



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Investigación de mercado para la exportación de jalea de macadamia producida y elaborada en el cantón Machachi, provincia de Pichincha, con destino a Illinois, Estados Unidos.

Trabajo de titulación presentado por la conformidad a los requisitos
Establecidos para obtener el título de
Licenciada en Ciencias Económicas y Administrativas.
Mención Comercio Internacional.

PROFESOR GUÍA

Soc. José Noboa

AUTORA

SOFÍA V. CAMPAÑA DÍAZ

2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para el adecuado desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

José Noboa.

Sociólogo.

171457055-1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Sofía Vanessa Campaña Díaz.

171542573-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas aquellas personas, que hicieron lo posible para que este trabajo de titulación se lleve a cabo, en especial a mi profesor guía José Noboa quien cooperó con la elaboración del mismo; a mis queridos padres, a mis adoradas hijas, a mi amado esposo, a mi familia y amigos en general por todo su apoyo incondicional durante todo este tiempo.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis queridos padres Josefina y Wilman, ya que con su amor, fe y apoyo constante me han ayudado a salir adelante en mi educación y en mi vida. A mis hijas queridas por ser la luz de mi vida, a mi esposo por su cariño, amor y comprensión, a mi hermano, familia y amigos en general por brindarme su apoyo, conocimientos y enseñanzas ya que gracias a esto han hecho de mí una persona constante para poder seguir adelante en el camino de mi vida profesional y personal.

RESUMEN

Actualmente el mundo se encuentra en una constante evolución tanto de forma social, cultural y económica, por esta razón muchas de las empresas nacionales y multinacionales y en sí la sociedad en general, se encuentran en un proceso a favor de la salud y la innovación constante en los productos, servicios y demás. Las ventas de macadamia en el comercio mundial ha alcanzado un nivel de ventas de aproximadamente 350 millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2009), tomando en cuenta que este no es un producto conocido en nuestro país, tiene perspectivas de alto nivel de demanda y de precios estables; convirtiéndolo así en una opción atractiva para una inversión.

La presente investigación pretende desarrollar un plan para la exportación de la jalea de macadamia producida y elaborada en el cantón Machachi, con destino a Illinois, Estados Unidos, y se pretende además por medio de esta dar a conocer una vía alternativa para los futuros exportadores de este producto no tradicional y con ello conseguir en un futuro un mejor ingreso para la economía ecuatoriana.

Para ello se ha estructurado el presente trabajo en tres capítulos de la siguiente manera:

- El primer capítulo detalla los antecedentes, su uso y además algunos términos los cuales permitirán entender de mejor manera el campo relacionado al producto que se va a exportar. Incluyendo también la producción y elaboración de la jalea de macadamia, así como un análisis del mercado ecuatoriano así como del mercado objetivo.
- En el segundo capítulo describe el análisis de la teoría de la ventaja comparativa de Krugman para la producción y comercialización de jalea de macadamia a Illinois, Estados Unidos.
- Y en el tercer capítulo se define el plan de marketing mediante estrategias que se deberían implementar para la comercialización de la jalea de macadamia.

ABSTRACT

Actually the world is in between an constant evolution such in a form social, cultural and economic, for this reason many of the national and international companies and also the general society, is between in a process to favor of the heath and the constant innovation in the product, services and others. The sales of macadamia in the mundial commerce reached a sales level of approximately 350 millions of dolars (Bank Central of Ecuador, 2009), taking in count that this is an unknowledge product in our country, has expectations of high level of demand and in te stables prices; making in an attractive option for an investment.

The present serching aims developed a plan for the exportation of the jelly of macadamia produced and development in the canton Machachi, with destiny to Illinois, Estados Unidos, and also aims give to know an altenative way for futures exporters of this no traditional product and with this get in the future a better entry for the ecuadorian economy.

For this is structured the present job in three chapters as follows:

- The first chapter details the history, use and also some terms which allow a better understand the field related with the product that is going to exported. Including also the production and development of the jelly of macadamia, such as an analysis of the ecuadorian market such as of the objective market.
- The second chapter describes the analysis of the theory of the comparative ventajaje of Krugman for the production and merchandizing of jelly of macadamia to Illinois, Estados Unidos.
- And the third chapter defines the marketing plan through strategies that shold be implemented for the merchandizing of the jelly of macadamia.

