período de producción es de 90 a 95 días dependiendo de la variedad y la zona de producción.

2.2.8.5.2. Cosecha de brócoli

El tiempo de cosecha es cuando las inflorescencias están bien desarrolladas, compactas y con las yemas sin abrir. El tiempo que transcurre desde el trasplante hasta la cosecha depende de la variedad, condiciones edáficas y época el año, es aproximadamente a los 60 días. La cosecha se realiza de forma manual cortando la inflorescencia con 2 cm de tallo, se deposita en canastillas plásticas con una capacidad para 25 pellas de 300 gr. cada una.

En nuestro país un cultivo de brócoli no es estacional, es decir, que se puede sembrar durante todo el año en cualquier temporada, el terreno se siembra en forma escalonada según la planificación de producción de la empresa que ayude al aprovechamiento de la tierra.

A continuación se describe las características que debe tener el brócoli:

- ⇒ Botones cerrados y homogéneos no mayores a 3 mm.
- ⇒ Color verde o verde-gris-azulado brillante.
- ⇒ Cabezas apretadas compactas unidas entre sí.

- ⇒ El periodo de cosecha es breve, unos dos días aproximadamente, especialmente en días calurosos.
- ⇒ Se puede obtener una segunda cosecha de retoños laterales (rebrotos); estas pequeñas cabezas son buenas para la congelación.

Debido a exigencias inflexibles en los mercados internacionales cada vez se hace más significativo el buen manejo de un producto cosechado.

2.2.8.5.3. Pos cosecha de brócoli

La pos cosecha comprende desde el momento de la recolección del producto en el campo, la manipulación (empaque), el transporte hasta la planta pos cosecha y el proceso de empaque final, el que dependerá de su destino de exportación o mercado local. Este manejo debe garantizar que el producto no pierda la calidad.

El proceso más eficiente para el brócoli es congelación rápida en unidades IQF (Individual Quick Freezing). El producto se empaqueta en cajas de cartón en cuyo interior se encuentran bolsas plásticas, con una capacidad de 10 a 12 kg dependiendo del calibre del producto, el mismo se almacena en una cámara fría con una temperatura de -18 a -20°C y una humedad relativa del 95-100%.

Para la realización del empaquetado del brócoli es necesario reconocer el índice de madurez del brócoli, se identifica por tener los floretes cerrados y de color verde oscuro brillante, la cabeza compacta (firme a la presión de la mano), el tallo bien cortado y de la longitud requerida, sin daños de plagas o enfermedades.

2.2.8.6. Valor nutritivo

El poseer productos con características especiales gracias a la ubicación de nuestro país en la zona ecuatorial y las condiciones climáticas únicas permite que el brócoli tenga una textura firme de color intenso y con un gran valor nutritivo principalmente en su alto contenido de vitaminas y minerales.

En el siguiente cuadro se detalla el valor nutritivo y calórico en una porción de 100g de brócoli.

CUADRO N.º.5: VALOR NUTRITIVO

Calorías	4.4
Agua	89%
Energía	34 calorías
Proteína	3.6g
Grasas	0.4g
Carbohidratos	4.9g
SALES MINERALES	
Calcio	103 mg
Fósforo	78 mg
Hierro	1.1 mg
Sodio	15 mg
Potasio	382 mg
VITAMINAS	
Tiamina	0.10 mg
Riboflavina	0.23 mg
Niacina	0.9 mg
Acidoascórbido	113 mg
Vitamina A	2.500 mg

Fuente: SICA Servicio de información y censo agropecuario

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Al ser una muy buena fuente de vitamina A, potasio, hierro, fibra, hidratos de carbono, proteínas y grasa; las ventas del brócoli han ocasionado un crecimiento sostenido en mercados como Estados Unidos, Japón y la Unión Europea, dada la tendencia de consumo de productos más saludables puesto que el brócoli es un ingrediente muy importante en la nutrición humana; pertenece al cuarto grupo esencial de alimentos.

Cuanto más oscuro es el brócoli, mayor es su contenido vitamínico y cualidades protectoras que ayudan a prevenir el cáncer, el alzhéimer, la osteoporosis; así como, mantiene células sanas, retrasa el envejecimiento, aumenta las defensas naturales y muchos más beneficios para el buen funcionamiento de los órganos, tan solo con el consumo de dos o tres veces a la semana dentro de nuestra dieta.(Rodero J, 2011)

2.2.8.7. Usos y Beneficios

2.2.8.7.1. Usos del brócoli

El brócoli es un producto al que se le puede atribuir varios usos. Se lo consume en fresco como en: ensaladas, sopas, guisos, tortas, pueden ser decorativas o se las pueden destinar al consumo de animales domésticos herbívoros, entre otras. Es considerado uno de los mejores alimentos funcionales medicinales. Es decir que no solo alimentan, sino que también sanan.

El consumo al natural implica una cadena de frío simple o un proceso de congelación. Industrialmente el brócoli es utilizado en la elaboración de curtidos. En los últimos años se le ha dado una mayor importancia a su consumo, debido a resultados de investigaciones que afirman su efectividad en la prevención de diferentes enfermedades o dolencias.

Siendo un producto muy perecedero debe ser almacenado con buena circulación de aire y espacio entre las canastillas para evitar el calentamiento. Un almacenaje más prolongado no es conveniente, porque se deteriora el producto y se afecta la comercialización.

2.2.8.7.2. Beneficios medicinales del brócoli

El brócoli es una verdadera mina de oro en beneficio de nuestra salud. Aquí algunas razones por las que el brócoli debe ser parte esencial en su consumo alimenticio.

⇒ Sistema Nervioso

El brócoli contiene una alta cantidad de potasio, y ayuda a mantener la salud del sistema nervioso y la función óptima del cerebro, así como promueve el crecimiento muscular normal.

⇒ Presión arterial

Junto con una gran cantidad de potasio, el brócoli también contiene magnesio y calcio que ayudan a regular la presión arterial.

⇒ Salud de los Huesos

El brócoli contiene altos niveles de calcio y vitamina K, los cuales son importantes para la salud ósea y la prevención de la osteoporosis.

⇒ Visión

Los estudios han demostrado que el carotenoide luteína ayuda a prevenir la degeneración macular y cataratas, así como posee efectos anti-cancerígenos. Además, el brócoli es una buena fuente de vitamina A, que se necesita para formar la retina, la molécula que absorbe la luz que es esencial tanto para poca luz y la visión del color. La medicina tradicional china recomienda el brócoli para tratar las inflamaciones de los ojos y la miopía

⇒ Sistema Inmunológico

Una taza de brócoli refuerza el sistema inmunológico con una gran dosis de beta-caroteno que permite la prevención de la anemia origen de un fuerte cansancio, la incapacidad de concentrarse y demás trastornos del sistema inmunológico. Los minerales como el zinc y el selenio, además actúa para fortalecer las acciones de defensa inmunológico.

⇒ **Enfermedad del corazón**

La carotinoide luteína también puede retrasar o prevenir el engrosamiento de las arterias en el cuerpo humano, por lo tanto la lucha contra las enfermedades del corazón y elavivamiento. Las vitaminas B6 y ácido fólico en el brócoli también reducen el riesgo de aterosclerosis, infarto de miocardio y accidente cerebro vascular.

⇒ **El daño solar en la piel**

Es muy útil en la reparación de daños en la piel gracias a la glucorafanina que contiene, lo que ayuda a desintoxicar la piel y de repararse a sí mismo.

⇒ **Cáncer**

El Instituto Nacional del Cáncer de los Estados Unidos lo ha clasificado en primer lugar en la lista de hortalizas con propiedades anti cancerígenas, habiendo sido objeto de numerosas investigaciones cuyos resultados así lo certifican puesto que el brócoli contiene glucorafanina y indol-3-carbinol, una sustancia química que se encuentra de forma natural en este vegetal. Al llegar al intestino, la glucorafanina se convierte en sulforafano, un compuesto bio-activo que circula en el torrente sanguíneo, dando lugar a efectos beneficiosos para el cuerpo humano en especial para obstaculizar el crecimiento del cáncer en zonas como: pulmón, estómago, boca, ovario, mama, vagina, colón y próstata.

⇒ **Ayuda Dietética**

El brócoli es rico en fibra, que ayuda en la digestión, previene el estreñimiento y mantiene niveles bajos de azúcar. Por otra parte, una taza de brócoli contiene proteínas tanto como una taza de arroz o maíz, con la mitad de las calorías. (Gonzales M, 2011)

Además, esta maravillosa hortaliza ayuda a reducir las infecciones infantiles, y sus fito nutrientes disminuyen los efectos cancerígenos del humo del tabaco. Al contener antioxidantes naturales que ayudan contra el daño potencial que produce el tabaco en las células de todo el organismo que es aparecido al envejecimiento celular que producen los radicales libres cuando es mayor la concentración de estos que la disponibilidad de antioxidantes en la membrana celular.(Morales A., 2013)

2.2.9. Generalidades del mercado

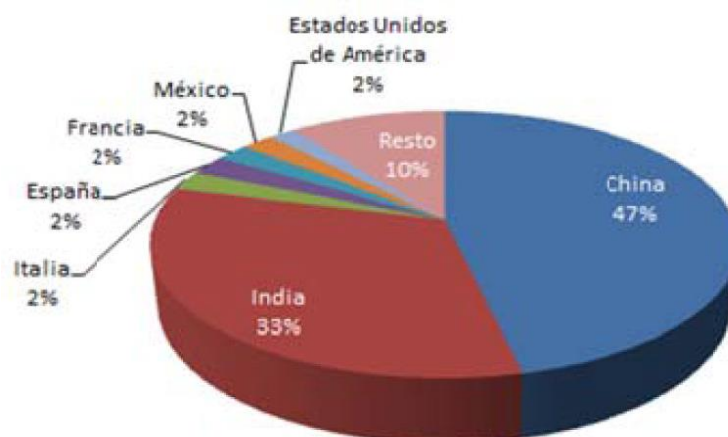
2.2.9.1 Análisis del entorno global

2.2.9.1.1. Producción mundial de brócoli

Desde una perspectiva global, la producción de brócoli ha recibido interés principalmente de las empresas importadoras y exportadoras de dicho producto en el mundo, por ello, cada uno ha visto necesario mejorar la tecnología y desarrollar nuevas formas de sembrar y producir brócoli para posteriormente comercializarla a sus mayores demandantes.

El brócoli es un vegetal que se consume mucho a nivel mundial. En el siguiente gráfico, podremos observar de acuerdo al FAOSTAT la producción obtenida por los principales países a nivel mundial durante el 2008, alcanzando un volumen aproximado de 17.7 millones de toneladas, esto como consecuencia de los cambios en los hábitos de alimentación en los países desarrollados.

GRÁFICO N.º.1: PRODUCCIÓN MUNDIAL DE BRÓCOLI



Fuente: FAOSTAT

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

La mayor parte de dicha producción en ese año la cubrió China con 8.2 millones de toneladas y la India con 5.7 millones de toneladas, la producción de estos países por sí solos, representó poco más del 80% del total. Por su parte España, Italia, Francia y Estados Unidos participaron cada uno con 2% del total. En el mismo año, México produjo

371 mil toneladas, ocupando el sexto lugar entre los mayores productores a nivel mundial. En la actualidad el mundo mantiene una estabilidad productiva que sigue generando ganancias rentables. (FAOSTAT, 2011.)

2.2.9.1.2. Principales productores de brócoli en el mundo

El brócoli, por ser un producto apetecido por sus varios componentes nutricionales se ha puesto en la mira de algunos países alrededor del mundo, tales como son: España, (principal productor y exportador de brócoli) seguido por México, Costa Rica, Brasil, Guatemala, India y algunos países. (Ecuador exporta, 2009)

2.2.9.1.3. Exportación mundial de brócoli

Según estudios recientes, las exportaciones mundiales de brócoli fresco han experimentado un aumentado significativo debido al incremento de la demanda mundial de vegetales, especialmente del brócoli debido a sus bondades nutricionales. A nivel mundial, estamos ubicados en séptimo lugar como exportadores de brócoli, sin que haya dentro de Sudamérica otro país que compita con nosotros, en este caso, son los países de Centroamérica como Guatemala y otros europeos los que compiten dentro de este género.

Los principales países exportadores de brócoli son: España, Francia, Estados Unidos, Italia, México, China, sigue Ecuador, y Guatemala. Rueda explica que hay que identificar el tipo de exportación que hacen estos países, si bien pueden servir de materia prima, después le dan valor agregado para exportarlo, es por eso que algunos países asoman como competidores siendo nuestros importadores o principales mercados.

En los últimos años, el precio de esta hortaliza, se ha estabilizado pero sigue siendo rentable, pues la demanda de brócoli ha incrementado las posibilidades de exportación surgiendo como una alternativa importante para los productores hortícolas satisfaciendo las necesidades de consumo. (Revista El Agro, 2012)

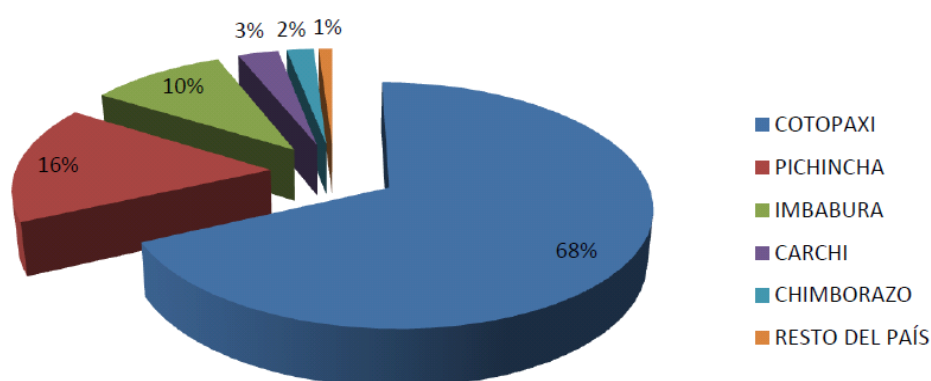
2.2.9.2. Análisis del entorno nacional

2.2.9.2.1. Producción nacional de brócoli

El Ecuador es un país eminentemente agrícola y su importancia radica tanto en su contribución a la economía nacional, como, en la dinámica social que la economía campesina. El brócoli es un producto que ha ido evolucionando a nivel nacional llegando a ser la segunda alternativa de exportación agrícola en la Sierra ecuatoriana generadora de divisas.

Según el último Censo Nacional Agropecuario, casi toda la producción ecuatoriana de brócoli (99%) se concentra en la región Sierra, en donde Cotopaxi, Pichincha e Imbabura registrándose como las principales provincias productoras puesto que en el año 2000 se produjo 48 mil toneladas aproximadamente solo de las 3 provincias. En la actualidad, se estima que debido al crecimiento del sector, la superficie sembrada asciende a 6000 hectáreas, con un rendimiento promedio de 18 TM por hectárea, es necesario destacar que la provincia de Cotopaxi produce el 68% de la producción de brócoli seguida por Pichincha con el 16%, Imbabura que producen el 10%, Carchi con el 3%, Chimborazo con el 2% y el resto de la nación con tan solo el 1%. (III Censo Nacional Agropecuario, 2012)

GRÁFICONo.2: PRODUCCIÓN NACIONAL DE BRÓCOLI



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el siguiente cuadro se puede ver reflejado el crecimiento gradual del brócoli que se ha mantenido en la última década a nivel nacional:

CUADRO No.6: RENDIMIENTO HISTÓRICO 2000-2010

AÑO	RENDIMIENTO (Tm-Ha)
2000	14,61
2001	12,63
2002	11,39
2003	11,81
2004	12,37
2005	15,39
2006	14,87
2007	17,78
2008	17,98
2009	20,16
2010	21,44

Fuente: MAGAP/III CNA/SIGAGRO; INEC, ESPAC

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

El crecimiento de producción de brócoli en Ecuador inicio en 1990 y desde sus inicios, este subsector ha tenido un crecimiento constante y sostenido, representando una creciente proporción de las exportaciones no tradicionales. En la actualidad Ecuador produce 50.000 TM de brócoli, de lo cual, el 84% lo producen pequeños productores.

El 98% de la producción de brócoli ecuatoriano se destina al proceso industrial IQF (Individual Quick Frozen). La producción de brócoli dedicada a la exportación como producto congelado genera alrededor de 3500 puestos de trabajo, mayormente en el área rural. Pese al propósito de satisfacer al creciente mercado de los productos orgánicos, el

área dedicada al cultivo de brócoli orgánico está aún en proceso de expansión. (MAGAP/III CNA/, 2010.)

2.2.9.2.2. Exportación nacional de brócoli

En el Ecuador, las exportaciones de brócoli han mantenido un avance, tal es que el producto exportado ha ido aumentando en términos de volumen y valor, manteniendo la idea fija de conservar a sus principales importadores satisfechos y poder penetrar en otros destinos que demanden de un producto de buena calidad como lo es el brócoli ecuatoriano.

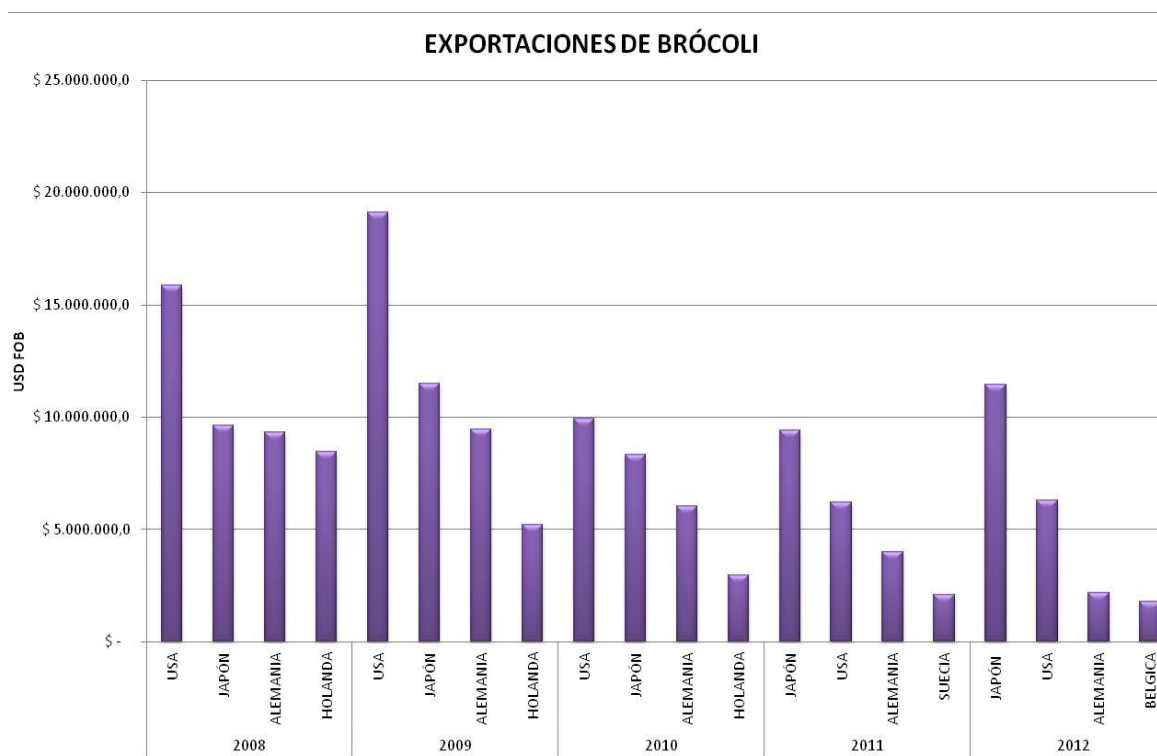
Pese a este dinamismo, Ecuador aún no contempla una diferenciación en las partidas arancelarias para el brócoli y la coliflor, así como el estado del producto (fresco o congelado), aunque el destino de las exportaciones de este vegetal se diversificó en comparación al 2009, y es que dicho año se registraron 18 naciones de destino, mientras que en 2010 el envío se repartió entre 20 naciones de América, Asia y Europa de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

En el 2010, Ecuador exportó un volumen total de 34.041,11 TM (35.527,61 miles de USD) de brócoli, de lo cual el 68% fue enviado a Estados Unidos, Japón y Alemania. En el primer trimestre del 2012, se ha registrado un total exportado de 5.839,71 TM (6.849,84 miles de USD) del vegetal, y Japón consta como su principal receptor, ya que representa el 30% del total. Como estrategia de fortalecimiento de las exportaciones de brócoli, el Ministerio de Industrias y Productividad ha entregado certificación de calidad a familias campesinas en Chimborazo, para que puedan dirigir el comercio de su producto al mercado europeo.