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPITULO 1 | 1 |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. ANTECEDENTES | 1 |
| 1.2. USOS DE LA MACADAMIA..... | 3 |
| 1.3. TÉRMINOS TÉCNICOS | 4 |
| ANÁLISIS DEL ENTORNO | 5 |
| 2.1. ESQUEMA: ANÁLISIS DEL ENTORNO..... | 5 |
| 2.2. PRODUCCION DE MACADAMIA..... | 6 |
| 2.2.1. Composición Nutricional | 7 |
| 2.2.2. Morfología de la planta. | 7 |
| 2.2.3. Selección de variedad. | 8 |
| 2.2.4. Requerimientos Agroecológicos del Cultivo | 9 |
| 2.2.5. Siembra | 9 |
| 2.2.6. Cultivo y Cosecha..... | 10 |
| 2.2.7. Manejo Post cosecha. | 12 |
| 2.3. ELABORACION DE LA JALEA DE MACADAMIA. | 13 |
| 2.3.1. Materia Prima e Insumos..... | 17 |
| 2.3.2. Insumos | 18 |
| 2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS | 19 |
| 2.5. SITUACIÓN ACTUAL..... | 20 |
| 2.5.1.PERMANENCIA EN EL MERCADO DE COMPAÑÍAS CONSTITUÍDAS | 20 |
| 2.5.2. BENEFICIOS DEL SECTOR..... | 24 |
| 2.6. EL MERCADO ECUATORIANO..... | 26 |
| 2.6.1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS | 27 |
| 2.6.2. PRINCIPALES PAÍSES DE EXPORTACION DE MACADAMIA... .. | 28 |
| 2.6.3. MEJORES CANDIDATOS A EXPORTAR MACADAMIA | 29 |
| 2.6.4. IMPORTACIONES ECUATORIANAS | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6.5. BALANZA COMERCIAL | 31 |
| 2.7. Principales países productores y proveedores mundiales ... | 33 |
| 2.8. DEMANDA ESTADOUNIDENSE | 33 |
| 2.8.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos | 34 |
| 2.8.2. Exportaciones por continente, área económica o país | 35 |
| 2.9. PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS | 36 |
| CAPÍTULO 2 | 40 |
| 3.1. VENTAJA COMPARATIVA DE KRUGMAN | 40 |
| 3.2. COMPARACIÓN DEL VALOR NUTRICIONAL DE LA NUEZ DE MACADAMIA CON SUS PRODUCTOS SUSTITUTOS | 42 |
| 3.3. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO | 44 |
| 4. ANALISIS DEL MACROENTORNO | 46 |
| 4.1. FACTORES ECONOMICOS | 46 |
| 4.1.1. INFLACIÓN..... | 46 |
| 4.1.2. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR | 50 |
| 4.1.3. INDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR | 52 |
| 4.1.4. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y EL INDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR (VALORES PORCENTUALES)..... | 55 |
| 4.2. ANÁLISIS POLÍTICO..... | 58 |
| 4.3. ANALISIS DEMOGRÁFICO..... | 60 |
| 4.3.1. Población Económicamente Activa: MACHACHI, QUITO, ILLINOIS. | 62 |
| CAPÍTULO 3 | 70 |
| MARKETING | 70 |
| 5. PLAN DE MARKETING | 70 |
| 5.1. ESTRATEGIAS DE MARKETING | 70 |
| 5.2. MATRIZ FODA..... | 71 |
| 5.3. ANALISIS 5 FUERZAS DE PORTER..... | 73 |
| 5.4. ANALISIS MATRIZ MPC | 77 |

| | |
|---|-----|
| 5.6. ESTRATEGIAS DE PRECIOS | 82 |
| 5.7. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES..... | 84 |
| 5.8. ESTRATEGIAS SOBRE DISTRIBUCIÓN | 86 |
| 5.9. TÁCTICAS DE VENTA..... | 87 |
| 5.10. POLÍTICAS DE SERVICIO Y GARANTÍA | 89 |
| 5.11. CONTROL..... | 89 |
| LA EMPRESA..... | 90 |
| 6.1. AINE MACADAMIA COMPANY | 90 |
| 6.2. MISIÓN | 91 |
| 6.3. VISIÓN..... | 91 |
| 6.4. OBJETIVOS..... | 91 |
| 6.5. PRODUCTO | 92 |
| 6.5.1. CICLO DE VIDA “Macadamia Jelly” | 94 |
| 6.6. ESCALA ESTRATEGICA | 97 |
| CAPÍTULO 4 | 100 |
| CONCLUSIONES | 100 |
| RECOMENDACIONES | 102 |
| BIBLIOGRAFIA | 103 |
| ANEXOS..... | 113 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| TABLA 1.1 Exportaciones no tradicionales..... | 2 |
| TABLA 1.2 Exportaciones a Estados Unidos..... | 3 |
| TABLA 1.3 Términos técnicos..... | 4 |
| TABLA 2.1 Composición nutricional de 100 g de almendra cruda de Macadamia..... | 7 |
| TABLA 2.2 Proceso manejo poscosecha..... | 12 |
| TABLA 3.1 Número de compañías constituídas por Area Económica..... | 21 |
| TABLA 3.2 Número de compañías constituídas por Cantones..... | 22 |
| TABLA 3.3 Número de compañías constituídas dentro del Cantón Mejía..... | 23 |
| TABLA 3.4 Ingresos-Costos y Gastos. Sector Agrícola..... | 24 |
| TABLA 4.1. Exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo..... | 27 |
| TABLA 4.2. Exportación de Macadamia (Toneladas) hacia Estados Unidos... | 28 |
| TABLA 4.3. Principales países para la exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo..... | 29 |
| TABLA 5.1. Importación de macadamia Ecuador con el resto del mundo..... | 30 |
| TABLA 6.1. Balanza Comercial Ecuador-Mundo..... | 32 |
| TABLA 7.1. Ecuador: Destino de las exportaciones de macadamia..... | 34 |
| TABLA 8.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos (todas las partidas)..... | 34 |
| TABLA 9.1. Exportaciones por continente, área económica o país..... | 35 |
| TABLA 9.2. Principales productos no tradicionales exportados a Estados | |

| | |
|--|----|
| Unidos 2010..... | 37 |
| TABLA 9.3. Exportación de productos del sector agropecuario, agroindustrial, acuacultura y pesca..... | 38 |
| TABLA 10.1. Nutrition Facts - Información Nutricional..... | 43 |
| TABLA 10.2. Participación de los principales países consumidores..... | 45 |
| TABLA 11.1. IPC Estados Unidos 2011..... | 52 |
| TABLA 11.2. Inflación – Índice de precios al consumidor – Índice de precios al productor..... | 57 |
| Tabla 12.1 Salario en Ecuador..... | 68 |
| Tabla 13.1 Matriz F.O.D.A..... | 72 |
| Tabla 14.1 Matriz MPC..... | 77 |
| Tabla 15.1 Precios de la macadamia en el mercado internacional (USD/kilo)..... | 82 |
| Tabla 16.1 Precios de la competencia..... | 83 |
| Tabla 17.1 Escala estratégica..... | 98 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Distribución Geográfica de las compañías en el Ecuador..... | 20 |
| Gráfico 2: Distribución Geográfica de las compañías en la provincia de Pichincha..... | 20 |
| Gráfico 3: Número de compañías constituidas..... | 21 |
| Gráfico 4: Ingresos – Costos y Gastos. Sector Agrícola..... | 25 |
| Gráfico 5: Exportaciones por continente, área económica o país..... | 36 |
| Gráfico 6: Inflación periodo 2005 - marzo 2011..... | 48 |
| Gráfico 7: Inflación anual en América Latina – abril 2011..... | 48 |
| Gráfico 8: Inflación internacioan transables Ecuador y EE UU..... | 49 |
| Gráfico 9: Índice de Precios al consumidor. Periodo 2005-marzo 2011..... | 51 |
| Gráfico10:Índice de Precios al productor. Periodo 2005-marzo 2011..... | 54 |
| Gráfico 11: Índice de Precios al consumidor y el Índice de Precios al productor. Periodo 2005-marzo 2011 (valores porcentuales)..... | 55 |
| Gráfico 12: Población Económicamente Activa..... | 61 |
| Gráfico 13: Ocupación, Desempleo, Subempleo en Ecuador..... | 61 |
| Gráfico 14: Matriz Fuerzas de Porter..... | 73 |
| Gráfico 15: Matriz Importancia/Resultado..... | 78 |
| Gráfico 16: Análisis del Perfil Competitivo..... | 79 |
| Gráfico 17: Distribución del producto..... | 87 |
| Gráfico 18: Logotipo de la imagen de la empresa..... | 90 |
| Gráfico 19: Etiqueta en español..... | 92 |
| Gráfico 20: Etiqueta en inglés..... | 93 |
| Gráfico 21: Ciclo de vida..... | 94 |