2.2.9.2.3. Principales destinos de exportación de brócoli ecuatoriano

Entre los principales destinos de exportación de los últimos 5 años, se encuentran representados en el siguiente cuadro:

GRÁFICO No.3: EXPORTACIONES HACIA LOS PRINCIPALES DESTINOS



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el gráfico No.3, Estados Unidos ha liderado ser el país de destino de las exportaciones ecuatorianas de brócoli, desde el 2008 hasta el 2010, con mucha diferencia hacia los otros países. Los últimos dos años se ha cambiado las exportaciones hacia Japón. Este país es un gran mercado que exige una excelente calidad y trazabilidad. Las ventas en los cinco últimos años se han distribuido en países de América de Norte, un país de Asia y dos países de la Unión Europea.

2.2.9.2.4. Principales países demandantes de brócoli ecuatoriano

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), dentro de la cartera de países demandantes del brócoli ecuatoriano se destaca Japón, EE.UU y Alemania, puesto que durante el primer semestre del año 2011, de las 9 mil toneladas despachadas hacia el exterior, Japón mantuvo un despacho del 31%, EE.UU el 20%, mientras que Alemania el 15%, el resto se lo envió a distintos territorios en proporciones menores. (BCE, 2011)

GRÁFICONo.4: PRINCIPALES DEMANDANTES DE BRÓCOLI ECUATORIANO

SUBPARTIDA ANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0704100000	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI»)	JAPON	2,279.23	3,627.06	31.46
		ESTADOS UNIDOS	2,286.32	2,306.13	20.00
		ALEMANIA	1,702.70	1,751.19	15.19
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	854.01	1,139.07	9.88
		SUECIA	936.63	955.68	8.29
		REINO UNIDO	845.18	857.43	7.44
		CANADA	287.24	324.75	2.82
		NORUEGA	207.83	211.15	1.84
		BELGICA	104.16	126.61	1.10
		FINLANDIA	95.94	98.22	0.86
		NUEVA ZELANDA	42.40	44.76	0.39
		CHILE	38.83	37.44	0.33
		RUSIA	34.54	32.12	0.28
		ISRAEL	12.44	18.15	0.16
		ANTILLAS HOLANDESAS	0.62	2.43	0.03
TOTAL GENERAL:			9,728.01	11,532.13	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

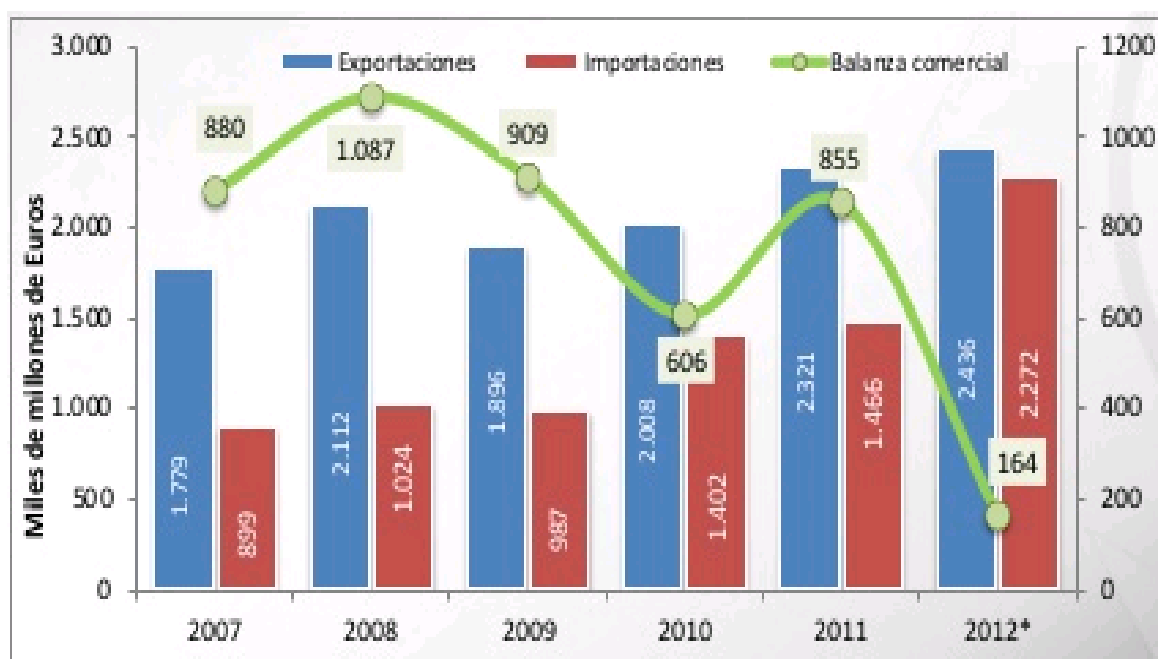
El especialista Sectorial de Promoción de Alimentos Agrícolas de Pro Ecuador (Christian Rueda), expresó que Ecuador ha enviado al mundo 67 millones de dólares de producto exportable de brócoli durante el 2012, además menciona que hay muy buenas expectativas para este sector exportador, pues se ha identificado nuevos mercados a través de las oficinas comerciales en las embajadas para ese producto, tales como en Europa y Asia. (Revista El Agro, 2012)

2.2.9.3. Mercado actual Ecuador- Europa (Bélgica)

- Mercado actual Ecuador- Europa

Ecuador ha sido un fuerte referente negociador para Europa, en el siguiente grafico se puede observar cuál es la evolución del comercio entre estos 2 países durante los 6 últimos años:

GRÁFICO No.5: EVOLUCIÓN DEL COMERCIO DE EUROPA-ECUADOR
(MILLONES DE DÓLARES)



Fuente: EUROSTAT

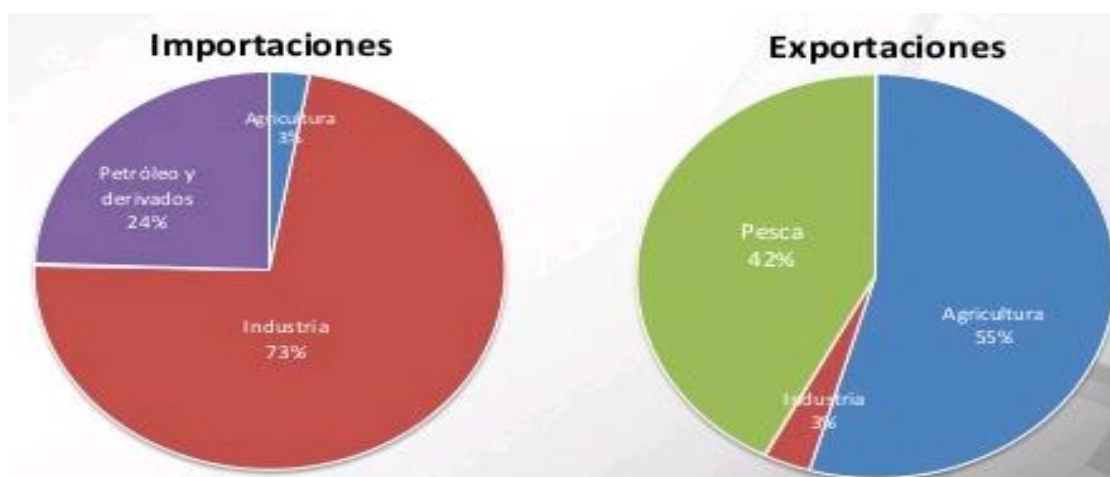
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el 2012, las exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea cerraron en €2.436, mientras que las importaciones de Europa se dispararon, ubicándose en 2.272 millones, lo que significa un crecimiento de las exportaciones del 5% a favor de Ecuador. De acuerdo a la Delegación de la unión Europea para Ecuador, los principales productos importados por Europa desde Ecuador en el 2010 fueron los del sector agrícola que representaron el 94% del total exportado hacia la UE (€1.872,2 millones).

En segundo lugar, aunque con cifras mucho menores, los del sector de hidrocarburos, terminando la lista con los productos mineros (16%) del total exportado al bloque europeo (€31,6 millones).(Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, 2011)

Según datos provisionales de comercio en el 2012 entre Europa y Ecuador, se mantendría un importante grado de complementariedad. Las exportaciones del Ecuador a Europa se concentran en el incremento de bienes de agricultura, se sitúa con un porcentaje de (55%) seguida de la pesca (42%). Las importaciones están compuestas por un 73% de manufacturas, seguidas de petróleo y sus derivados con el 24% y finalmente el sector agrícola con el 3%.

GRÁFICONo.6: IMPORTACIONES-EXPORTACIONES



Fuente: EUROSTAT

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

La participación de las exportaciones ecuatorianas en el mercado europeo de productos varios es muy alto, principalmente a las que confiere el sector agrícola, puesto que en el 2009 Europa disfrutó del 51% de las exportaciones ecuatorianas, generando en el 2012 acrecentamiento de la exportación de hortalizas congeladas hacia Europa de 9.3% incluido el aporte del brócoli. (FEDEXPORT, 2013)

Con respecto a las exportaciones de brócoli entre estos 2 países se ha mantenido un fuerte dinamismo puesto que desde el periodo 2006 hasta el 2010 presentaron un comportamiento creciente tanto en valor como en cantidad, a diferencia del 2008, año en el que el Ecuador

exporto un 1.4% menos en toneladas en relación al 2007, lo cual, fue debido al alza de precios mundiales en alimentos no se reflejó en el valor FOB de ese año.

En los últimos 5 años debido a la variación promedio de las exportaciones ecuatorianas de brócoli en miles de dólares ha sido del 15% y la variación en toneladas corresponde al 9.50%.

Para Ecuador, Europa es uno de sus principales compradores, en el siguiente gráfico se puede observar cuales son los principales productos de exportación hacia este mercado:

GRÁFICON.7: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN HACIA EUROPA

Grupo de productos	2009	2010	2011	Crecimiento promedio 2009-2011	Crecimiento 2010-2011	Participación 2011	Principales compradores
Frutas, legumbres, plantas	994	964	1.069	5,4%	10,8%	46,2%	Italia (29%), Alemania (23%), Bélgica (14%)
Pescado y sus productos	608	684	831	10,7%	21,4%	35,9%	España (35%), Italia (16%), Francia (23%)
Café, té	140	204	212	1,9%	3,8%	9,1%	Alemania (42%), Holanda (24%), Polonia (13%)
Bebidas y tabaco	49	47	42	-4,9%	-9,8%	1,8%	Holanda (79%), Reino Unido (10%), Alemania (5%)
Minerales y metales	27	4	6	15,9%	31,9%	0,3%	Holanda (43%), España (40%), Bélgica (8%)
Madera, papel, etc.	26	26	29	4,8%	9,6%	1,2%	Alemania (32%), Dinamarca (22%), España (18%)
Semillas, oleaginosas, grasas y aceites	21	7	45	263,0%	526,0%	2,0%	Alemania (62%), Holanda (25%), España (8%)
Textiles	6	7	9	10,6%	21,2%	0,4%	Reino Unido (40%), Italia (28%), Alemania (12%)
Productos químicos	5	8	3	-31,4%	-62,9%	0,1%	Italia (21%), Suecia (21%), España (14%)
Azúcares y artículos de confitería	4	5	5	0,5%	1,1%	0,2%	Polonia (72%), Italia (9%), Holanda (7%)
Otros	14	49	65	16,6%	33,2%	2,8%	España (21%), Alemania (17%), Italia (9%)
Total	1.894	2.007	2.316	7,7%	15,4%	100%	España (18%), Italia (17%), Bélgica (15%)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Como se estima en el gráfico n°7, los principales compradores europeos de productos ecuatorianos en el 2011 fueron: Italia, Alemania y Bélgica participando con el 46.2% en el grupo de frutas, legumbres y plantas, generando un crecimiento entre el 2010-2011 del 10.8%, continuamente están los demás países compradores de otros grupos en los cuales Ecuador sigue fortaleciendo su dinámica de ingreso a nuevos mercados con productos de desarrollo. (FEDEXPORT, 2012)

- **Mercado actual Ecuador- Bélgica**

Bélgica es uno de los países más importantes de Europa principalmente porque proporciona gran parte en sus divisas. Para Ecuador es necesario el intercambio comercial es por ello que Ecuador provee de mercadería a este país en vista que existe alta demanda y no existe capacidad de abastecimiento. En el siguiente cuadro se puede observar cuales son los productos que principalmente exporta Ecuador a Bélgica

.CUADRO No.7: PRODUCTOS QUE EXPORTA ECUADOR A BÉLGICA

PARTIDA	DESCRIPCION	FOB	%Particip.
0803001200	Bananas frescas tipo «cavendishvalery»	122,558	58.83%
0306139100	Los demás camarones congelados	34,990	16.80%
1604141000	Atunes en conserva	14,358	6.89%
1801001900	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	7,457	3.58%
0304990000	Los demás filetes y demás carne de pescado, no contemplados En otra parte	3,587	1.72%
0710809000	Las demás hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, Congeladas, excepto espárragos	3,443	1.65%

2008910000	Palmitos en conserva	2,973	1.43%
0704100000	Coliflores y brécoles («broccoli») frescos o refrigerados	1,890	0.91%
2401101000	Tabaco negro sin desvenar o desnervar	1,792	0.86%
0803001300	Banana orito (musa acuminata)	958	0.46%
2101110000	Extractos, esencias y concentrados de café	867	0.42%
0804300000	Piñas (ananás) frescas y secas	802	0.38%
0807200000	Papayas frescas	762	0.37%
0803001900	Las demás bananas o plátanos, frescos	605	0.29%
0804502000	Mangos y mangostanes frescos o secos	454	0.22%
7404000000	Desperdicios y desechos de cobre.	323	0.16%
4001299000	Caucho natural en otras - caucho natural, balata, Gutapercha, - los demás	263	0.13%
0901119000	Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar	205	0.10%
0306110000	Langostas (palinurus spp., panulirus spp., jasus spp.) Congelados	198	0.09%
3203001500	Colorantes vegetales de marigold (xantófila)	181	0.09%
2007999200	Los demás purés y pastas de las demás frutas u otros frutos	157	0.08%
0811909900	Las demás frutas y otros frutos con adición de edulcorante	144	0.07%

	Los demás	1,132	0.54%
TOTALES:		208,318	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

De acuerdo al Boletín de junio/julio del 2013 conferido por PRO-ECUADOR, el 27% de las estimaciones de ventas se ha dirigido hacia el continente europeo, quien ha tenido una participación del 22% en el número de importadores presentes en los eventos que esta entidad a expuesto. Por su parte, África y Asia constituyeron el 1% y 12% de las ventas esperadas respectivamente, este hecho respalda las metas y construyen oportunidades para los vendedores ecuatorianos en mercados no tradicionales.

Las exportaciones de brócoli entre estos 2 países mantienen una acelerada evolución puesto que ha Ecuador le ampara una producción interna alta y la comercialización demandante en Bélgica es muy alta.

2.2.9.4. Mercado objetivo

- **Identificación del mercado**

IMAGEN No.4: BÉLGICA



Fuente: Guía de mercado, Bélgica

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Bélgica es una economía de mercado desarrollada, que se caracteriza por albergar pequeñas industrias diversificadas, posee un sofisticado sistema de transportes y una gran red comercial; además de uno de los más altos PBI per cápita a nivel mundial (en el año 2012, el PBI per cápita fue de US\$ 36,100) siendo el principal sector referente del incremento de la economía Europea.

El sector agrícola belga contribuye cerca del 0.7% en PBI del país y por consiguiente desempeña un rol importante en su economía en comparación a otros países europeos. La agricultura más intensiva tiene lugar en las tierras llanas y fértiles de la región, se dan los cultivos más productivos, como los hortícolas (un tercio de la cosecha se exporta). La ganadería y los productos lácteos son las principales actividades agropecuarias del país. El sector industrial contribuye con cerca del 21.9% del PBI.

Bélgica importa, debido a su reducida dotación de recursos naturales, grandes cantidades de materias primas y productos semi-terminados que son procesados posteriormente y luego reexportados, por otro lado, exporta productos manufacturados, por lo que su economía depende de los mercados exteriores. En la actualidad, la mayor parte de sus relaciones comerciales e institucionales se desarrollan con los países fronterizos: tanto los Países Bajos, como Alemania y Francia que son los principales socios comerciales de Bélgica.

Bélgica ocupa un espacio fundamental como lugar de entrada de numerosas mercaderías a Europa, debido a su ubicación central y su amplio desarrollo portuario y de vías de transporte. Además, la importancia política de Bruselas como sede de las instituciones europeas, de la OTAN y de numerosas representaciones diplomáticas extranjeras, es también sede de múltiples de asociaciones gremiales europeas y de numerosas empresas internacionales, así como de la Organización Mundial de Aduanas, lo que refuerza su peso en el continente, tiene una economía abierta y representa uno de los destinos preferidos para los inversionistas extranjeros a nivel mundial. Las inversiones extranjeras han contribuido significativamente al crecimiento económico desde la década de los sesenta.

Los tres principales países inversionistas son Luxemburgo, Países Bajos y Francia. Según la encuesta anual sobre el atractivo de la inversión en Bélgica en el 2008 de Ernst & Young, Bélgica es uno de las principales destinos para las empresas que quieren implantar

su sede general de centros logísticos y servicios administrativos. (Guía del mercado de Bélgica, 2012.)