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La nuez de macadamia fue conocida por los austriacos y su origen se atribuye a una zona subtropical, al sudeste de Queensland llamada “Great Dividing Range” y la parte norte de Nueva Gales del Sur. Es conocida como “la reina de las nueces”, debido a sus cualidades nutritivas y por su exquisito sabor.

Según el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), en el Ecuador fue introducida en 1976 y en 1988 se realizó la primera importación comercial; de ahí en adelante el cultivo de macadamia se ha ido extendiendo; pero a un mínimo de productores que lo realizan a través de cultivos dispersos, en donde se pueden obtener buenos rendimientos y sobre todo calidad. El Ecuador exporta este producto no tradicional a los mercados del hemisferio norte con buenas perspectivas de incremento de volúmenes. Con lo cual a nivel mundial el consumo de la macadamia ha ido aumentando, lo cual permite observar la potencialidad de su mercado, a lo que conlleva a una alternativa favorable para la exportación de dicho producto.

La nuez de macadamia es cremosa y está encerrada en un fuerte casco liso de color café que a su vez está dentro de una cáscara verde suave que se abre cuando está madura. Los beneficios que la macadamia ofrece son: que es un producto rico en proteína y de vitaminas tales como A1, B1, B2., de calcio, de potasio y de fibra dietética, además de poseer un bajo contenido de sodio y de colesterol, entre otras. Los cuales tienen un efecto limpiador en las arterias,

reduciendo el riesgo de enfermedades cardiacas y generando así un buen estado de salud para sus consumidores.

A la macadamia se la conoce con varios nombres en los diferentes países de América y Europa. Sin embargo, en el mercado internacional en general se la conoce como: macadamia integrifolia. La partida arancelaria utilizada para la exportación de este producto no tradicional es 0802600000, descripción “nueces de macadamia.”(Banco Central del Ecuador, 2009). Y además se la puede emplear con la partida arancelaria 0802900000, descripción “los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cascara o...” (TradeMap, 2008). Dada las exportaciones no tradicionales totales en el Ecuador que se han realizado durante la última década se puede destacar que, los problemas en el último periodo por las crisis que ha sufrido la economía han ido disminuyendo, pero para el presente año se prevé que estas cifras aumenten dado que hasta el mes de junio del 2009 (Banco Central del Ecuador, 2009) estas crecieron en un 9% respecto al mismo periodo del 2008

TABLA 1.1 EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

| VARIABLES | EXPORTACIONES NO TRADICIONALES | | | | | | |
|-----------|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| TOTAL | 1878507 | 1845025 | 2304899 | 2983557 | 3545656 | 3946014 | 3411913 |

Fuente: Banco Central del Ecuador (2010).

Elaborado por: Autora

Y en correlación con las exportaciones de los productos no tradicionales con respecto al país al que se va a dirigir el producto de la jalea de macadamia, se puede apreciar que de igual manera existió una disminución para el año 2007, De acuerdo con los datos obtenidos por parte de la Corpei (2010) en conjunto con el Banco Central del Ecuador (2010) se prevé que exista un aumento en las exportaciones dado que por la expectativa anunciada hasta el mes de septiembre según la tabla 1.2 para el año 2010 alcanza la mitad de las exportaciones del año anterior, generando así un beneficio más a la economía ecuatoriana.