Bélgica ha desarrollado una excelente infraestructura de transportes (puertos, canales, ferrocarriles y autopistas) para integrar su industria con los países vecinos. En 1999, Bélgica adoptó el euro, la moneda única europea, reemplazó definitivamente al franco belga en 2002. La economía belga está estrechamente orientada hacia el comercio exterior pues se beneficia de puertos modernos como los de Amberes, Gante, Lieja y Zeebrugge, y cada uno utiliza 66,5 Km. de costa como sus 1.528 km. de vías navegables en el interior del país. Actualmente, el puerto de Amberes es primordial para Bélgica, pues anualmente este registra un volumen de comercio de mercancías marítimas superior a 180 millones de toneladas, convirtiéndose de esta manera en el segundo puerto en volumen de Europa, y el cuarto del mundo; siendo además el primer puerto europeo en cuanto a productos químicos. (Bélgica, información del país, 2012)

- **Tendencias de Consumo**

Aunque existen diferencias dentro de Bélgica en términos de grupos lingüísticos, los belgas tienen en común el gusto por el “buen vivir”, disfrutan de la excelente comida, bebida, vivienda confortable, servicios médicos y sociales altamente desarrolladas, requiriendo altos niveles de calidad en los productos y servicios que consumen.

El consumo de frutas frescas y vegetales en Bélgica ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años generados principalmente por 2 factores:

- Cambio en la dieta alimenticia de los consumidores, especialmente por razones de salud y estética.
- Innovación de sabores, especialmente de ciertos vegetales como la cebolla, el brócoli, champiñones, espárragos, etc.

En general, los productos orgánicos tales como el brócoli son cada vez más solicitados en el mundo alcanzando un mercado de USD 33 mil millones con una tasa de crecimiento promedio anual y se espera que continúe creciendo hasta el 2015. El brócoli al igual que la

mayoría de las hortalizas tiene su mejor oportunidad de mercado en Bélgica, debido a que existe un alto nivel de consumo y escasa oferta de la producción local.

Según Pro-Chile, en Bélgica el consumo de brócoli aumentó durante los últimos 30 años de 0.5 libras p/c a 5.1 libras p/c. obteniendo un incremento en consumo de brócoli en 92%, basándose principalmente en los beneficios para la salud y en otros aspectos convenientes para los consumidores, particularmente como consecuencia de que en los últimos años los productores procesadores han introducido innovaciones que permiten darle al producto un valor agregado (pre cortado), así como la publicación de resultado de investigación catalogándolo como activador contra el cáncer. (Agro Ecuador, 2011.)

2.2.9.5. Análisis de la demanda

Antes de realizar un análisis de la demanda de brócoli, en el siguiente gráfico se puede apreciar el crecimiento del PIB que ha obtenido Europa de los componentes totales de la demanda sobre los 3 últimos años:

GRÁFICO No.8: TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB, CONTRIBUCIONES DE LOS COMPONENTES DE LA DEMANDA

	III 2008 - II 2009	II 2009 - II 2011	II 2011 - IV 2012
PIB	-4,7	3,9	-1,1
Contribución de la demanda interna	-2,9	1,1	-2,1
<i>De la cual:</i>			
<i>Consumo privado</i>	-0,5	0,6	-0,9
<i>Consumo público</i>	0,4	0,2	-0,1
<i>Inversión en capital fijo</i>	-2,8	0,4	-1,1
Contribución de la demanda exterior neta	-0,6	1,2	2,2
Contribución de la variación de existencias	-1,4	1,5	-1,2

Fuente: EUROSTAT, Banco Central Europeo, Boletín mensual Marzo

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Una de las principales causas de la tasa de crecimiento de Europa fueron las exportaciones de la zona del euro que se vieron respaldadas por la solidez de la demanda de las

economías de la OPEP, ricas en materias primas, y, en menor medida, de Asia. Por otra parte, se mantuvo la debilidad de las exportaciones a los Estados Unidos. Desde una perspectiva de largo plazo, desde mediados de 2010 el comercio exterior ha contribuido de forma sostenida y significativa al crecimiento del PIB real de la zona del euro, ya que las exportaciones han superado a las importaciones. (Banco Central Europeo, 2013.)

Según el Informe de TheFreshFruit&VegetablesMarket in the EU/2006; el consumo en la Unión Europea de vegetales frescos en el 2005 alcanzó los 62 millones de toneladas. Desde el 2001 el consumo de vegetales ha crecido a un ritmo del 1.5% anual. El consumo europeo de hortalizas congeladas supera los dos millones de toneladas anuales.

Así como existe una demanda de brócoli muy alta, coexiste consumidores exigentes, según el estudio realizado por MINTEL revela que en la actualidad las tendencias principales para el consumo de alimentos son: productos naturales, frescos, no procesados, productos convenientes que ahorran tiempo al consumidor y que tengan certificaciones orgánicas. Los países en donde el consumo de hortalizas ha ganado popularidad son: el Reino Unido, Irlanda, Alemania, Bélgica, Italia, España, Grecia.

Es importante mencionar que existe diferencia en gustos alimenticios, mucho más cuando se refiere al consumo de hortalizas como el brócoli, en donde para algunos países europeos es importante que este producto sea orgánico como es el caso de Bélgica, para otros como Alemania la búsqueda de productos “gluten free” es primordial.

Se consideran que la demanda en Bélgica de productos orgánicos crece entre un 15 y 20 % anualmente, representando un nicho de mercado para la producción de brócoli, contribuyendo en la demanda exterior neta al crecimiento del PIB, en medida que la tasa de crecimiento en el consumo de éste producto sea superior a las posibilidades de expansión de la producción a nivel mundial. (Sistema de información unificado (SUI), 2013)

Para Bélgica, un producto que sea orgánico lo asocian con salud, conveniencia, responsabilidad social, valor agregado, diversidad y origen étnico. Los consumidores exigen que el brócoli esté libre de pesticidas.

Desde el 2006, el brócoli se oferta a Alemania, Bélgica, Japón, Suecia y Holanda; las estadísticas europeas tienen un patrón de consumo de 2/3 partes de brócoli por 1/3 de coliflor y es en Europa y Bélgica en donde se presenta la mayor tasa de consumo per cápita del primero. Quedando así demostrado que la demanda insatisfecha de brócoli en el mercado belga es alta y que la posibilidad de satisfacerla con producción interna es insuficiente, por lo mismo, Bélgica realiza importaciones de brócoli a países productores. Aunque Bélgica ha mostrado un minucioso desequilibrio político monetario, existe trabajo continuo en el crecimiento de las exportaciones beneficiándose el fortalecimiento de la demanda mundial, y la demanda interna.

2.2.9.6. Análisis de la oferta

El brócoli ecuatoriano es una hortaliza muy apetecida en los mercados internacionales. La cantidad de brillo solar que recibe el cultivo hace que el producto tenga un tono muy verde y un orete compacto de gran aceptación en los mercados de Europa y Japón. Ecuador proporciona variedad de productos agrícolas a Europa, por lo mismo, las exportaciones a la UE suponen alrededor del 15% de las exportaciones totales del país y las importaciones de la UE, alrededor del 10% de las importaciones totales, siendo este el segundo bloque comercial más importante para el Ecuador, únicamente superado por Estados Unidos y la Comunidad Andina de Naciones.

La oferta de producción que sostiene a nivel nacional y se encuentra principalmente en tres provincias de la Sierra (Cotopaxi; Pichincha e Imbabura), pues se sitúan en una altura entre los 2.600 y 3.300 metros sobre el nivel del mar. Según APROFEL, el 65% del brócoli ecuatoriano se destina a la exportación. Las formas de exportación de brócoli que realiza Ecuador son: en fresco, refrigerado, congelado IQF, pueden ser producidos en forma tradicional u orgánica. Las variedades de exportación de brócoli son: el italiano (*Brassica Oleracea Itálica*) que es el más común, y el de la cabeza (*Brassica Oleracea*), muy similar a la coliflor. (PRO ECUADOR, 2012)

La oferta de producción que posee la Corporación Huertos Gatazo Zambrano para exportar es de 150 hectáreas, produciendo mensualmente 40 toneladas de brócoli. A los productores les produce en 25 centavos el kilo y la exportadora vende en 28 centavos, permitiéndoles incluirse en un nicho económico y formar parte de la recomposición del

mundo rural creando redes de comercialización entre espacios de producción, de transformación, de exportación entre pequeños productores ecuatorianos y andinos que intercambian sus experiencias demostrando que las hortalizas en especial el brócoli mantiene un camino por recorrer amplio con posibilidades de crecimiento en mercados internacionales. (Diario EL Comercio, 2013)

2.2.9.7. Determinación de la demanda insatisfecha

Para Europa ha sido muy difícil distribuir productos agrícolas a sus principales consumidores, que son: Reino Unido (18%) y Alemania, (9.44%), puesto que el porcentaje de la misma es alta, registrando un importe por parte de Ecuador en el último año 55% de exportación agrícola.

Es así como en el 2009, la UE importó €1.896 millones de Ecuador y exportó €987 millones, lo que supuso alrededor de un 0,1% del total de las importaciones-exportaciones para la UE. En el año 2010, aumentaron tanto las importaciones europeas de Ecuador (€1.993 millones), como las exportaciones de la UE hacia el mercado ecuatoriano (€1.399 millones), aunque estas últimas en mayor proporción, generando un saldo en la balanza comercial positivo, pero menor, para Ecuador con respecto al año anterior (€909 millones en 2009 y €594 millones en 2010). (Delegación de la Unión Europea para el Ecuador,2011.)

En Bélgica, igualmente existe un alto nivel de demanda de brócoli, encontrando dependencia en las importaciones que les proporcionan proveedores agrícolas de los países bajos, dado que la escasez de recursos agrícolas internos es grave por la misma razón se importa el 78% de la producción agrícola.

Bélgica ha importado un valor de 303.358 millones de euros en el 2011 a diferentes países en el mundo, una cifra muy superior a los 280.327 millones de euros que Bélgica exportó en el 2007, por tal razón lo han situado como la décima potencia comercial mundial con un 4% de los intercambios comerciales mundiales.

Los principales consumidores agrícolas de Bélgica son: Alemania, Francia y los Países Bajos, cuentan con el 49% del total de las exportaciones belgas y el 39% de las importaciones en el 2009.

La alta demanda de hortalizas en Bélgica constituye la primera prueba de viabilidad para la exportación de un producto. No obstante, la demanda insatisfecha debe ser ampliamente superior al tamaño del plan, a fin de que el riesgo no sea tan alto, demostrando que sí existe una considerable demanda insatisfecha de brócoli en el mercado belga y que no hay suficiente producción del mismo en ese país. Por lo mismo es que Bélgica posee una demanda insatisfecha de 35% de brócoli seguida del coliflor con un 30.2% dentro de la cartera de los principales productos orgánicos con demanda de Bélgica. De manera que este aspecto no se considera un inconveniente.(Bélgica, información del país, 2012)

- **Demanda insatisfecha real**

Para la determinación de la demanda real dentro de nuestro estudio, tomaremos en cuenta el valor de las importaciones generales de Bélgica, esta será multiplicada por la demanda insatisfecha porcentual de brócoli que en el ítem anterior se menciona.

M Bélgicaxd insat.%

303.358 x 35%

Tenemos una demanda real de 106.175,3// en millones de euros.

2.2.9.8. Acuerdos comerciales Ecuador-Europa (Bélgica)

- **Ecuador-Europa**

Actualmente Ecuador analiza la intención de firmar el convenio comercial con el bloque europeo, se ha presentado reuniones con delegados de la Unión Europea (UE), de Bruselas (Bélgica) como de Ecuador, y miembros de la Cancillería, dichas propuestas realizadas por Ecuador han sido acogidas favorablemente por la Unión Europa, puesto que firmar

acuerdos comerciales con países de la región andina como Ecuador es conseguir economías más equitativas.

Hasta el 2012, Ecuador ha venido estudiando este aspecto sin olvidar los intereses de las empresas exportadoras, y los intereses de los pequeños productores agrícolas. Aunque aún no existe un acuerdo definitivo, firmar un acuerdo comercial con la Unión Europea, bajo cualquier nombre, sería un paso próspero en varios ámbitos, abriéndonos paso a la exportación de productos industriales, agrícolas y manufactureros, puesto que el país europeo ha presentado interés en la compra de varias especies de los países andinos productores.(Diario El Universo, 2013)

Basta mencionar la existencia del Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación entre la Comunidad Europea y sus Estados miembros, con la Comunidad Andina y sus Estados miembros (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), recalcando la importancia que las partes otorgan a la consolidación del diálogo político sobre asuntos bilaterales, regionales e internacionales de interés común, así como a los mecanismos de diálogo, conforme a lo indicado en la Declaración conjunta sobre el diálogo político entre la Unión Europea y la Comunidad Andina, firmada en Roma el 30 de junio de 1996; se mantiene el interés de fomentar los intercambios necesarios con miras a crear las condiciones que posibiliten el desarrollo, sobre bases sólidas y mutuamente beneficiosas, de unas relaciones pujantes entre la Unión Europea y la Comunidad Andina(ratificada en la Cumbre de Madrid de 2002).

Según el Artículo 13 de Cooperación comercial suscrita en el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación entre la Comunidad Europea y la Comunidad Andina se llegó a acordar:

- Trabajar para crear las condiciones que les permitan negociar, sobre la base de los resultados del programa de trabajo de DOHA, un acuerdo de asociación viable y mutuamente beneficioso, en particular un acuerdo de libre comercio, las partes acuerdan que la cooperación comercial promoverá el desarrollo de las capacidades de los países andinos, a fin de lograr un incremento de la competitividad que permita una mejor participación en el mercado europeo y la economía mundial.

- Fomentar el desarrollo y la diversificación del comercio intra-regional hasta el máximo nivel posible y alentará la participación activa de la región andina en las negociaciones comerciales multilaterales en el contexto de la Organización Mundial del Comercio.

La asistencia técnica relacionada con el comercio deberá promover también la identificación y eliminación de los obstáculos que impiden el desarrollo del comercio.

Un objetivo adicional puede ser promover y apoyar, entre otras, las actividades siguientes:

- ⇒ Actividades de promoción del comercio, incluyendo intercambios adecuados entre empresas de ambos lados;
- ⇒ Misiones comerciales;
- ⇒ Análisis de mercado;
- ⇒ Estudios sobre la mejor manera de adaptar la producción local a la demanda de los mercados exteriores

Habida cuenta de este objetivo, la asistencia técnica relacionada con el comercio deberá incluir actividades en el ámbito de la simplificación de los intercambios y las aduanas (por ejemplo, simplificación de procedimientos, modernización de las administraciones de aduanas y capacitación de funcionarios), normas técnicas, medidas sanitarias y fitosanitarias, derechos de propiedad intelectual, inversión, servicios, contratación pública, sistemas de resolución de conflictos, etc.

Según el Artículo 18 de Cooperación aduanera:

1. Las Partes acuerdan que la cooperación en este campo tendrá por objeto garantizar el cumplimiento de las disposiciones de la OMC en relación con el comercio y el desarrollo sostenible, y lograr que los regímenes aduaneros de ambas Partes sean compatibles para facilitar los intercambios comerciales entre ellas.

2. Las actividades de cooperación podrán incluir:

(a) La simplificación y la armonización de los documentos de importación y exportación sobre la base de la normativa internacional, principalmente la utilización de declaraciones simplificadas;

(b) La mejora de los procedimientos aduaneros mediante métodos tales como la evaluación del riesgo, procedimientos simplificados de ingreso y liberación de bienes, la concesión de la condición de operador homologado y el empleo de sistemas automatizados y de intercambio de datos informatizados (IDI);

(c) Medidas para mejorar la transparencia y los procedimientos de recurso contra las decisiones y fallos aduaneros;

(d) Dispositivos que garanticen la celebración de consultas periódicas con la comunidad comercial sobre la normativa y los procedimientos en materia de importación y exportación.

3. Las Partes acuerdan estudiar la celebración de un protocolo de asistencia mutua en materia de aduanas dentro de los límites del marco institucional establecido por el presente Acuerdo.

Por otra parte, dichas relaciones comerciales de la Unión Europea y Ecuador, acceden permanecer realizando comercio en bien de la economía de ambos países. (Sistema de información sobre comercio exterior, 2013)

- **Ecuador-Bélgica**

Concerniente a las relaciones comerciales entre Ecuador y Bélgica, se mantiene estrechas relaciones de amistad y cooperación. En materia de movilidad humana, Bélgica es el único país de la Unión Europea (UE) que ha suscrito un convenio con el Ecuador con el fin de organizar y orientar los flujos migratorios. Del mismo modo, ambos países desarrollan una importante cooperación en el ámbito de la ciencia y tecnología, y del conocimiento. La cooperación belga trabaja en el Ecuador desde los años 90, en proyectos de desarrollo rural, salud, educación, turismo y saneamiento ambiental, en la Sierra Centro. (Ministerio de relaciones exteriores, 2010)

De acuerdo al Convenio entre la República del Ecuador y el Reino de Bélgica ratificado mediante Decreto Ejecutivo No. 1297, publicado en Registro Oficial 286 de 16 de Marzo del 2001, tendiente a evitar la doble imposición y a prevenir la evasión fiscal se confiere;

Según el Artículo 5 de Establecimiento Permanente, se sugiere que la utilización de instalaciones puedan almacenar, exponer y entregar bienes o mercancías pertenecientes a la empresa de cualquier país a través de un agente independiente que actúe por cuenta de una empresa y ejerza habitualmente en un Estado Contratante poderes que la facultan para concluir contratos en nombre de la empresa, se considerará que la misma tiene un establecimiento permanente en este Estado respecto de todas las actividades que esta persona realiza por cuenta de la empresa, a menos que las actividades de esta persona se limiten y que, de haber sido ejercidas por medio de un lugar fijo de negocios, no se hubiera considerado este lugar cómo un establecimiento permanente, de acuerdo con las disposiciones de este párrafo.

Según el Artículo 23, cuando las pérdidas sufridas por una empresa contratada por un Estado Contratante en un establecimiento permanente situado en el otro Estado Contratante han sido efectivamente deducidas de los beneficios de esta empresa para su imposición en el primer Estado Contratante y esto conforme a la legislación de este Estado, la exoneración prevista en el, según proceda, no se aplica en el primer Estado Contratante a los beneficios de otros períodos imponibles, en la medida en que estos beneficios también han sido exonerados de impuestos en el otro Estado Contratante por razón de su compensación con dichas pérdidas. (Ministerio de relaciones exteriores, 2001)

2.2.9.9. Comercio bilateral

El Comercio bilateral que existe entre Bélgica y Ecuador del producto brócoli correspondiente a la partida 07.10.80 ha evolucionado respectivamente, a continuación se lo detalla en el siguiente gráfico:

GRÁFICONo.9: EVOLUCIÓN IMPORTACIONES BÉLGICA-ECUADOR, (VALORES EXPRESADOS EN MILES DE DÓLARES)

Código del Producto	Descripción del Producto	Bélgica Importa desde Ecuador			Bélgica Importa desde el Mundo		
		Valor en 2008	Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2008	Valor en 2009	Valor en 2010
'07108095	Hortalizas, incluso cocidas en agua o vapor, congeladas(excepto papas, hortalizas de vaina, espinaca, espinaca de nueva zelanda, armuelles, maíz dulce, aceitunas, frutas de los géneros capsicum o del género pimenta.	1,684	3,948	3,829	193,270	182,130	170,117

Fuente:TradeMap

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Como se puede distinguir en el gráfico, la evolución que ha mantenido el brócoli desde el 2008 ha sido altamente progresiva, aunque en los últimos años ha existido un déficit por causa del cambio de precios de dicho producto en el mercado, Ecuador sigue insistiendo en seguir exportando a Bélgica puesto que mantener una buena comercialización bilateral con dicho mercado es realmente beneficioso para el país ya que generaría la permanencia de divisas para las 2 partes involucradas.