TABLA 1.2 EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS

PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/SEPTIEMBRE 2010
 DESTINO : ESTADOS UNIDOS
 PARTIDA : TODAS LAS PARTIDAS
 ORDEN : PAIS - DESCENDENTE

| PAIS | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2010 (ENERO / SEPTIEMBRE)* VALOR FOB (MILES USD) |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|
| ESTADOS UNIDOS | 5,016,890.37 | 6,791,463.67 | 6,142,065.73 | 8,350,193.45 | 4,571,284.78 | 4,337,271.20 |
| TOTAL GENERAL | 5,016,890.37 | 6,791,463.67 | 6,142,065.73 | 8,350,193.45 | 4,571,284.78 | 4,337,271.20 |

* Hasta SEPTIEMBRE 2010

FUENTE: Banco Central del Ecuador al 26/NOVIEMBRE/2010

Fuente: Corpei y Banco Central (2010).

Elaborado por: Corpei

1.2. USOS DE LA MACADAMIA

Existen varios usos actualmente dentro de los cuales se aplica este producto no tradicional que es la macadamia, entre ellos se encuentran: en la industria de la confitura se la utiliza en la elaboración de chocolates, pasteles, galletas, helados, panecillos y postres. En la medicina se la usa como tratamiento para las personas con altos niveles de colesterol en la sangre. Además se las puede emplear para la extracción de aceite de macadamia, el cual es considerado como uno de los más saludables.

Los residuos de almendra (torta: rechazo de la almendra seca ya exprimida) pueden ser usados como alimento para el ganado. Y de igual manera en la industria de cosméticos se demuestra un gran interés para la elaboración de cremas hidratantes, jabones y aceites. Mientras que las conchas de la macadamia se usan como material combustible. Con dichas variantes para la macadamia se puede concluir que sus usos y sus derivados son muy de empleo múltiple dependiendo del mercado objetivo al cual se desee enfocar. (Entrevista Personal. J. León, Ing. Agrónomo, Septiembre, 2010).

1.3. TÉRMINOS TÉCNICOS

Es pertinente realizar la investigación para estudiar a nivel comercial las formas de acceder al mercado de Estados Unidos con un producto novedoso. Los principales términos técnicos que se utilizarán en el desarrollo de esta tesis son, entre otros:

TABLA 1.3. TERMINOS TECNICOS.

| | |
|--|--|
| <u>Agricultura</u> | Labranza o cultivo de tierra. Actividad económica relacionada con la producción de alimentos. |
| <u>Agro</u> | Tierra de cultivo (agrícola, pecuario, forestal). |
| <u>Agroindustria</u> | Conjunto de industrias relacionadas con la agricultura. |
| <u>Agrología</u> | Parte de la agronomía que estudia el suelo en sus relaciones con la vegetación. |
| <u>Agronomía</u> | Ciencia integrada por un conjunto de conocimientos, aplicables al cultivo de la tierra derivados de las ciencias exactas y económicas. |
| <u>Aranceles</u> | Es un impuesto aplicado a los bienes importados de una nación. Cuando un buque arriba a un puerto aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica los impuestos de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto, Debido a que los bienes no pueden ser nacionalizados (incorporados a la economía del territorio receptor) hasta que el impuesto no sea pagado, es uno de los impuestos más sencillos de recaudar, y el costo de recaudación es bajo. |
| <u>Balanza Comercial</u> | Es la diferencia entre las exportaciones e importaciones; el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo de tiempo. Las importaciones se refieren a los gastos de las personas, las empresas o el gobierno de un país hacen en bienes y servicios que se produce en otros países y que se traen desde esos otros países a él. |
| <u>Comercio Internacional</u> | Se define como comercio o intercambio internacional al comercio de bienes y servicios entre dos o más partes de distintos países (uno exportados y el otro importador). El intercambio internacional es también una rama de la economía. Tradicionalmente, el comercio internacional es justificado dentro de la economía por la teoría de la ventaja comparativa o por la existencia de productos o bienes intercambiados tendientes a incrementar la oferta en el mercado local. |
| <u>Exportaciones</u> | Las exportaciones son los bienes y servicios que se producen en el país y que se venden y envían a clientes de otros países. |
| <u>Mercado</u> | Es un conjunto de compradores y de vendedores que se interrelacionan, posibilitando realizar intercambios. Dentro de este, es importante destacar la diferencia entre mercado e industria; el mercado es mayor que una industria. La industria será entendida como un conjunto de empresas que venden productos idénticos o estrechamente relacionados entre sí. De hecho la industria se construye en el responsable de la oferta de mercado, también se le llama Industria al conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, manutención y transformación de uno o varios productos naturales. |
| <u>Productos No tradicionales</u> | Los productos no tradicionales de exportación son los que muestran el desarrollo más acelerado en la última década. Su expansión ha generado experiencias positivas y negativas. En la actualidad, los cultivos de palmito, naranjas, raíces y tubérculos (yuca, ñame, tiquizque, malanga, ñampi), jengibre, piña y plantas ornamentales se perfilan como los principales productos de exportación no tradicional. |
| Fuente: Diccionario de agricultura, 2010; La enciclopedia ,2004; Diccionario de la Lengua Española, 2001 | |
| Elaborado por: Autora | |

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. ESQUEMA: ANÁLISIS DEL ENTORNO



Fuente: Banco Central del Ecuador (2010).

Elaborado por: Autora

Ecuador tiene ciertas ventajas competitivas con el resto de países productores, tal es el caso de las condiciones de clima y suelo favorables, y la disponibilidad de tierra, considerando que la macadamia es una fruta que se acondiciona a diferentes tipos de temperatura.

Desde esta óptica, se plantea la producción en la zona de Machachi, ubicada a una hora al sur oriente de la capital del Ecuador, Quito, en un valle fértil húmedo y frío, rodeado por dos importantes reservas naturales: Pasochoa y el Bosque Protector Toachi-Pilatón, que albergan en sus bosques especies arbóreas importantísimas y son con siderados santuarios de las especies animales.

Machachi es la cabecera cantonal del cantón Mejía. Se encuentra a una altura promedio de 2938 m.s.n.m. Posee una temperatura media anual de 14.1 a 16.2 oC. La precipitación anual va desde 927 a 1030cm³. El invierno va desde noviembre a febrero y el verano desde marzo a octubre.

Es un sector principalmente agrícola y ganadero. Se destacan cultivos de papas, cebada, trigo, maíz, habas y hortalizas, fréjol, arveja, nabo, rábano, col, coliflor, zanahoria, camote, remolacha, ají, orégano y cebolla. (Zurita, 2010; pp.15-20)

2.2. PRODUCCION DE MACADAMIA.

Dado que en el Ecuador las ventajas climáticas son favorables, las plantaciones de macadamia se las podrá cosechar todo el año, dependiendo de la variedad que se desee obtener. Un árbol de macadamia produce 300 frutos por carga, dando así aproximadamente 1000 frutos anuales de excelente tamaño y calidad y sobretodo de forma natural sin utilizar agroquímicos para su desarrollo. Pero se tiene un máximo período entre el mes de Febrero prolongándose hasta Agosto, por lo cual se tiene una estacionalidad definida de este producto.

El azúcar y los preservantes adicionales, los cuales son elementos principales para la elaboración de la macadamia, se los puede conseguir tanto en las afueras como dentro de la ciudad de Quito; de igual manera producidas de manera natural y procesadas en trapiches o en refinerías caseras; lo que permitirá abaratar costos de transporte por la cercanía al centro de procesamiento que estará ubicado en el cantón Machachi para luego transportar el producto ya terminado hacia Illinois, Estados Unidos para su respectiva distribución.

2.2.1. Composición Nutricional

Tabla 2.1. Composición nutricional de 100 g de almendra cruda de Macadamia.

| Componentes | Unidades |
|-------------------------|----------|
| Energía | 3040 kj |
| Proteína | 9.27 g |
| Grasa (aceites totales) | 76.40 g |
| Mono insaturadas | 59.6 g |
| Poli insaturadas | 3.1 g |
| Saturadas | 13.6 g |
| Carbohidratos Total | 10.0 g |
| Azúcares | 10.0 g |
| Fibra dietética | 1.4 g |
| Colesterol | nada |
| Fósforo | 241 mg |
| Calcio | 53 mg |
| Sodio | 3 mg |
| Potasio | 409 mg |
| Tiamina (B1) | 0.22 mg |
| Riboflavina (B2) | 0.12 mg |
| Niacina | 1.60 mg |
| Hierro | 2.00 mg |

Fuente: USDA Composition of foods and seed products (2010).