2.2.9.10. Preferencias Arancelarias

Toda la Unión Europea, aplica el arancel aduanero común e integrado, la correspondiente nomenclatura (TARIC), y los acuerdos de comercio preferencial. Al ser parte de la Comunidad Europea los dos países, Ecuador y Bélgica, tienen la misma normativa para realizar exportaciones en cuanto a medidas arancelarias y no arancelarias.

Entre estos 2 países se mantienen un sistema de preferencias generalizadas que permite el acceso al mercado comunitario con exoneración total o parcial de los derechos de aduanas a las exportaciones de productos manufacturados y de determinados productos agrícolas procedentes de los países en vías de desarrollo (PVD) antes conocidos como países subdesarrollados.

El Objetivo del SPG, consiste en ayudar a los países en desarrollo a incrementar sus ingresos por medio del comercio internacional. La característica principal de los SGP, es que son preferencias unilaterales, es decir, que el país que las otorga no recibe un trato arancelario preferencial en sus exportaciones a la otra parte, por lo anterior, los criterios para su otorgamiento o suspensión es determinada por el país otorgante. (PRO ECUADOR, 2011.)

El importador de Bélgica debe aplicar la siguiente tarifa a las importaciones con la partida 07.10.80, verduras, nep congelados procedente de Ecuador.

GRÁFICONo.10: RÉGIMEN COMERCIAL

Código Producto	Descripción Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
0710809580	Hortalizas, incluso cocidas en agua hirviendo o al vapor, congeladas (papas exc. legumbres, espinaca, espinaca de Nueva Zelanda, arnuelles, maíz dulce, aceitunas, frutos del género Capsicum o del género Pimenta, champiñones, tomates , alcachofas y espinacas): Otros	Arancel preferencial para los países beneficiarios del Régimen Especial de Estímulo para el Desarrollo Sostenible	0.00%	0.00%

Fuente:Market Access Map

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

2.2.9.11. Barreras No Arancelarias

En tanto a las barreras no arancelarias que existen entre Ecuador y Bélgica, se mantienen requisitos específicos para hacer respetar la exportación e importación de brócoli correspondiente a la partida 07.10.80.

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos

- Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal
- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Certificado de importación de productos agrícolas (Sólo aplicable a ajos y *Alliumampeloprasum*)
- Etiquetado de productos alimenticios
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Todos los acuerdos con Bélgica servirán, además, de ejemplo para futuras negociaciones bilaterales con otros países europeos y consagra el principio de la libre movilidad de bienes y servicios como de individuos (naturales o jurídicos). Mediante el convenio se crea también una Comisión bilateral de Alto Nivel sobre varios temas que buscará soluciones a problemas en diversos campos.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo del plan de exportación de brócoli, la metodología que se utilizara será a través de la modalidad cualitativa-cuantitativa, recurriendo a técnicas e instrumentos rigurosos para una mejor recolección de datos, estudiando de forma global la situación del problema y deliberando cada aspecto redundante que no genera los resultados deseados.

- La modalidad cualitativa nos permitirá evaluar el desarrollo de los sucesos, esto se realizara a través de documentos pertinentes previos a la realización de una exportación, siendo muy necesarios por ser requisitos obligatorios en todo proceso de exportación. Se realizara entrevistas a los directivos de la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO, esto para poder contribuir en la investigación y poder profundizarse en temas rotundamente de carácter interno.
- La modalidad cuantitativa nos permitirá realizar un análisis sobre la posibilidad de tener resultados deseados a través del desarrollo estadístico sobre la hipótesis a comprobar, por lo cual, para efecto de este emplearemos encuestas dirigidas a aquellos representantes productores de hortalizas y así poder comprobar las hipótesis establecidas anteriormente.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Una vez planteada la modalidad del plan de exportación de brócoli se pondrá en ejecución un estudio analítico y descriptivo sobre los resultados que ha generado la modalidad cualitativa-cuantitativa, esto buscando especificar los rasgos más importantes como: propiedades, características y los perfiles que conlleva un plan de exportación.

- La investigación descriptiva permitirá descubrir las características fundamentales de los aspectos encontrados, al emplear dicha investigación en el plan de exportación de brócoli se obtendrá información descriptiva de las situaciones y los

rasgos importantes de la investigación proporcionando realimentar el sentido de conocimiento.

- La investigación analítica en el desarrollo del plan de exportación permitirá obtener datos que confirmen la hipótesis a investigar, de ahí se pondrá en ejecución todas las posibles tácticas para un mejor control crítico de los datos recogidos y los procedimientos empleados.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población a la que describiremos en el plan de exportación de brócoli será al total de socios activos, representantes de promover la exportación de productos agrícolas hacia mercados internacionales, esto debido a que se manifiestan como principales actores de todo el proceso productivo además por ser los involucrados directos de competencia para otras empresas que trabajan en áreas similares.

Huertos Gatazo Zambrano tiene un total de 102 socio participantes que trabajan de forma asociada, este total de socios serán expuestas a investigación por ser un numero representativo de población. Por lo cual, no tenemos segmentación de población puesto que toda la población será expuesta a estudio sometiéndolas a una evaluación estadística definiendo claramente los criterios de inclusión y exclusión.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

- Para la realización de un plan de exportación de brócoli el instrumento que se utilizara para una mejor obtención de resultados serán las encuesta las mismas que estará dirigidas a los 102 socios activos de la Corporación HGZ, dicho instrumento será llevado a análisis estadístico el cual permita corroborar la hipótesis puesta a estudio.
- Se realizará entrevistas en profundidad a los directivos de la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO esto con fin de recoger información interna y externa orientada al tema en cuestión, priorizando siempre la credibilidad y contribuyendo a dar solución a la problemática objeto de estudio.

- El manejo de los documentos en el desarrollo del plan de exportación será de primordial importancia para poder efectuar una exportación, por ello se hará un estudio minucioso sobre el papel que realizan cada uno de estos, entre los cuales se debe poner énfasis en la factura proforma, factura comercial, hoja de ruta, certificados, manifiesto internacional de carga, declaración de tránsito aduanero etc.

La encuesta, las entrevistas y los documentos serán los instrumentos que sirvan para la recolección de datos que respondan a los criterios de validez, confiabilidad y discriminación, todos puestos a investigación nos permitirá obtener una mayor fuente de resultados, para poder analizarlas, describirlas y cuantificarlas ofreciendo ser comprobables.

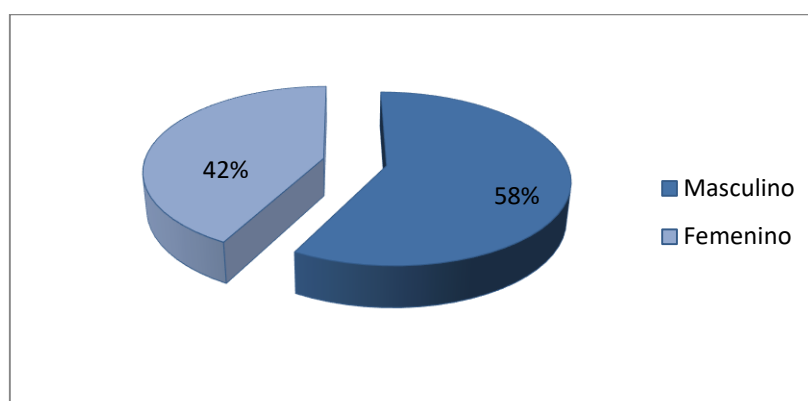
3.5 RESULTADOS

3.5.1 Resultado de las Encuestas

Para poder comprobar la hipótesis a defender se ha realizado 102 encuestas al total de los socios activos existentes en la Corporación HGZ, teniendo como base 10 preguntas fundamentales, las mismas servirán de guía para la verificación de la hipótesis a investigar.

3.5.1.1 Tabulación y análisis de datos

GRÁFICONo.11: GÉNERO

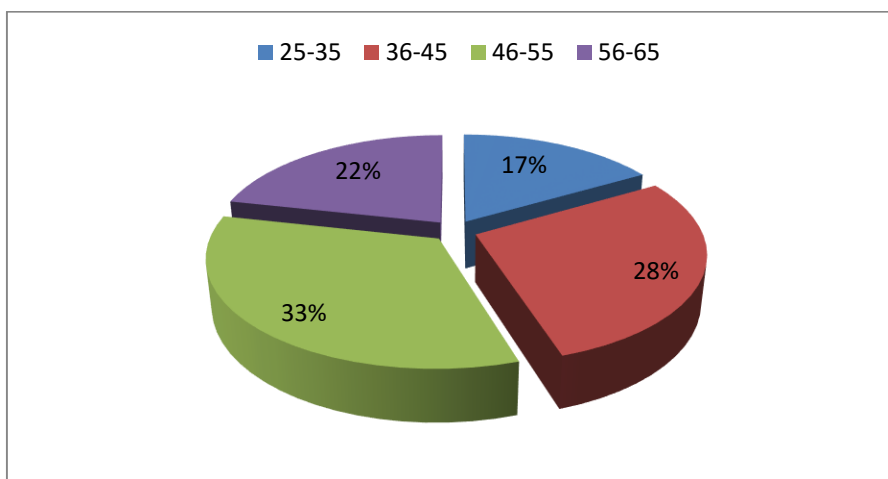


Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el grafico n°11, se puede observar que el 58% de los productores de brócoli de la Corporación HGZ son de género masculino, mientras que el 42% restante está representado por el sexo opuesto. Aunque se conoce que las mujeres desempeñan otras actividades como la crianza de niños y el cuidado de animales, podemos ver que también forman parte de este proyecto asociativo de la comunidad gatacense.

GRÁFICONo.12: EDAD



Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En este grafico se puede observar que el 33% de los encuestados se encuentran en una edad entre 46-55 años, esta se encuentra seguida del 28% de las personas de 36-45 años. Al preguntarles a estos 2 grupos respondieron que al formar parte de la Corporación se han visto mayormente involucrados a producir con el fin de permanecer integrando al proyecto asociativo y comercializando sus productos a diferentes sectores, ya sea a nivel local o fuera del país.

El grupo restante está representado por el 22 y 17%. Por lo que podemos deducir es que la producción agrícola aún se mantiene viva y con toda la voluntad de seguir progresando junto a HGZ para en un futuro ser reconocida nacional e internacionalmente.

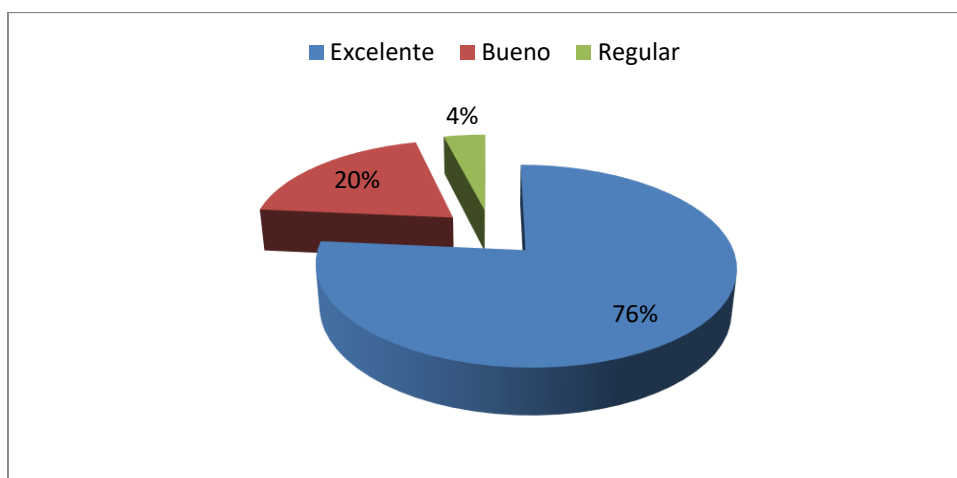
1.- ¿Cuál es la carga familiar que depende de Ud. como productor agrícola?

Frente a la pregunta expuesta, la mayoría de encuestados supo responder que la carga familiar en cada hogar es de 3 a 5 integrantes aproximadamente. En esta comunidad rural,

existen 700 personas que impulsan su cultivo para exportar a Estados Unidos, Japón y Alemania. Es por ello que ellos manifiestan que este tipo de proyectos son de gran importancia pues se ha logrado frenar la migración de agricultores campesinos a otras ciudades en busca de empleo.

2.- ¿Cómo califica el producto agrícola que comercializa la Corporación HGZ?

GRÁFICO No.13: PREGUNTA 2



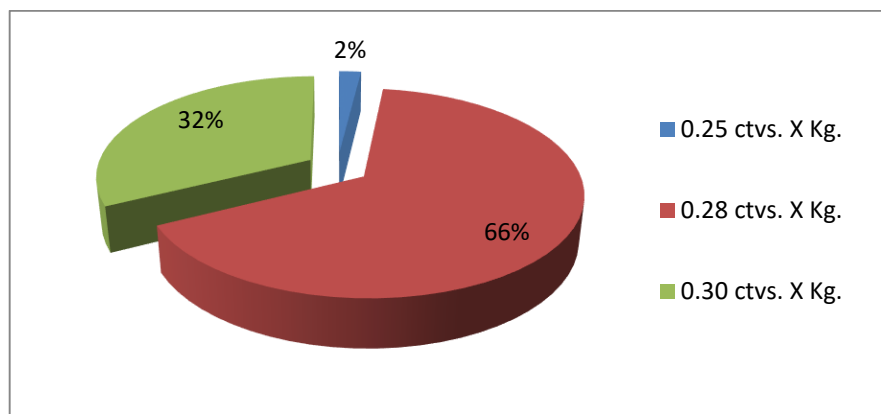
Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y productores de la Corporación HGZ, se ha podido llegar a una respuesta bastante aceptable, puesto que en esta pregunta el 76% de las personas encuestas coinciden en que los productos que ellos comercializan son de excelencia, mientras que el 20% lo considera bueno y tan solo el 4% de las persona encuestadas supieron responder que el producto aun es regular, puesto que para ellos falta conocimientos con respecto a ciertos temas agrícolas que no permiten que el brócoli cultivado sea competitivo frente a otros comercializadores locales.

3.- ¿Cuál sería el precio final del brócoli que Ud. produce con fines de exportación?

GRÁFICONo.14:PREGUNTA 3



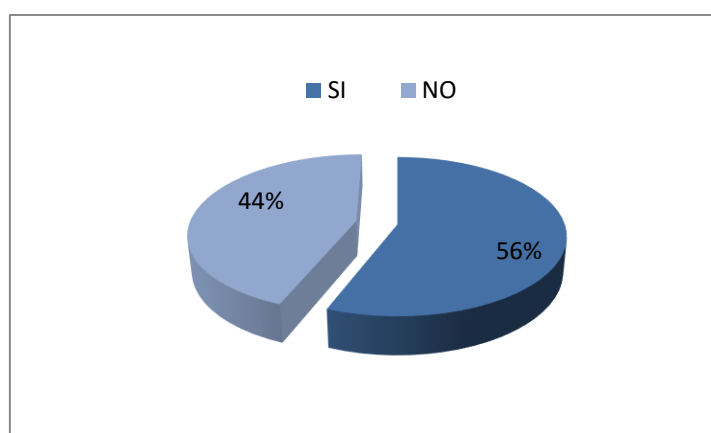
Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Según las personas encuestadas, el 66% respondió que su producto debería ser comercializados a 0.28 centavos por kilogramo, mientras que el 32% respondió que el precio de su producto por kilogramo se debería distribuir a 0.30 centavos por demandar demasiado esfuerzo y cuidado, y tan solo el 2% está de acuerdo en que el precio se mantenga.

4.- ¿Ha recibido capacitación sobre productos agrícolas de exportación alguna vez?

GRÁFICONo.15: PREGUNTA 4



Fuente: Información socios HGZ

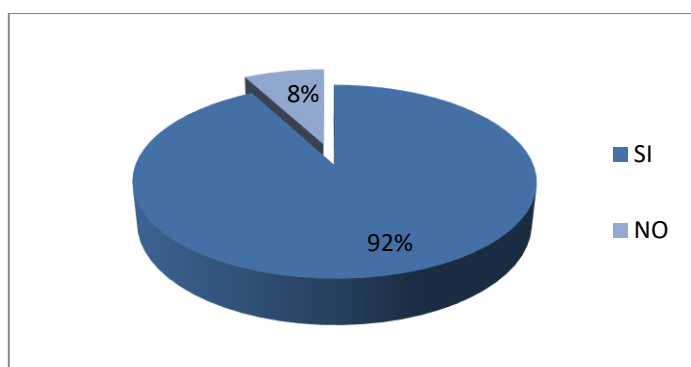
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el gráfico No.15, se puede observar que el 56% respondió SI a la pregunta sobre si alguna vez recibió capacitación sobre productos que sean de calidad exportable, la mayoría que respondió positivamente ven beneficioso que se de esta clase de charlas, puesto que como productores dedicados a este oficio tienen interés por conocer dichos temas, además, porque saben que si lo ponen en práctica el resultado será mucho más provechoso.

El 44% de los encuestados respondieron no haber asistido a capacitaciones de este tipo, el resultado a esta pregunta fue principalmente por falta de tiempo ya que la mayoría se dedica a otras actividades.

5.- ¿Ha realizado alguna vez nuevas técnicas de producción para mejorar su producto agrícola?

GRÁFICO No.16: PREGUNTA 5



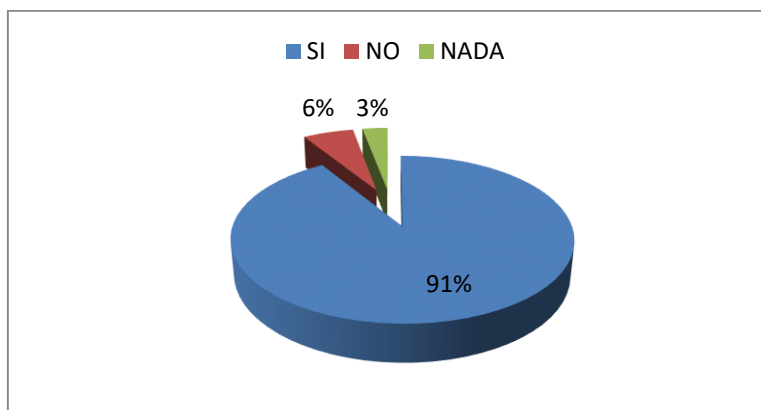
Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

La respuesta a esta pregunta tuvo un porcentaje ominoso, ya que el 92% de los encuestados respondieron haber realizado alguna vez nuevas técnicas de producción, esto con el fin de poder obtener mejores productos, con mayor aceptabilidad al venderlos generando mayores ganancias. Los que respondieron a esta pregunta dijeron que lo han hecho a través de formas aprendidas con profesionales en producción agrícola, por ejemplo: cultivar la semilla (esta proviene de proveedores externos) en los huertos ubicados en la comunidad con los cuidados adecuados. El 8% en cambio respondió no haber realizado nuevas técnicas para mejorar su producción.