Elaborado: USDA Composition of foods and seed products.

Las variedades, condiciones climáticas y el sistema de manejo pueden ocasionar una pequeña variación en los valores nutricionales de la nuez de macadamia.

2.2.2. Morfología de la planta.

A la macadamia se la conoce como:

Nombre común o vulgar: Macadamia, Nuez australiana, Nueces de Australia, Avellano de Australia, Macadán, Nuez de macadamia, Nueces macadamia. Su nombre científico o latino: *Macadamia integrifolia* = *Macadamia ternifolia* var. *integrifolia* (LEON., 1968: pp.452-454).

Procede de la familia: Proteáceas (Proteaceae). (Barahona et al., 1992: pp.51-55)

Características.

- Arbusto o pequeño árbol de hasta 4-5 m de altura.
- Hojas persistentes, simples, opuestas o verticiladas en número de a 3 o 4, elípticas, obovadas, hasta oblongo-lanceoladas, de 20 a 30 cm de largo, brevemente pecioladas.
- Flores hermafroditas, agrupadas de a 2 en racimos axilares, largos de hasta 30 cm, de color blanco-amarillento. (LEON.,1968: p.453; Barahona et al.,1992: p.58)

2.2.3. Selección de variedad.

Existen varias variedades así como:

- Kakea (*integrifolia*), cáscara blanda.
- Ikaika (*integrifolia*), cáscara blanda.
- Keauhon (*integrifolia*), cáscara blanda.
- Richard (*tetraphyla*), cáscara gruesa.
- Tinana (*tegraphyla*), cáscara gruesa.
- Our choice (*tetraphyla*), cáscara gruesa.
- Hinde (*tetraphyla*), cáscara gruesa.
- Collard (*tetraphyla*), cáscara áspera.
- Howard (*tetraphyla*), cáscara áspera.
- Sewell (*tetraphyla*), cáscara áspera.
- Ebony (*tetraphyla*), cáscara áspera.
- Oak hurst (híbrido), cáscara débil.
- Nutly Glan (híbrido), cáscara débil. (Barahona et al.,1992: pp.57-58).

De entre las cuales las que se van a aplicar para el presente proyecto son Rugosa (*M. integrifolia*) y Lisa (*M. tetraphilla*), dado que sus frutos son considerados de mejor calidad por su sabor y valor nutritivo en los mercados internacionales.

2.2.4. Requerimientos Agroecológicos del Cultivo

Algunos requerimientos generales son los siguientes:

- Clima: Cálido húmedo.
- Temperatura: desde los 18°C hasta los 30°C, con un máximo de 32°C y un mínimo de 14°C, pero para obtener una buena producción es necesario que la temperatura baje periódicamente a 18°C y se mantenga estable para estimular la floración, lo que permitiría tener producción la mayor parte del año.
- Humedad: 80% - 100%.
- Pluviosidad: 2000 - 4000 mm.
- Altitud: 0 - 700 m.s.n.m.
- Tipo de Suelo: Suelos francos, bien drenados, aireados, planos y ligeramente ondulados.
- Acidez: pH 5.5 - 6.5.
- Formación Ecológica: Bosque húmedo tropical. (Barahona et al.,1992: pp.55-56; Camacho, E. 1971: pp.5-7.)

2.2.5. Siembra

Semilla: La formación de las plantas se realiza en semilleros o preferible en pilones, puesto que estos garantizan la seguridad de prendimiento, robustez, sanidad.

Material de siembra: Plantas procedentes del vivero correctamente injertadas.

Distancia de siembra: 8 x 8 m; 9 x 9 m, es sistema de tres bolillo.

Densidad de planta: 156 o 123 plantas por Ha. (Camacho, E. 1971: p.5).

2.2.6. Cultivo y Cosecha

Selección del terreno

Alejado de sitios de alta incidencia de vientos, no muy relacionados con sistemas fluviales, quebrados topográficamente. (Barahona et al.,1992: p.61).

Limpieza del terreno

Especialmente libres de residuos vegetales en descomposición. Se debe limpiar de piedras, terrones grandes. (Barahona et al.,1992: p.61).