6.- ¿Le gustaría mejorar sus productos para considerarlos de calidad exportable?

GRÁFICONo.17: PREGUNTA 6



Fuente: Información socios HGZ

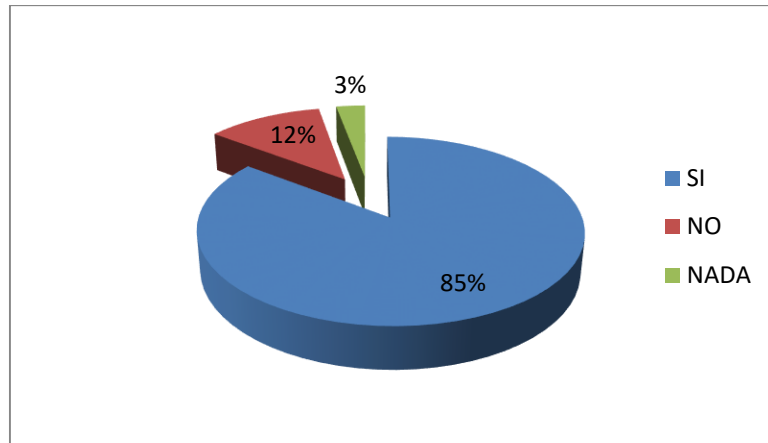
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

De acuerdo al gráfico No.17, se puede observar que existe un 91% que respondieron positivamente a la pregunta expuesta, manifestando que les gustaría mejorar sus productos para poder abrirse paso a nuevos mercados, generando reconocimiento a nivel local y extranjero. Aunque se sabe que HGZ es una corporación que exporta a EE.UU, Japón y Alemania no derrochan el deseo de poder comercializar con nuevos países que demanden de un producto como en este caso es el brócoli.

El 6% que respondió, manifestó no desear hacerlo porque hasta el momento han sido productores líderes en la provincia y que el principal objetivo es poder satisfacer la demanda de sus principales consumidores. Finalmente el 3% restante mantuvo resistencia de responder a la interrogante.

7.- ¿Estaría dispuesto a producir mayor cantidad de brócoli para satisfacer la demanda?

GRÁFICO No.18: PREGUNTA 7



Fuente: Información socios HGZ

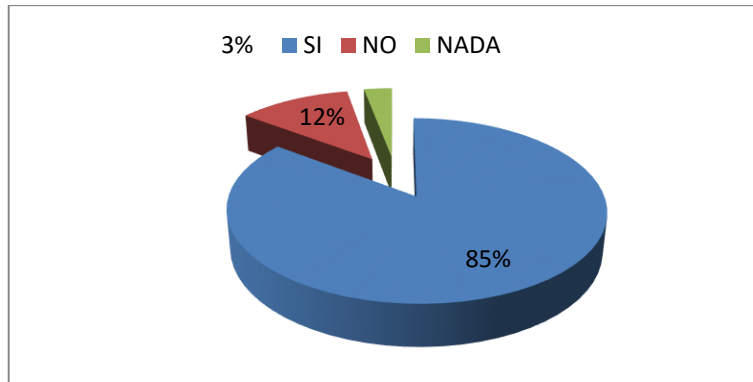
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

El porcentaje a esta pregunta mantuvo una proporción alta, obteniendo el 85% de respuestas positivas, esto debido a que los socios se encuentran dispuestos a producir mayor cantidad de brócoli para comercializarlo ya sea dentro o fuera del país, manteniendo la idea fija de satisfacer a sus consumidores con productos de calidad, que generen beneficios en bien de la corporación y sus integrantes, quedando demostrado que tienen el compromiso, la seriedad y la capacidad productiva que cualquier empresa requiere.

El 12% que respondió negativamente dijo no estar en disposición de hacerlo por el hecho de no tener los recursos necesarios y el 3% restante se opusieron a responder la pregunta.

8.- ¿Para satisfacer la alta demanda, cree que es necesario realizar acopio de producción de nuevos proveedores?

GRÁFICONo.19: PREGUNTA 8

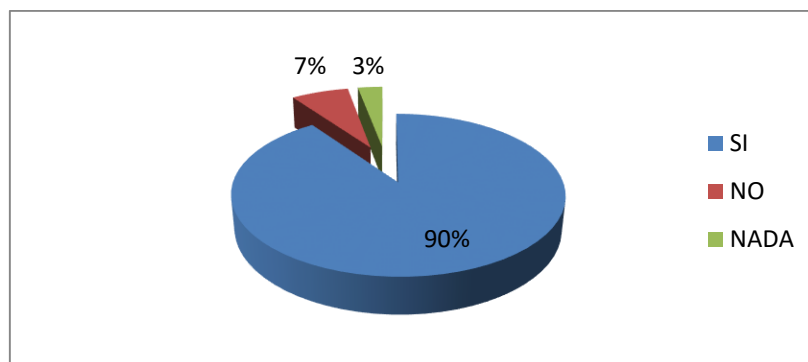


Fuente: Información socios HGZ
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el gráfico expuesto, se puede observar que el 85% respondió estar de acuerdo con realizar la compra de producción a nuevos proveedores con el fin de satisfacer la demanda, además dijeron que esta sería una forma de apoyar al sector productivo generando ganancia para las familias involucradas. El 12% respondió no, al verse amenazados a producto ajenos que pueden enajenar sus productos y a los mismos de HGZ, y el 3% restante no respondió nada.

9.- ¿Piensa Ud. que la Corporación HGZ tiene la capacidad moral y productiva para mantener comercialización con mercados internacionales?

GRÁFICONo.20: PREGUNTA 9



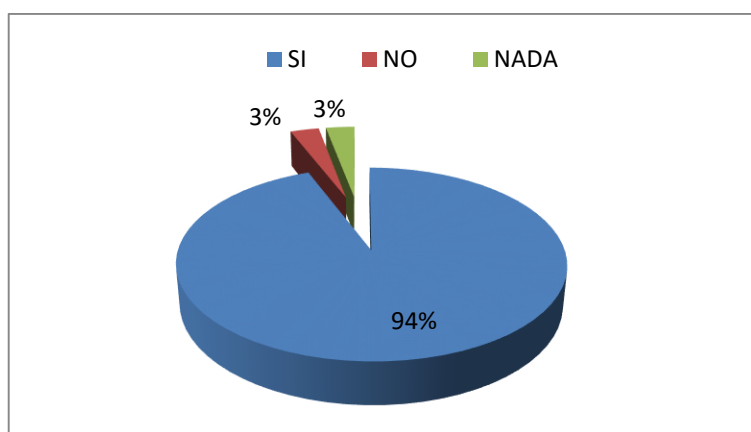
Fuente: Información socios HGZ
Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

De acuerdo a la respuesta de los encuestados, el 90% dijo que la Corporación Huertos Gatazo Zambrano si tiene la capacidad moral y productiva para mantener una negociación con mercados extranjeros, puesto que como exportadores ya se han visto expuestos a diversos inconvenientes que han sabido superarlo sin mucha complicación demostrando compromiso y seriedad en cada uno de ellos.

El 7% en cambio respondió aun no tener estos 2 elementos, no porque no deseen tenerlo sino por la falta de valores. Y finalmente el 3% no respondió nada por resistencia a responder la interrogante.

10.-¿Cree que es necesario que una organización asociativa campesina este respalda por instituciones gubernamentales?

GRÁFICO N.º.21:PREGUNTA10



Fuente: Información socios HGZ

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En esta última pregunta, el 94% de las personas encuestadas respondieron que si se debería tener el respaldo de una institución gubernamental que brinden apoyo a las comunidades indígenas que se encuentran realizando proyectos emprendedores, para así poder facilitar aquellos inconveniente que se presenten en ciertos casos.

En la actualidad esta corporación trabaja con uno de los principales proyectos que el estado ha ideado para beneficio de las pequeños emprendedores, el de economía popular y solidaria, dicho proyecto ha proporcionado mayor facilidad de comercialización de los productos agrícolas como el del brócoli generando aceptación de sus consumidores.

Tan solo el 3% de los encuestados respondió que no es necesario trabajar a través de instituciones gubernamentales puesto que ellos mismos son ejemplo de un proyecto asociativo apoyado por las ONG's, mientras que el 3% restante no respondió a la interrogante.

3.5.2 Resultado de las Entrevistas

Como resultado de las entrevistas realizadas a los directivos de la Corporación "Huertos Gatazo Zambrano, se ha obtenido información verídica e indiscutible sobre varios temas como: formas de comercialización y producción que conlleva dicha empresa, temas de total importancia para el estudio de nuestra investigación y que han sido expuestos en el capítulo 2, del estudio de mercado.

3.5.3 Resultado de los Documentos

Como resultado de los documentos estudiados mencionaremos que se le ha dado importancia a todos los documentos que sirvieron como fuente de información en temas referentes al estudio de investigación. Dichos documentos han servido de apoyo para reconocer la situación de todo el mercado, estos documentos mencionados son: certificados de constitución, revistas, folletos, libros, e incluso nóminas y listas proceso de producción y comercialización de productos perecederos como el brócoli.

3.6 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

De acuerdo al estudio realizado en este capítulo, ha quedado comprobado que la hipótesis a defender tiene cabida en el desarrollo de un plan de exportación de brócoli, permitiendo que la Corporación "Huertos Gatazo Zambrano" pueda establecerse en el medio exportador.

Prueba de ello, están las encuestas realizadas a los socios de la Corporación "Huertos Gatazo Zambrano", los cuales han indicado que tiene un gran interés de innovar conocimientos para ser mayormente competitivos, además, por ser la única que desempeña esta labor en la provincia de Chimborazo puesto que no existe empresas que se dediquen al

sector brocolero, percibiéndoselos entusiasmados de poder brindar a sus consumidores productos de calidad exportable a un precio conveniente.

HGZ, asimismo es una corporación con capacidad moral y productiva, ya que ha demostrado tener compromiso y seriedad en cuestión comercial y de negocios. Por lo mismo han visto necesario un centro de acopio en donde almacenan el brócoli de proveedores externos, que no necesariamente son socios de la Corporación, los cuales vienen de lugares aledaños a la comunidad con el fin de poder vender el brócoli a un precio aceptable en afanasas cantidades.

Este es un proyecto que ha beneficiado a más de 700 personas aproximadamente, brindando más fuentes de empleo, obteniendo ingresos económicos que han permitido cambiar la calidad de vida de cada uno de ellos, y por ello tienen el deseo de seguir subsistiendo frente a la competencia que ha impuesto las provincias de Pichincha, Cotopaxi e Imbabura respectivamente.

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

Plan de exportación de brócoli de la Corporación HUERTOS GATAZO ZAMBRANO hacia Europa - Bélgica.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Introducción

Ecuador es un país que en conjunto de sus respectivas Coordinaciones; Direcciones, Diplomáticas y Consulares en el exterior, se encuentran trabajando por el permanente fortalecimiento de las relaciones comerciales con todas las naciones del mundo, tal es el caso de las relaciones con Europa y América del Norte, regiones de gran importancia para el Ecuador desde el punto de vista político, económico y comercial, lo cual, es una gran ventaja que permite resultados favorecedores para las partes tratantes.

A través de los años el Ecuador ha logrado el desarrollo de exportación sustentable en varios ámbitos productivos industriales que genera más plazas de empleo logrando frenar los porcentajes de migración de talento humano consiguiendo la reducida vulnerabilidad del sector agrícola. Para Ecuador, es esencial la realización de proyectos agrícolas, mucho más cuando el brócoli en este caso, es un producto catalogado como la segunda alternativa de exportación en la Sierra ecuatoriana manteniendo una marcada tendencia de crecimiento que aporta a la generación de divisas, el mismo ha conseguido ser el séptimo exportador mundial de brócoli.

Dicha tendencia es una señal de la importancia que cobra la diversificación y refleja el esfuerzo que vienen realizando algunos sectores con el fin de negociar progreso y bienestar. El diseño de estudios relacionados al desarrollo de sectores primarios ha llevado a la actividad agropecuaria a enfrentar los retos reales de la globalización y la apertura de

mercados, desarrollando nuevas empresas que faciliten la exportación de productos agrícolas y por ende el crecimiento del sector mencionado.

Por otro lado, la integración económica tiene varios niveles, en los cuales se buscan dar beneficios mutuos para las naciones participantes de los mismos, como en este caso, el SGP que brinda Europa como una oportunidad para aquellos países en vías de desarrollo donde la mayoría de su producción es materia prima, industrializándolo en los países que conceden los beneficios arancelarios, lo cual brinda a Ecuador el desarrollo agroindustrial en diversas zonas del país.

La idea de dar a conocer sobre todo lo que conlleva un plan de exportación de dicho producto tiene por finalidad promover la producción agrícola nacional, permitiendo el crecimiento sostenidos de la economía de los productores, proveedores y personas dependientes de la industria del brócoli para así llevar a cabo el propósito examinado.

4.2.3 Logística de exportación

La logística de exportación será un elemento muy necesario que debemos conocer al momento de enviar un producto hacia otro destino, estos serán los pasos a seguir en cada una de las fases de preparación del producto antes que llegue a su destino.

Entre las actividades que se realizará una vez que se tenga preparado el producto, están:

- Distinguir el incoterm más adecuado en beneficio propio.
- Distinguir el medio de transporte más provechoso para el producto en bien de la empresa.
- Procesos de embalaje, empaque y etiquetado del producto.
- Preparación de documentos
- Estar en conocimiento de los certificados más requeridos que exige el mercado europeo para garantizar la calidad en el producto.

- Adoptar la forma de pago más adecuado.
- Contratar el transporte interno en caso de ser necesario.
- Contratar un seguro de mercancía como prevención de daños o robos.
- Estar dispuestos a un control aduanero
- Fases de ingreso al puerto y manejo de terminal a través de un agente aduanero.

Estas y otras son las actividades de las que un exportador debe estar al tanto al momento de realizar una exportación hacia un mercado extranjero.

4.2.3.1 Exportación a consumo

Según el Servicio de Aduanas del Ecuador la exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero pagando tasas por servicios aduaneros para su uso y consumo definitivo en el exterior.

La Corporación HGZ es una empresa que ha demostrado compromiso y seriedad en cada uno de las actividades productivas realizadas, esto ha quedado reflejado en los resultados satisfactorios que año tras año se viene manteniendo. Una de las procedencias que permiten buenos resultados ha sido el tener un producto de buena calidad con valor nutritivo inigualable que se cultiva en una zona con condiciones climáticas únicas, esto ha generado la aceptación del producto en mercados nacionales e internacionales exponiendo productos con textura firme de color intenso.

En la actualidad se mantiene consumidores exigentes, los cuales tienen mayor afluencia de consumir productos con caracteres equivalentes a los ya mencionados, en vista que estos factores que son de gran ventaja para la exportación de brócoli se concibe elaborar un plan de exportación que facilite los procesos de exportación desde la fase primaria de dicho producto.

4.2.4. Proceso de exportación

Al igual que en otras anexiones, este es un punto importante, puesto que aquí se reflejan todos los conocimientos específicos que caracterizan a los profesionales en Comercio Exterior, y que los hemos aplicado al producto objeto de esta tesis.

4.2.4.1 Exigencias en aduanas para exportar

Para que Huertos Gatazo Zambrano de inicio a cualquier proceso de exportación, se debe considerar las exigencias que la SENAE demanda, estas son:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Bajo este número se registra información relativa al contribuyente, entre la que se destaca:
 - ⇒ Identificación
 - ⇒ Características fundamentales
 - ⇒ Dirección y ubicación de los establecimientos donde realiza su actividad económica
 - ⇒ Descripción de las actividades económicas que lleva a cabo y obligaciones tributarias que se derivan de aquellas.

- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). En el formulario se registran datos generales del exportador, ya sea persona natural o jurídica, tales como:
 - ⇒ Si es persona natural:
 - Tipo de Identificación
 - Apellidos y Nombres
 - Dirección
 - Teléfonos
 - Correo Electrónico

- ⇒ Si es persona jurídica:
- Tipo de Identificación
 - Razón Social de la Compañía
 - Apellidos y Nombres del Representante Legal
 - Dirección
 - Teléfonos
 - Correo Electrónico

Teniendo en cuenta que los ecuatorianos o extranjeros domiciliados en el país pueden ser exportadores, sean personas naturales o jurídicas, lo importante es que se considere a la exportación como una salida de productos o servicios ecuatorianos de calidad.

4.2.4.2 Trámites de exportación (ECUAPASS)

En la actualidad el desarrollo de la informática ha ido evolucionando a fin de brindar mayores beneficios, es así que no hace mucho el sistema ECUAPASS se encuentra vigente en el Ecuador, para el facilite de una exportación e importación de cualquier producto hacia determinado mercado de destino, además, este sistema permite integrar todas las operaciones en una sola base informática de firma electrónica y gestionar trámites aduaneros en cualquier momento y en cualquier lugar esto con el fin de mantener siempre procedimientos actualizados dentro del registro de usuarios que proporciona el sistema informático ECUAPASS.

Para ser parte del servicio que brinda el sistema de ECUAPASS es necesario principalmente registrarse en el nuevo Sistema ECUAPASS, para lo cual debe cumplir:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso y,
- Registrar la firma electrónica

Una vez que se haya obtenido el registro en el sistema ECUAPASS se puede iniciar la exportación cumpliendo con los siguientes requisitos que exhorta este sistema y por las cuales tendremos que estar dispuestos a participar, estas son:

- Elaborar la Declaración aduanera de exportación (DAE-40), con una presentación del manifiesto de carga y no como antes que se lo realizaba antes de la salida del mismo. (La declaración debe presentarse en la lengua oficial del país importador o en inglés ante las autoridades aduaneras del Estado.)

En este documento se registrará los datos de la exportación, el cual debe ser presentado electrónicamente con el respectivo documento de acompañamiento y soporte.

- Pago de la autoliquidación.
- Una vez realizado este proceso y que la mercancía haya ingresado al depósito temporal, se procede a realizar el aforo a las mercancías que van a ser exportadas, todo esto se encuentra dentro de la declaración de exportación.
- Prontamente procede la salida de la mercancía del puerto de origen hacia el puerto de destino en donde el transportista deberá presentar el manifiesto electrónico de la carga para poder pasar finalmente por la zona primaria (el puente fronterizo).

En el caso de HGZ, al utilizar este sistema obtendrá mayor ventaja puesto que la exportación del producto se beneficiará del seguimiento digital proporcionado por dicho

sistema a partir de registrarse como usuario de este servicio, esto permitirá que la mercadería expuesta ingrese en menor tiempo y de forma más segura al país de destino.

Es así que el sistema ECUAPASS intenta tener un mayor control de las mercancías ya que toma mayor seguridad al realizar el aforo, cualquiera que este sea, es así que apenas el brócoli exportado haya ingresado al depósito temporal se ahorrara tiempo y reducirá delitos aduaneros.

4.2.4.3. Estrategias para negociar con el mercado meta

Las negociaciones en sí, son difíciles, es por ello que, la negociación debe ser una de las habilidades interpersonales que un exportador debe desarrollar al momento de cerrar un trato.

Para la Corporación HGZ, la estrategia a negociar con el mercado de Bélgica, será la estrategia Integrativa o también denominada Ganar-Ganar, esto en vista que se desea encontrar fórmulas que tengan en cuenta los intereses de las 2 partes, siendo lo ideal que ambas partes salgan beneficiadas.

En este caso, nosotros como vendedores, los elementos que podrían ser tomados como estrategias son:

- Determinar un precio de exportación atractivo para ambas partes.
- Tener una página en web sites.
- Promocionar el producto a través de folletos, catálogos, etc.
- Enviar de acuerdo a la situación una muestra del producto.
- Realizar viajes oportunos y mantener siempre contactos directos con clientes.
- Participación en ferias, misiones comerciales, citas de negocios, etc.
- Elegir el empaque y embalaje más adecuado y atractivo de exportación.
- En lo posible disminuir los costos operativos sin dañar la calidad.

Una vez realizadas todas estas elementales estrategias deberemos perseguir la aceptación del producto por parte del cliente, concretar negocios con los mismos y mantener una comunicación continua y fluida con el destinatario puesto que éste nos dará a conocer el éxito del proceso de negociación y comercialización mantenido entre las 2 partes. La continua preocupación por el estado del producto a lo largo de todo el proceso hace que nuestros productos lleguen en las mejores condiciones de calidad. Todo este trabajo termina en un cliente satisfecho que asegurara el consumo de nuestro producto en una dieta diaria.

A pesar de que la Corporación HGZ ya es una empresa reconocida, es muy necesario permanecer demostrando que se tiene dominación suficiente para negociar determinadas cláusulas conforme a las prioridades de la misma sin en apuros. Actualmente, la estrategia comercial tomada por HGZ está el intercambio entre pequeños productores que forman parte del plan del proyecto CESA asumiendo que los productos lleguen en las mejores condiciones posibles a manos de sus consumidores.

Asimismo, si la estrategia de comercialización de brócoli integra a los productores en una red vertical, que va desde el campo de brócoli hasta el plato del consumidor, podemos entender la relación entre la escala local y global analizando la relación de pequeños productores con la globalización atravesando 3 niveles: productor, importador, distribuidor.

Ahora bien, como en la actualidad ya se exporta desde Ecuador hacia varios países europeos, HGZ debe manejar ciertas estrategias de marketing para introducirse en el mercado de Bélgica, para ello debe incurrir a las siguientes tácticas:

- Participar en ferias internacionales de alimentos congelados y para ello se percibe participar en una feria anualmente, por lo mismo se ha seleccionado ingresar a través de las ferias de Alemania en las cuales se destaca los alimentos congelados Este país será la puerta de entrada al mercado seleccionado.
- Demostrar las ventajas del producto directamente a nuestros clientes organizacionales o enviar muestras gratis para que los clientes puedan conocer el producto que se comercializará, debe estar a mando de una persona que tenga fluidez al hablar y total conocimiento respecto a este producto.

- Comercializar el producto con empaques personalizados.
- HGZ tendrá a su disposición un link en la página web para que sus clientes puedan ver el producto con sus respectivas especificaciones.
- Optar por un etiquetado con formato atractivo.
- Establecerse en las redes sociales promocionando los beneficios del brócoli, consejos nutricionales, recetas de cocina etc., Todo se lo realizara por medio de las mismas enfocándose en el brócoli.

Establecer a la Corporación HGZ como proveedor de brócoli en el mercado belga no es nada fácil pero si se mantiene una buena estrategia de marketing en dicho mercado hará que en el primer año se logre incrementar las ventas.

4.2.4.4. Clasificación arancelaria

Al brócoli ecuatoriano que está destinado a exportar hacia un país de Europa lo ampara la siguiente partida arancelaria:

CUADRO N°8: PARTIDA ARANCELARIA DEL BRÓCOLI

Partida arancelaria:	Brócoli congelado 07.10.80
Sección II :	Productos del reino vegetal
Capítulo 07 :	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
Partida Sist. Armonizado 0710 :	Hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas
SubPart. Sist. Armoniz. 071080 :	Las demás hortalizas
SubPartida Regional 07108090	

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.4.5 Término sugerido FOB (Free onBoard)

La selección de un Incoterms se lo ha realizado a través de un análisis extenso y profundizado sobre cada uno de los Incoterms existentes para así poder obtener el

Incoterms adecuado que genere el resultado propicio al cual se lo pueda manipular al momento de exportar hacia el país objeto de estudio, permitiendo así reflejar con más precisión la realidad comercial futura del producto.

Entre los Incoterms analizados, se ha escogido Free OnBoard, por ser el que mejor se adapta a las características del producto que vamos a transportar. El mismo permitirá conocer cuáles son las formas de pago de alguno de los servicios adquiridos, tales como: el precio del transporte principal a pagar, el seguro de mercadería, etc.

El Incoterm FOB, es de uso exclusivo para transporte marítimo o fluvial, por lo mismo, lo utilizaremos con el fin de realizar envíos vía marítima. Al ser uno de los más utilizados y viendo que el ejecute de una exportación de brócoli requiere de una buena manipulación, se ha visto que FOB permitirá que la exportación del producto sea con mayor rapidez, menor coste y dominante control del riesgo de la operación, siendo una buena opción para realizar ventas con una gestión más sencilla y económica normalizando los trámites para la exportación del producto hasta que la mercadería este a bordo del buque.

4.2.4.6 Forma de pago

Para la selección de la forma de pago más adecuado se requiere conocer cuáles son las más utilizadas al momento de cobrar el valor de la mercadería exportada hacia un mercado internacional. A continuación se detalla cuáles son las 3 formas de pago más utilizadas para el cobro de productos exportados:

- **Acreditivo (Crédito Documentario).**-Es, sin duda, la forma de pago más recomendada para el exportador, ya que al contar con entidades bancarias comprometidas en la operación, la carta de crédito se transforma en una Orden de Pago, razón por la cual es el mecanismo que garantiza la seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y tan pronto el exportador cumpla las condiciones previamente establecidas.
- **Cobranza Bancaria.**- Se basa en la mutua confianza entre importador y exportador (comprador y vendedor). Los bancos comerciales no tienen más responsabilidad que seguir las instrucciones de cobro dadas por el exportador (ordenante) al

momento de presentar los documentos de embarque para ser entregados al importador (girador), siempre y cuando este último cumpla las condiciones preestablecidas.

- **Pago contado (anticipado).**-Esta modalidad implica que el comprador extranjero, previo al embarque de las mercaderías, efectúa el pago de la operación normalmente a través de una transferencia bancaria. Solamente cuando el monto de la compraventa ha sido seleccionado por el exportador, éste realiza el embarque de las mercaderías.

Una vez analizado las 3 formas de pago se ha decidido seleccionar la más apropiada para incorporarla como instrumento de cobro del brócoli enviado hacia el mercado de Bélgica. En el proceso de pago se ha decidido emplear el acreditivo puesto que es la que mejor se ajusta a las peticiones solicitadas por las autoridades de HGZ.

Para operar bajo este pago es necesario que HGZ firme preventivamente un contrato de compraventa en donde se acuerde las condiciones a estipular en el crédito documentario, tales como:

- ⇒ Clase, tipo y monto de la operación.
- ⇒ Plazo para embarcar.
- ⇒ Plazo para presentar en el banco comercial los documentos exigidos en el CD.
- ⇒ Plazo de pago.
- ⇒ Otros documentos como: Certificado de Origen, certificado fitosanitario, certificado de calidad, lista de embarque, nota de gastos, visaciones consulares cuando corresponda y cualquier otra documentación dependiendo de la carga, del medio de transporte y del país de destino.
- ⇒ Puerto de embarque y puerto de destino.
- ⇒ Descripción de las mercaderías y exigencias del seguro.

⇒ Términos de entrega de las mercancías que en este caso será bajo el término FOB.

Una vez estipulada claramente cada una de las condiciones tomaremos en cuenta el pago de CD Irrevocable para poder hacer cambios futuros en la carta de crédito bajo el consentimiento de las 2 partes

Entre las razones que facilitó optar por esta forma de pago están:

→ Brindar cobertura ideal para seguridad de las partes.

Esto permite que la Corporación mantenga mayor confianza al concretar la negociación puesto que al ser una empresa con poco conocimiento respecto a dicho mercado coexiste susceptibilidad al momento de hablar de temas económicos. Solo intervendrán dos bancos: banco del país desde el cual se hace la exportación y el banco del país destino. Esto generara que HGZ tenga menores discrepancias con los mediadores además de un mayor agilite de actividades.

4.2.4.7 Empaque, embalaje y etiquetado

El empaque y embalaje son los elementos que protegen físicamente la mercadería; su objetivo es, justamente, garantizar que la mercancía llegue a su destino en las condiciones estipuladas en el contrato.

- El “empaque” se define como cualquier material que encierra un artículo, con envase o sin él, a fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. Se le conoce también como “empaque secundario” o “empaque colectivo”.
- El “embalaje” alude a todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía, desde la fábrica o planta de empaque hasta el consumidor final.

Una buena selección de empaques y un buen proceso de embalaje ayudarán a los exportadores a ser más competitivos en los mercados internacionales.

Empaque.- El empaque requerido dentro de la industria de alimentos bajo el proceso IQF es una de las opciones preferidas por los comercializadores de productos perecibles puesto que permite invertir en la provisión de empaques mucho más pequeños, económicos y atractivos conservando y protegiendo mejor el producto.

IMAGEN No.5: EMPAQUE



Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

El brócoli, que es el producto que pondremos a disposición de los consumidores requerirá de pequeñas fundas de polietileno con 2 Kgs, esto por ser uno de los empaques que tiene menos interacción con químicos, además por tener flexibilidad y versatilidad, poco peso y resistencia mecánica.

El empaque utilizado tendrá un diseño de acuerdo con el producto, el mercado y el material escogido tomando en cuenta el diseño estructural, formas y estilos; diseño gráfico, medidas, reglamentaciones respecto de la información que habría que incluir, unidades requeridas y tamaños permitidos, (toda esta información deberá ser presentada en el idioma oficial, Francés, idioma de comercialización de Bélgica) Este tipo de empaque será colocado en cajas de cartón de 10 Kgs.

Hay que recordar que adquirir empaques que estén por encima de las especificaciones requeridas puede representar un costo innecesario, y adquirir un empaque que esté por debajo de las especificaciones puede representar un riesgo para la integridad del producto.

Embalaje.- El embalaje protegerá al brócoli durante el trayecto de manipulación y transporte, desde que sale de las bodegas hasta que llega a la puerta del cliente; por eso tiene que estar muy bien pensado. Hay que tener en cuenta las características del producto, la resistencia y la disponibilidad de materiales, el costo y el valor del flete, y los requisitos y especificaciones de los compradores.

El embalaje que se utilizará para el brócoli serán cajas de cartón corrugado de pared doble por ser las que se usan con más frecuencia y porque vienen en diseños que se adaptan a las necesidades del producto permitiendo que soporte el congelamiento instantáneo, conjuntamente, el producto terminado será empacado en cartones de 10 kilos y almacenado en un cuarto frío hasta el momento en que sea enviado al mercado de destino en contenedores de 18 TM a una temperatura de 18 grados centígrados.

Para una mejor manipulación del producto hacia el contenedor se ha escogido colocar sobre tarimas de una sola cara por ser la más utilizada, (también se la conoce como “skid”) estas medirán aproximadamente de 1000 mm x 1200 mm.

IMAGEN No.6: EMBALAJE EN CAJAS



Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

En el cartón de 10 Kg. se deberá detallar el nombre de la empresa exportadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario, muy necesario, el cual se lo solicita al FDA que

se lo puede obtener llenando formularios para productos procesados, además de algunos datos como el país originario y un logotipo con diseño llamativo.

Etiquetado.- con respecto a este tema se debe tomar en cuenta que el etiquetado será situado en las fundas de brócoli. El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, establece los requerimientos referentes al etiquetado de los productos.

En este caso de envío de brócoli, se lo realizara en el idioma del país de destino (Francés) incluyendo el nombre de la empresa, dirección y teléfono, país de origen, unidad, peso neto y registro de sanidad (cuando sea requerido).

La etiqueta que planteamos para el envío del producto estará sujeta a los siguientes datos y características:

- Nombre del producto con su respectiva tabla nutricional.
- Nombre de la empresa
- Contenido neto en unidades del Sistema Internacional
- Fecha de elaboración
- Certificación orgánica que avale la calidad del producto
- Forma de conservación
- Ciudad y país de origen

Las etiquetas han de ser claras, legibles, y permanentes, descritas en el idioma del país de destino.

Logotipo.- se propone un logotipo que represente el producto, esto será a través de una imagen concisa y expresiva haciendo referencia al brócoli, en colores llamativos con las especificaciones adecuadas de la empresa y al igual que el etiquetado en el idioma del país de destino.

IMAGEN No.7: LOGOTIPO DEL PRODUCTO.



Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.4.8 Contratación del seguro

Todo exportador debe tener conocimiento sobre el tipo de seguro que va a adquirir, en el caso de no conocer conviene acercarse a una compañía aseguradora y analizar conjuntamente los riesgos que podría correr la carga.

Por lo general se usan las siguientes pólizas:

- **Póliza individual:** cubre una única exportación; no trasciende a futuras transacciones.
- **Póliza flotante:** cubre cierto número de exportaciones; se contrata cuando se mantiene un ritmo constante y uniforme de transacciones de comercio internacional.

Ante las 2 acepciones se ha decidido optar por la póliza flotante ya que esta resguarda cierto número de envíos, en vista de que este sistema proporciona este beneficio, se iniciara el primer año con un envío de 4 contenedores de 18 TM, incrementando parcialmente uno en el siguiente año.

Este servicio de seguro nos proveerá la empresa SERWISEGUROS para realizar el traslado de la mercadería de las instalaciones de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano hacia el puerto de Guayaquil, se debe considerar que la empresa ayuda a proteger los intereses del cliente, hay que tomar en cuenta que algunos daños no son cubiertos por las aseguradoras.

Tal es el caso de los desgastes, los derrames, las demoras en el mercado destino, las guerras o riesgos similares, las huelgas, los motines y los actos terroristas, entre otros.

4.2.4.9 Contratación del transporte

Para el traslado del brócoli desde las instalaciones de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano hacia el puerto de Guayaquil se requiere de transporte vía terrestre utilizando un contenedor de 20". Se trabajará con la misma empresa que brinda el servicio de seguro SERWISEGUROS con el cual estará asegurado junto con la mercancía. El valor de transporte será de \$350,00 dólares por envío.

No debemos olvidar el Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Loading (B/L) el mismo que nos facilita la empresa transportista, este es el documento en el cual se registra el contrato de transporte entre el exportador y el transportista. Mediante este, la compañía naviera reconoce que ha recibido la mercadería para su transporte hasta el puerto de destino, y por lo tanto se constituye en el título de propiedad de la mercadería. Es de carácter obligatorio

4.2.4.10. Costos aproximados del contenedor de 20" para la exportación (FOB)

CUADRO No.9: COSTOS FOB

DESCRIPCION	PRECIO EN DOLARES	
Costo de producción por kg	(0,22 Ctvs.)	6.199,6
Beneficio 25%	(0,06 Ctvs.)	1.549,9
Valor factura	(0,28 x Kg.)	7.709,5
Embalaje (720 cartones)	(0,10 Ctvs./Cartón)	72,00
Empaque (720 cartones)	(0,06 Ctvs./Cartón)	43,20
ExW	Precio en Fábrica	15.574,20
Seguro parcial	Fabrica – Puerto Guayaquil.	150,00
Transporte	Fabrica – Puerto Guayaquil.	350,00
Agente aduana		80,00
Estiba buque		20,00
Total precio FOB		\$16.174,20

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Para sacar el valor del costo del contenedor de 20” para la exportación de brócoli bajo el término FOB hemos tomado en cuenta las variables principales al momento de exportar los mismos han generado un precio total FOB de \$16.174,20 dólares.

4.2.5 Estudio de Viabilidad Financiera

El propósito de este capítulo es determinar los montos de los recursos de inversión para la ejecución del Plan de exportación, identificar los ingresos y costos totales para la operación de la planta. En base a indicadores financieros se conocerá la rentabilidad del proyecto, se establecerá el punto de equilibrio y el tiempo en el que los accionistas recuperan la inversión estableciendo finalmente la viabilidad financiera del proyecto. (Baca, 2010).

4.2.5.1. Criterios de Proyección

Los criterios de proyección financiera son un instrumento que nos permite ver en números el futuro de una empresa. En este caso el plan para exportar brócoli, considera los siguientes supuestos:

CUADRO No.10: SUPUESTOS

Exportación 1	4	Contenedores
Exportación 2	5	Contenedores
Exportación 3	6	Contenedores
Exportación 4	7	Contenedores
Exportación 5	8	Contenedores
Costo Brócoli	0,22	Kg
Inflación	4,16%	anual
Inc. Sueldos	6,20%	anual
Tasa de seguros maquinaria	3,6%	anual
Tarifa de seguros mercancía	150,00	costo
Precio Exportación a Bélgica	\$ 2,00	Kg
Capital trabajo	1	Contenedores
Caja	10	Kg
Contenedor	1.800	Cajas
Contenedor	20	Pies

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Exportación.-** Según el estudio realizado se prevé exportar En el año uno cuatro contenedores, y se incrementa un contenedor por año, hasta llegar al año cinco que se estima exportar ocho contenedores.
- **Costo.-** Conforme la investigación realizada, se ha determinado que el costo actual del brócoli en el campo es de 22 centavos de dólar.
- **Inflación.-**Para definir los criterios de proyección se debe hablar de la inflación, por cuanto se puede hacer con o sin ella.

A continuación se presenta los datos históricos de la inflación en nuestro país.

CUADRO No.11: TASAS DE INFLACIÓN ANUAL

Año	Inflación anual
2005	3,13%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%

Fuente:INEC

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

La proyección del estado de resultados puede ser:

- ⇒ A precios constantes: sin inflación. Como si se lograra producir y vender a precios de hoy, sin ser afectados por la inflación.
- ⇒ A precios corrientes: con inflación. Como si se produjera y vendiera a precios reajustados por la inflación en el tiempo.

En el presente proyecto se considera el método de proyección a precios constantes.

- **Incremento de sueldos**

En el caso de los sueldos, se ha considerado un incremento 6,2%, ya que los sueldos en los últimos años se han venido incrementando en valores muy por encima de la tasa de inflación, por lo tanto para proyectar este rubro se considera la tasa promedio de incremento de los sueldos de los últimos 7 años, que se ubica en un 10,36%, menos la tasa de inflación promedio.

**CUADRO N.º.12: ECUADOR, PORCENTAJES DE INCREMENTO DE SUELDOS
POR AÑOS**

Año	Sueldo	Incremento
2007	170	6,25%
2008	200	17,65%
2009	218	9,00%
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%
2012	292	10,61%
2013	318	8,90%
Σ		72,50%
promedio		10,36%

Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

$$\text{Incremento sueldos} = 10,36\% - 4,16\% = 6,2\%$$

- **Prima de seguros (Pólizas)**

La tasa de seguros que se utiliza es del 3,6%, por ser la menor, según los datos proporcionados por aseguradoras y brókeres de seguros, conforme se detallan en la tabla adjunta.

CUADRO N.º.13: PRIMA DE SEGUROS, POR ASEGURADORA

Aseguradora	Prima
Equinoccial	4,0
Panamericana	3,6
Aseguradora del sur	3,7
Colonial	3,8
Latina	4,1
Sweaden	3,8

Fuente: Aseguradoras, brókeres

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Precio de exportación**

Para la determinación del precio del producto, se debe considerar tres parámetros importantes que son:

- ⇒ El costo de producción
- ⇒ El precio de venta promedio del mercado, y
- ⇒ El margen de utilidad de la empresa. (Baca, 2010)

Nuestro producto se pretende vender directamente en el mercado Belga, según sus requerimientos, por lo que el precio básicamente estaría determinado por el mercado de exportadores, el mismo que en los actuales momentos se fija en \$2,00 dólares el kilogramo de Brócoli, valor similar al promedio de los últimos 5 años.

- **Capital de trabajo**

En nuestro caso se requiere de \$13.042,79 dólares para procesar un contenedor.

4.2.5.2 Inversiones

Inversión inicial

En la Tabla continua, se detalla el monto total de la inversión para el proyecto, que es de USD 1.952.710,59; que está conformada por: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

CUADRO No.14: TOTAL INVERSIONES

DETALLE	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	30.000,00
Edificios	65.000,00
Maquinaria	22.000,00
Equipos y Herramientas	4.950,00
Equipo de oficina	450,00
Equipos de Computación	3.000,00
Muebles y Enseres	1.085,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	13.042,79
TOTAL	141.527,79

Fuente: Tablas

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

La inversión total del Plan de negocios asciende a USD \$ 141.527,79 dólares; los cuales se financiarán en el 100% con capital de los accionistas.

4.2.5.4. Costos y Gastos

- **Costos de producción**

El costo de producción está conformado por todas aquellas partidas que intervienen directamente en el proceso de producción. (Baca, 2010).

A continuación se muestra cada una de ellas:

⇒ **Materia prima**

El consumo de la materia prima del proyecto, está directamente relacionado con la capacidad del contenedor de 20 pies, en este caso se estima exportar 18.000 kilos por contenedor, en cajas de 10 Kilos cada una, conforme el siguiente detalle:

CUADRO No.15: PRESUPUESTO MATERIA PRIMA

ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CAJA	COSTO CONTENEDOR
Brócoli	Kg	10	0,22	2,2	3960
Total					3.960

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

⇒ **Mano de obra directa**

La ejecución del presente plan, genera varias plazas de trabajo, conforme el siguiente detalle:

CUADRO No.16: PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA

ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CAJA	COSTO CONTENEDOR
Estibado	Jornales	2,0	33,56	67,13	268,52
Corte	Jornales	4,0	24,20	96,78	387,13
Congelado	Jornales	2,0	24,20	48,39	193,57
Empacado	Jornales	4,0	24,20	96,78	387,13
Total					1.236,35

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

⇒ **Materiales indirectos**

Los materiales indirectos forman parte auxiliar de la presentación final del producto terminado, aquí se incluyen envases, etiquetas, etc.

CUADRO No.17: PRESUPUESTO MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CONTENEDOR	COSTO ANUAL
Fundas	20000	Unidades	0,01	200	800
Cinta embalaje	100	Unidades	1	100	400
Etiquetas	20000	Unidades	0,02	400	1600
Total					2800

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Costos generales de fabricación**

CUADRO No.18: PRESUPUESTO COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

DETALLE	MESES	CANTIDAD	COSTO PROM MENSUAL
Mano de obra indirecta	12	2	738,42
Materiales indirectos	12	1	233,33
Servicios básicos	12	1	100,00
Mantenimiento congeladores	12	1	100,00
Mantenimiento montacargas	12	1	200,00

Combustibles y lubricantes maquinaria	12	2	200,00
Seguro maquinaria	12	1	66,00
Seguridad industrial	12	10	60,00
Implementos de limpieza	12	1	20,00
TOTAL			1.717,75

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.5. Presupuesto de gastos

- **Gastos administrativos y ventas**

Este tipo de gastos son necesarios para que la empresa alcance el mejor desarrollo de gestión y ventas.

CUADRO N^o.19: PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	MESES	CANTIDAD	COSTO MENSUAL
Sueldos y Salarios	12	3	3.544,05
Gastos de movilización	12	1	200,00
Servicios básicos	12	1	50,00
Telefonía celular	12	1	50,00
Suministros y materiales de oficina	12	1	30,00
Implementos de limpieza	12	1	20,00
TOTAL			3.894,05

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Gastos de Exportación**

Conforme se detallan a continuación:

CUADRO N^o.20: PRESUPUESTO GASTOS DE EXPORTACIÓN DIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CONTENEDOR
Embalaje	1800	0,06	108,00
Transporte interno	1	350	350,00
Seguro transporte interno	1	150	150,00
Pallets	12	15	180,00
Almacenaje	1	200	200,00

Obtención de documentos	1	200	200,00
Alquiler de contenedores	1	500	500,00
Abrazaderas	1800	1	1.800,00
TOTAL			3.488,00

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

CUADRO N^o.21: PRESUPUESTO GASTOS DE EXPORTACIÓN INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO CONTENEDOR	COSTO ANUAL
Gastos bancarios	1	50,00	200,00
Agente de aduanas	1	180,00	720,00
TOTAL		230,00	920,00

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.6. Depreciaciones y amortizaciones

- Depreciaciones

CUADRO N^o.22: DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

DETALLE	TOTAL ACTIVOS	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificios	65.000,00	20	3.250,00
Maquinaria	22.000,00	10	2.200,00
Equipos y Herramientas	4.950,00	5	990,00
Equipo de oficina	450,00	5	90,00
Equipos de Computación	3.000,00	3	1.000,00
Muebles y Enseres	1.085,00	10	108,50
Total	\$96.485,00		7.638,50

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Amortizaciones**

CUADRO N^o.23: AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	TOTAL ACTIVOS	VIDA ÚTIL	AÑO 1
Gastos de constitución	2000	5	400,00
Total	2000		400,00

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.7. Ingresos

Para la proyección de los ingresos por venta de Brócoli se considera un precio de mercado de 2 dólares, y se estima vender cuatro contenedores de 18000 Kg cada uno que en el primer año, y de ahí se estima un incremento anual de un contenedor, llegando a exportar en el año cinco ocho contenedores.

CUADRO N^o.24: PROYECCIÓN DE INGRESOS

AÑOS	CANTIDAD KG/CONTEN.	NUMERO CONTEN.	CANTIDAD TOTAL (KG)	PRECIO DE VENTA (KG)	INGRESOS VENTAS (\$)
0		-		-	-
1	18.000	4	72.000	2	144.000,00
2	18.000	5	90.000	2	180.000,00
3	18.000	6	108.000	2	216.000,00
4	18.000	7	126.000	2	252.000,00
5	18.000	8	144.000	2	288.000,00
TOTAL			540.000		1.080.000,00

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.8. Proyección de costos totales

CUADRO N.º.25: PROYECCIÓN DE COSTOS TOTALES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	18.912,27	22.408,95	25.983,10	28.841,24	33.008,67
Mano de obra indirecta	2.953,67	3.920,99	4.705,19	5.489,39	6.273,59
Seguros	132,00	165,00	198,00	231,00	264,00
Depreciación	7.638,50	7.638,50	7.638,50	6.638,50	6.638,50
Amortización	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos administrativos y ventas	700,00	875,00	1.050,00	1.225,00	1.400,00
Sueldos y salarios	7.088,10	9.409,45	11.991,41	14.857,35	18.032,58
Gastos financieros					-
COSTOS VARIABLES	41.297,41	51.621,76	61.946,11	72.270,46	82.594,81
Materia prima directa	15.840,00	19.800,00	23.760,00	27.720,00	31.680,00
Mano de obra directa	4.945,41	6.181,76	7.418,11	8.654,46	9.890,81
Materiales indirectos	2.800,00	3.500,00	4.200,00	4.900,00	5.600,00
Costos generales de fabricación	2.840,00	3.550,00	4.260,00	4.970,00	5.680,00
Gastos de exportación directos	13952	17440	20928	24416	27904
Gastos de exportación indirectos	920	1150	1380	1610	1840
COSTO TOTAL	60.209,67	74.030,70	87.929,21	101.111,70	115.603,48

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.9. Estados generales proforma

CUADRO No.26: BALANCE GENERAL – ACTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
CORRIENTE						
DISPONIBLE	15.043	78.634	156.930	249.880	356.957	478.295
INVENTARIOS						
CUENTAS POR COBRAR						
TOTAL CIRCULANTE	15.043	78.634	156.930	249.880	356.957	478.295
FIJO						
Terreno	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Edificios	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000
Maquinaria	22.000	22.000	22.000	22.000	22.000	22.000
Equipos y Herramientas	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950
Equipo de oficina	450	450	450	450	450	450
Equipos de Computación	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Muebles y Enseres	1.085	1.085	1.085	1.085	1.085	1.085
TOTAL ACTIVO FIJO	126.485	126.485	126.485	126.485	126.485	126.485
DEPRECIACION ACUMULADA		(7.639)	(15.277)	(22.916)	(29.554)	(36.193)
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	126.485	118.847	111.208	103.570	96.931	90.293
0						
0	-	-	-	-	-	-
AMORTIZACION ACUMULADA	-	(400)	(800)	(1.200)	(1.600)	(2.000)
TOTAL OTROS ACTIVOS	-	(400)	(800)	(1.200)	(1.600)	(2.000)
TOTAL ACTIVOS	141.528	197.081	267.338	352.249	452.288	566.587

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

CUADRO No.27: BALANCE GENERAL – PASIVO

PASIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVO CORRIENTE	-					
C. C. PLAZO	-					
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-					
DEUDA L. PLAZO						
TOTAL PASIVO L.PLAZO	-					
TOTAL PASIVO						
PATRIMONIO						
CAPITAL	141.528	141.528	141.528	141.528	141.528	141.528
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA			55.553	125.811	210.722	310.761
UTIL. DEL EJERCICIO	-	55.553	70.258	84.911	100.039	114.299
TOTAL PATRIMONIO	141.528	197.081	267.338	352.249	452.288	566.587

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.10. Estado de resultados Proforma

CUADRO No.28: ESTADO DE RESULTADOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	144.000,00	180.000,00	216.000,00	252.000,00	288.000,00
Costo de producción	29.511,07	37.117,75	44.541,30	51.964,85	59.388,40
Util. Operativa. bruta en ventas	114.488,93	142.882,25	171.458,70	200.035,15	228.611,60
Gastos operacionales	22.660,10	28.874,45	35.349,41	42.108,35	49.176,58
Depreciación	7.638,50	7.638,50	7.638,50	6.638,50	6.638,50
Amortizaciones	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Utilidad operacional	83.790,33	105.969,30	128.070,79	150.888,30	172.396,52

Gastos financieros					
Util. Antes de impuestos	83.790,33	105.969,30	128.070,79	150.888,30	172.396,52
15% reparto trabaj.	12.568,55	15.895,39	19.210,62	22.633,24	25.859,48
Util. O perdida antes de imp.	71.221,78	90.073,90	108.860,17	128.255,05	146.537,04
22 % impuesto a la renta	15.668,79	19.816,26	23.949,24	28.216,11	32.238,15
Utilidad neta	55.552,99	70.257,64	84.910,94	100.038,94	114.298,89

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.5.11. Flujo de fondos Proyectado

CUADRO No.29: FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		144.000,00	180.000,00	216.000,00	252.000,00	288.000,00
COSTO DE PRODUCCION		29.511,07	37.117,75	44.541,30	51.964,85	59.388,40
UTIL. o PERD. BRUTA EN VTAS		114.488,93	142.882,25	171.458,70	200.035,15	228.611,60
GASTOS OPERACIONALES		22.660,10	28.874,45	35.349,41	42.108,35	49.176,58
DEPRECIACIÓN		7.638,50	7.638,50	7.638,50	6.638,50	6.638,50
AMORTIZACIONES		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
UTILIDAD OPERACIONAL		83.790,33	105.969,30	128.070,79	150.888,30	172.396,52
GASTOS FINANCIEROS						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		83.790,33	105.969,30	128.070,79	150.888,30	172.396,52
15% REPARTO TRABAJADORES		12.568,55	15.895,39	19.210,62	22.633,24	25.859,48
UTIL O PERD. ANTES DE IMP.		71.221,78	90.073,90	108.860,17	128.255,05	146.537,04
22 % IMPUESTO A LA RENTA		15.668,79	19.816,26	23.949,24	28.216,11	32.238,15
UTILIDAD NETA		55.552,99	70.257,64	84.910,94	100.038,94	114.298,89

Depreciación		7.638,50	7.638,50	7.638,50	6.638,50	6.638,50
Amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Inversión inicial	-128.485,00					
Capital de trabajo	-13.042,79					
Recuperación del CT						13.042,79
Préstamo						
Amortización del Préstamo						
Valor de Salvamento						60.292,50
= CASH FLOW	-141.527,79	63.591,49	78.296,14	92.949,44	107.077,44	194.672,69

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.6. Evaluación financiera

- **Tasa mínima aceptable de rendimiento (tmar)**

La TMAR considera dos escenarios, una TMAR simple que evalúa el proyecto sin financiamiento y una mixta que considera la participación porcentual de alguna fuente de financiamiento. Para el cálculo de la TMAR simple se considera la tasa de tendencia inflacionaria de 4.16%.

TMAR Simple

Tmar =	14,83%	nominal
Tasa tendencia inflacionaria =	4,16%	
TMAR =	10,24%	

La tasa mínima aceptable de rendimiento es del 10,24% para el proyecto con financiación.

- **Valor actual neto (VAN)**

Conocido también como valor presente neto (VPN),

El Valor Actual Neto para el presente proyecto es de USD. \$ 242.028,97 al ser un valor positivo nos demuestra que el proyecto es financieramente viable.

CUADRO No.30: CÁLCULO DEL VAN CON Y SIN CRÉDITO

Indicador

VEFE	\$ 383.556,76
VAN	\$ 242.028,97

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento para la cual el valor actual neto es igual cero.

CUADRO No.31: CÁLCULO DE LA TIR CON Y SIN CRÉDITO

Indicador	Sin crédito
TMAR	10,24%
TIR	53,89%

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Si comparamos la TIR de 53,89%, con la TMAR 10,24%, podemos ver que es muy superior la TIR, por lo tanto, el proyecto es viable financieramente, ya que generaría un alto grado de rentabilidad para el inversionista.

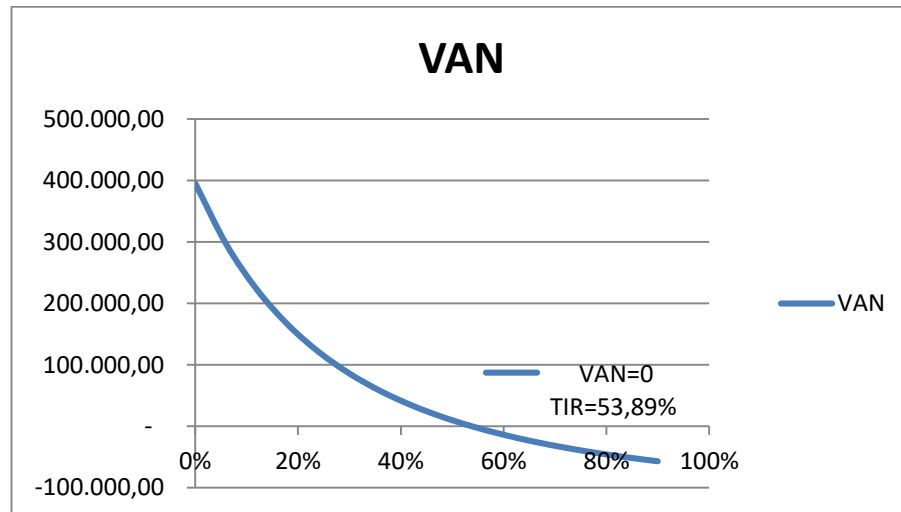
CUADRO No.32: SENSIBILIDAD DE LA TIR

TASA	VAFE	VAN
0%	\$ 536.587,19	395.059,40
6%	\$ 438.003,51	296.475,72
12%	\$ 363.867,05	222.339,26
18%	\$ 307.016,64	165.488,84
24%	\$ 262.650,55	121.122,76
30%	\$ 227.474,85	85.947,05
36%	\$ 199.182,83	57.655,04
42%	\$ 176.128,69	34.600,90
48%	\$ 157.117,90	15.590,11
53,89%	\$ 141.527,79	0,00
60%	\$ 127.926,00	-13.601,79
66%	\$ 116.587,21	-24.940,58
72%	\$ 106.870,61	-34.657,18

78%	\$ 98.479,09	-43.048,70
84%	\$ 91.179,67	-50.348,12
90%	\$ 84.787,85	-56.739,94

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

GRÁFICONo.22: VAN Y TIR DEL PROYECTO



Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

- **Relación beneficio – costo (RB/C)**

Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de la clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto. (Córdova, 2011)

CUADRONo.33: CÁLCULO DE LA RB/C CON Y SIN CRÉDITO

Indicador	Valor
RB/C	2,71

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá 2,71 dólares, lo que implica que nos genera una utilidad de 1,71 dólares. Por lo tanto es viable la ejecución del proyecto.

4.2.6.1. Período de recuperación de la inversión (PRI)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de una inversión recuperen su costo inversión inicial. (Córdova, 2011)

El cálculo, está basado en la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el período en que esta sumatoria sea exactamente igual o superior a la inversión inicial.

CUADRO N.º.34: CÁLCULO DE LA PRI CON CRÉDITO

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-141.527,79	(\$ 141.527,79)	(\$ 141.527,79)
1	63.591,49	\$ 57.684,59	(\$ 83.843,21)
2	78.296,14	\$ 64.426,12	(\$ 19.417,09)
3	92.949,44	\$ 69.379,18	\$ 49.962,09
4	107.077,44	\$ 72.500,53	\$ 122.462,61
5	194.672,69	\$ 119.566,36	\$ 242.028,97
6	-	\$ 0,00	\$ 242.028,97

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

$$\text{PRI} = 2 \text{ años, } 3 \text{ meses, } 10 \text{ días}$$

En la tabla anterior, podemos apreciar, como la inversión será recuperada en dos años, 3 meses y 10 días, valor que se encuentra dentro de la vida útil del proyecto, por lo tanto se considera a este indicador como un factor positivo para la ejecución del proyecto.

4.2.6.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que se requiere para que los ingresos totales y los costos de operación totales sean iguales, o para que la ganancia operativa sea igual a cero; puede expresarse en unidades o en dinero de ventas.

Fórmula de cálculo del punto de equilibrio:

$$PE\$ = \frac{CF}{\% CMg}$$

$$PEq = \frac{CF}{P - CVu}$$

Proceso de cálculo:

CUADRO No.35: DATOS CÁLCULO PUNTO DE EQUILIBRIO

Variable	Valor
Precio	\$2,00
Cantidad	540.000,00
Costo fijo	\$ 129.154,22
Costo variable total	\$ 309.730,55
Costo variable unitario	\$ 0,57

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

$$PE\$ = \$ 181,088$$

$$PEq = 90.544 \text{ Kg}$$

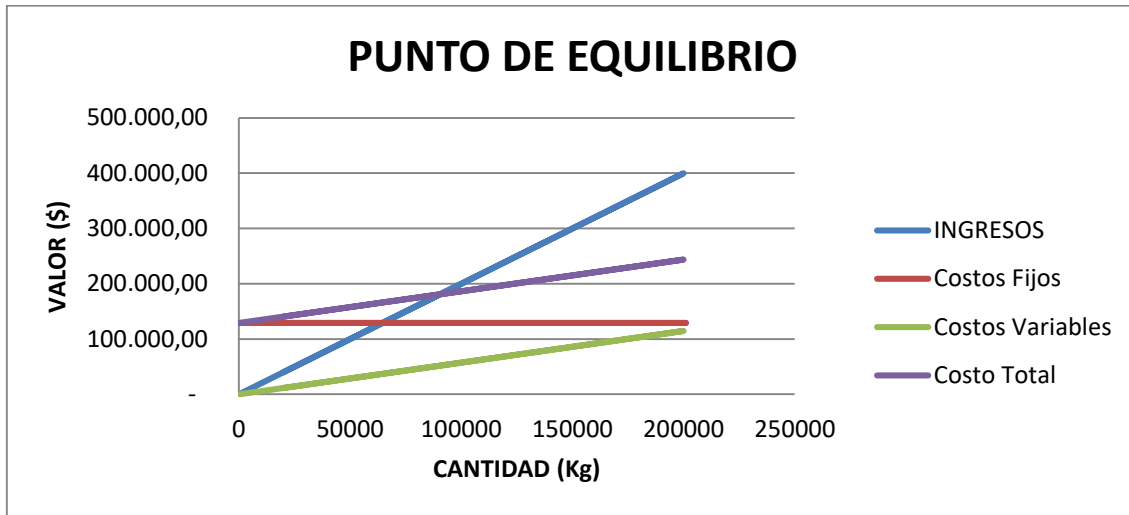
En la parte superior encontramos los cálculos realizados para obtener el punto de equilibrio del proyecto, en donde para no perder ni ganar se deben exportar 90.544,00 Kg de Brócoli, o vender 181,088 dólares.

CUADRO No.36: SENSIBILIZACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CANTIDADES	INGRESOS	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total	Utilidad Operativa
-	-	129.154,22	-	129.154,22	(129.154,22)
10.000,00	20.000,00	129.154,22	5.735,75	134.889,97	(114.889,97)
20.000,00	40.000,00	129.154,22	11.471,50	140.625,72	(100.625,72)
30.000,00	60.000,00	129.154,22	17.207,25	146.361,47	(86.361,47)
40.000,00	80.000,00	129.154,22	22.943,00	152.097,22	(72.097,22)
50.000,00	100.000,00	129.154,22	28.678,75	157.832,98	(57.832,98)
60.000,00	120.000,00	129.154,22	34.414,51	163.568,73	(43.568,73)
70.000,00	140.000,00	129.154,22	40.150,26	169.304,48	(29.304,48)
80.000,00	160.000,00	129.154,22	45.886,01	175.040,23	(15.040,23)
90.544,00	181.088,00	129.154,22	51.933,78	181.088,00	-
100.000,00	200.000,00	129.154,22	57.357,51	186.511,73	13.488,27
110.000,00	220.000,00	129.154,22	63.093,26	192.247,48	27.752,52
120.000,00	240.000,00	129.154,22	68.829,01	197.983,23	42.016,77
130.000,00	260.000,00	129.154,22	74.564,76	203.718,98	56.281,02
140.000,00	280.000,00	129.154,22	80.300,51	209.454,73	70.545,27
150.000,00	300.000,00	129.154,22	86.036,26	215.190,48	84.809,52
160.000,00	320.000,00	129.154,22	91.772,01	220.926,23	99.073,77
170.000,00	340.000,00	129.154,22	97.507,76	226.661,99	113.338,01
180.000,00	360.000,00	129.154,22	103.243,52	232.397,74	127.602,26
190.000,00	380.000,00	129.154,22	108.979,27	238.133,49	141.866,51
200.000,00	400.000,00	129.154,22	114.715,02	243.869,24	156.130,76

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

GRÁFICO No.23: PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

4.2.6.3. Análisis de sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se ha seleccionado tres variables cambiantes como son: el precio de exportación del brócoli, el porcentaje de incremento de salarios, y el costo de la materia prima, es decir del Brócoli. Cabe mencionar que se ha seleccionado estas variables, porque son las que mayor impacto tiene sobre nuestro proyecto, y a la vez se escapan de nuestro control. De la misma manera se ha visto conveniente evaluar la sensibilidad, a través de indicadores como el VAN y el TIR.

- **Escenario optimista**

En el escenario optimista se ha previsto que el precio de exportación suba a \$2,20 dólares el kilogramo, de la misma se prevé que el porcentaje de incremento de sueldos baje del 6,2% al 4%, y que el costo de la Materia prima baje de 0,22 dólares el Kilo a 0,18 dólares. Luego de aplicar estos cambios, se obtiene los siguientes resultados: una TIR del 64,26% y un Valor Actual Neto de \$ 306.500,34 dólares.

Esta situación es viable, siempre y cuando las condiciones tecnológicas en el campo mejoren, para que se produzca más y a menor precio. Por lo tanto este escenario se presenta viable siempre y cuando se aplique los cambios en la Matriz productiva que estimula el gobierno.

- **Escenario pesimista**

El escenario pesimista refleja prácticamente lo contrario del escenario optimista. Está previsto que el precio de exportación baje de 2 dólares por kilogramo a 1,5 dólares, también se estima que el incremento previsto del 6,2% en el salario de los trabajadores, se incremente al 10% como respuesta a la política social que viene implementando el gobierno, de la misma manera, se estima que los costos de producción se incrementen de 0,22 dólares por kilogramo a 0,30 dólares.

Luego de aplicar estas variaciones, se obtiene los siguientes resultados: una TIR del 27,29 y un Valor Actual Neto de \$ 87.259,31 dólares.

Si el precio para el exportador de Brócoli es de \$1,5 por kilogramo, y con las demás variables cambiadas, según el escenario pesimista, se observa valores positivos en el VAN (87259,31), y una TIR de 27,29, valores aceptables para que el proyecto sea factible, lo que nos demuestra que el proyecto aún en situaciones difíciles es viable.

- **Escenario normal (actual)**

Dentro de este escenario normal se ha trabajado todo el proyecto, es decir las variables de estudio se ubican en: Precio estimado de exportación de \$2,00 dólares por kilogramo, el incremento salarial por año se estima en un 6,2%, y un costo de la materia prima de 0,22 dólares, lo que nos determina un VAN de 242028,97 y una TIR de 53,89%.

CUADRO No.37: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (SITUACIÓN ACTUAL)

Resumen de escenario	Situación	Situación	Situación
	Normal	Pesimista	Optimista
Celdas cambiantes:			
Costo MP	0,22	0,3	0,18
% Inc. Sueldos	6,20%	10,00%	4,00%
Precio	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 2,20
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 242.028,97	\$ 87.259,31	\$ 306.500,34
TIR	53,89%	27,29%	64,26%

Elaborado por: Jenny Herrera Berrones

Luego de aplicar el análisis de sensibilidad, con las tres variables cambiantes y que no dependen de nuestro control, se puede concluir que en cualquier escenario es óptimo para nuestro Plan de exportación, ya que aún en el escenario pesimista, tenemos un VAN positivo y una TIR superior a los costos de oportunidad. Por lo tanto se recomienda su ejecución.

CONCLUSIONES

Una vez cumplido con el estudio presente, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Aunque las importaciones de brócoli en Bélgica es consistentemente alta, existe una considerable demanda insatisfecha para este producto, esto presenta la oportunidad de establecerse en el mercado a la Corporación Huertos Gatazo Zambrano y exportar brócoli a dicho país, satisfaciendo un porcentaje de esa demanda.
- El consumo de brócoli a nivel mundial ha evolucionado de manera favorable, siendo cada vez más los países que importan esta hortaliza, lo que implica un potencial aumento de la demanda mundial.
- Huertos Gatazo Zambrano permite incluir la producción de nuevos proveedores y nuevos productos, incrementando de esa manera la lista de clientes, demostrando así su alta capacidad productiva a nivel local y el apoyo contribuido por sus involucrados.
- Aunque aún no existe un acuerdo bilateral que favorezca las relaciones comerciales entre Ecuador y Bélgica, coexiste el SGP europeo, el cual es aplicable para Bélgica por ser miembro de la Unión Europea y siendo de mucho provecho a fin de comercializar el brócoli en Bélgica de la manera más efectiva.
- La evaluación financiera del proyecto demuestra que el plan de exportación es viable y además rentable. Así pues, según el Estado de resultados, desde el primer año de operaciones, el proyecto obtiene utilidades, y aunque estas no son tan altas al inicio, para el segundo año incrementan. Además, el VAN calculado es de \$ 242.028,97 y la TIR es del 53,89%, donde según indica el cálculo de la PRI, la inversión del proyecto será recuperada en el segundo año de operaciones.

RECOMENDACIONES

En vista al estudio realizado se recomienda:

- Fomentar la producción de semillas para las plántulas de brócoli en el Ecuador, ya que estas deben importarse y eso encarece el costo del producto final, además, así se promoverá el cultivo y la exportación de productos agrícolas no tradicionales y la adquisición de mayores oportunidades de negocios.
- Buscar la consecución de ventajas comerciales para el Ecuador con aquellos países con los que todavía no existen acuerdos comerciales establecidos, como es el caso con países de Europa.
- Huertos Gatazo Zambrano, debería desarrollar un departamento de marketing interno en su empresa, para así poder desarrollar estrategias en mercadeo, captar clientes, abrir nuevos mercados y poder posicionarse en ellos.
- Organizar, coordinar y controlar a todo el sistema de socios y directivos de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano así como en cada uno de sus procesos de comercialización con el fin de llevar a cabo las metas propuestas.
- Promover este tipo de proyectos a través de gestiones realizadas conjuntamente a entidades gubernamentales como Pro Ecuador, My Pymes proporcionando asesoría adecuada en las pequeñas empresas para añadir valor al producto ecuatoriano, en aspectos como el empaque, marcas, variedad de presentaciones, etc.

RESUMEN

La realización de la tesis plantea desarrollar un plan de exportación de brócoli de la “Corporación Huertos Gatazo Zambrano” de la Provincia de Chimborazo hacia Europa-Bélgica, ya que no es suficiente el nivel de conocimiento con respecto a cómo sobrellevar una exportación a un destino sin explorar, por lo que surge el problema a investigar y el análisis a sus elementos problema. Es provechoso conocer nuevos nichos de mercado, en especial, cuando es un mercado como Bélgica, que mantiene alta demanda de producto, como de brócoli, y que dicho mercado tiene una reducida dotación de recursos naturales, por lo que depende de las importaciones de países productores de brócoli. Ecuador, actualmente goza de un fuerte dinamismo como productor y exportador de ciertas variedades de productos no tradicionales, y es en la región Sierra Centro en donde se ha incrementado la producción de dichos productos, como es en Chimborazo, en donde la “Corporación Huertos Gatazo Zambrano”, se ha comprometido en introducir su producción brocolera a mercados potenciales a través de estrategias de comercialización, en las cuales se pueda evidenciar la aceptación del brócoli en el mercado y así poder ganar posicionamiento en el mismo. Además, la propuesta que se ha implementado en el plan demuestra relevancia en el mismo, determinando que la exportación a Bélgica es viable financieramente; por ello se recomienda promover el cultivo y la exportación de productos agrícolas no tradicionales en el país.

Ing. Mg. Jorge Iván Carrillo Hernández

DIRECTOR DE TESIS

SUMMARY

The completion of the thesis aims to develop a broccoli export plan from “Corporación Huertos Gatazo Zambrano” of the Province of Chimborazo to Europe – Belgium, due to the fact that is not enough the level of knowledge regarding how to cope with an export to an unexplored destination, so the research problem to investigate arises as well as the problem analysis. It is helpful to find new market niches, especially when it is a market like Belgium, which maintains high product demand, like the broccoli, and that the market has a limited supply of natural resources, so dependent on imports from countries that produce broccoli. Ecuador, nowadays enjoys strong momentum as a producer and exporter of certain varieties of non-traditional products, and is in the middle Sierra region where the production of such products has increased, as in Chimborazo, where “Corporación Huertos Gatazo Zambrano” has committed to introduce their broccoli production to potential markets through strategies, in which they can demonstrate acceptance of broccoli in the market and so to earn positioning in it. In addition, the proposal that has been implemented in the plan shows the same relevance in determining the export to Belgium is financially viable, so it is recommended to promote the cultivation and export of non-traditional agricultural products in the country

BIBLIOGRAFÍA

- ⇒ Padín, C. (2012) Comercio Internacional: “Una visión general de los instrumentos operativos en el comercio exterior”, Bogotá: Ideas Propias, pág.34
- ⇒ Cerda, A. (2012) Guía rápida de comercio internacional, México: Trillas.
- ⇒ Murcia, J. (2009) Proyectos, "Formulación y criterios de evaluación", Bogotá:Alfa Omega.
- ⇒ Steinberg, F. (2004) Teoría del Comercio Exterior y la Política de Comercio Estratégico, Madrid:El Arca.
- ⇒ Caballero, I. (2010) Exportaciones, 3ª ed., Madrid:Greco. pág. 49
- ⇒ Lam, F. (2010) Serie Agro Negocios, Madrid: El Arca,pág. 7-8-12
- ⇒ Fuentes, F. (2010) Aspectos del Comercio Exterior, Bogotá:Colombiana,
- ⇒ Dino, P. (2012) Teoría del Estudio de Mercado, Madrid:AECA,
- ⇒ Rodero, J. (2011)Propiedades vitamínicas del brócoli, Bogotá:Educativa Ltda., pág.25,
- ⇒ Gonzales,M. (2011) Salud y Belleza, Barcelona:Las Cauretas, pág. 18
- ⇒ Morales,A. (2013) Medicina Natural, Brócoli, “usos y beneficios”. Bogotá:La Misión, pág.57,
- ⇒ Gall, J. (2009) El brócoli en el Ecuador, “La fiebre del oro verde”, Madrid: Anuario Americanista, pág. 276-277

LINCOGRAFÍA

- ⇒ FAOSTAT, (2011) Monografía de cultivos, “Brócoli”. (julio 2011), Recuperado el 21 de septiembre del 2013. De: www.sagarpa.gob.mx
- ⇒ El Agro, (2012) Exportación, Recuperado el 28 de septiembre del 2013. De: <http://www.revistaelagro.com/2013/01/18/exportacion-de-brocoli-estable/>
- ⇒ Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, (2011) Balanza Comercial UE-Ecuador, Recuperado el 25 de septiembre del 2013. De: http://eeas.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/index_es.htm
- ⇒ Servicios al exportador, (2011) Guía del mercado de Bélgica, Recuperado el 5 de octubre del 2013. De: www.euromonitor.com
- ⇒ Banco Central Europeo, (2013) Evolución económica y monetaria, (Producto, demanda y mercado de trabajo), Recuperado el 7 de octubre del 2013. De: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesBCE/BoletinMensualBCE/13/Fich/bm1303.pdf>
- ⇒ El Comercio, (2013) El brócoli sostiene a las familias de Gatazo Zambrano, Recuperado el 9 de octubre del 2013. De: http://www.elcomercio.ec/agromar/Chimborazo-brocoli-Ecuador-agricultura_0_942505819.html.
- ⇒ Sistema de información sobre comercio exterior (OES, SEDI, DDECT), (2013) Recuperado el 11 de octubre del 2013. De: http://www.sice.oas.org/TPD/AND_EU/PoliticalDialogueAgreement/DiaEU_AC_s.asp
- ⇒ FIE, (2012) Programa de canje de deuda por desarrollo, Recuperado el 20 de octubre del 2013. De: http://www.fondoitaloecuadoriano.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=211
- ⇒ RURALTER, (2006) Estudio regional sobre factores de éxito de empresas asociativas rurales, Recuperado el 25 de octubre del 2013. De:

[http://www.ruralter.org/index.php?option=com_flexicontent&view=category&cid=17
&Itemid=100002&lang=es&limitstart=20](http://www.ruralter.org/index.php?option=com_flexicontent&view=category&cid=17&Itemid=100002&lang=es&limitstart=20)

- ⇒ José Hernández, (2013) Semillería “San Alfonso”, Recuperado el 28 de octubre del 2013. De http://www.semilleria.cl/desarrollo/EMP_empresa.aspx?id=1
- ⇒ CORPEI, (2009) Ecuador exporta, “Perfil del Brócoli” Recuperado el 28 de octubre del 2013. De: <http://www.proecuador.gob.ec/>
- ⇒ BCE, (2011) Estadísticas, “Banco Central del Ecuador”, Recuperado el 30 de octubre el 2013. De: <http://www.bce.fin.com.ec>
- ⇒ FEDEXPORT, (2012) Exportaciones Internacionales en el mundo, Recuperado el 11 de noviembre del 2013. De: <http://www.proecuador.gob.ec>
- ⇒ Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bruselas (Instituto Español de Comercio Exterior), (2012) Bélgica, información del país, Recuperado el 25 de noviembre del 2013. De: [http://www.fedeto.es/delegaciones_ferias_internacional/belgica%20y%20holanda/
ESTRUCTURA%20ECONOMICA%20BELGICA.pdf](http://www.fedeto.es/delegaciones_ferias_internacional/belgica%20y%20holanda/ESTRUCTURA%20ECONOMICA%20BELGICA.pdf)
- ⇒ Agro Ecuador, (2011) Consumo de brócoli, Recuperado el 28 de noviembre del 2013. De: <http://www.Agroecuador.com/#>
- ⇒ SUI, (2013) Guatemala, Recuperado el 5 de diciembre del 2013. De: <http://uim.mineco.gob.gt>
- ⇒ PRO-ECUADOR, (2012) Agroindustria, Recuperado el 5 de diciembre del 2013. De: <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/agroindustria/>
- ⇒ Ministerio de relaciones exteriores, (2010) Boletín electrónico: Ecuador actual, Recuperado el 8 de diciembre del 2013. De: http://www.mmrree.gob.ec/ecuador_actual/bol026.asp
- ⇒ PRO-ECUADOR, (2011) Ministerio de Relaciones Exteriores, Informe de primer nivel, Recuperado el 11 de diciembre del 2013. De: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/P-1107-BR%C3%93COLI_CONGELADO-
UE.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/P-1107-BR%C3%93COLI_CONGELADO-UE.pdf)