Adecuaciones del terreno

Nivelado, asentamientos, encalados, de ser requeridos. Se adapta a todo tipo de suelos, aunque especialmente los ligeros y bien drenados. Tolerando bastante bien la salinidad. Una cierta acidez del suelo (ph 5-6,5) es tolerable para la planta. El terreno preferido es aquel bien expuesto al sol y protegido de los vientos. (Barahona et al.,1992: p.62; Camacho, E. 1971: p.7).

Plantación

Necesita un espacio mínimo de 8 x 8m, siendo lo ideal el marco de plantación de 10 x 10m. (Barahona et al.,1992: p.62; Camacho, E. 1971: p.7)

Hoyado

Los hoyos de plantación deberán tener 60 x 60cm y estar bien preparados con mezclas de estiércol maduro, harina de huesos y cenizas de maderas. Se recomienda hacer la plantación en días nublados para evitar el calor fuerte inicial que pueda secar los plantones. (Barahona et al.,1992: p.63; Camacho, E. 1971: p.8).

Asociaciones de cultivos

En los primeros años se puede asociar con maíz, hortalizas de raíces y leguminosas para abonos verdes. (Camacho, E. 1971: p.8).

Riego

Es muy poco exigente en agua.

Abonado

En el caso de plantaciones solas de macadamia es recomendable fertilizar a partir del 6º mes, la fórmula N-P-K: 10-10-10-, en un total de 450 gr. Planta por año de edad, aplicados en 3-4 veces. Según experiencias la macadamia responde muy bien a la aplicación de materia orgánica, y si se aporta, hay que reducir los fertilizantes químicos. (Barahona et al.,1992: p.65; Camacho, E. 1971: p.8).

Poda

La poda de limpieza debe hacerse por lo menos una vez al año, para asegurar una distribución alternada de las ramas que forman la copa y garantizar de esta manera la obtención de frutas sanas. Se puede hacer uso de una podadora. (Barahona et al.,1992: p.68)

Plagas

Los pulgones atacan las flores y los brotes nuevos, la broca del fruto y las ratas que dañan los frutos antes de ser cosechados. (Barahona et al.,1992: p.70)

Cosecha y/o Recolección

La cosecha consiste en juntar los frutos caídos por lo menos una vez a la semana.

Un indicador para la recolección del fruto es cuando existe un gran número de caído de nueces en el suelo. Donde se presenta su madurez fisiológica.

Se deben examinar el estado de los frutos que todavía prenden en el árbol, pero cuidando de no recolectarlos demasiado temprano.

La recolección se lo realiza de tipo manual, luego se las recolecta en sacos de yute o cestas de plástico.

Las cáscaras deben ser removidas enseguida, y las nueces con 20-25mm colocadas en capas finas, en un local seco y ventilado; en buenas condiciones pueden ser almacenadas durante varios meses. (Camacho, E. 1971: pp.11-12; Barahona et al.,1992: p.77)

2.2.7. Manejo Post cosecha.

El procedimiento para el manejo post cosecha para elaborar la jalea de macadamia es la siguiente:

Tabla 2.2. PROCESO MANEJO POST COSECHA.

| | |
|---|--|
| <u>Transporte</u> | Se hacen con jabas, de 52 x 35 x 32 cm, desde el sitio de la recolección, que son al pie de los árboles. |
| <u>Recepción</u> | Donde se pueden hacer la primera selección y limpieza del producto. |
| <u>Pesado</u> | Y selección de la nuez de acuerdo al mercado. |
| <u>Selección (1ra)</u> | De acuerdo al peso y destino final del producto. |
| <u>Descascarado</u> | Destinado a un producto terminado, harina o semi-molido para pastelería. |
| <u>Secado</u> | Para determinar un grado específico de humedad. |
| <u>Empaque</u> | En fundas de polietileno de 300, 400 500 o de 1 kilo. |
| <u>Almacenamiento</u> | En bodegas secas y frescas. |
| Fuente: Camacho, E. 1971: # 13; Barahona et al.,1992:# 78 | |
| Elaborado por: Autora | |

2.3. ELABORACION DE LA JALEA DE MACADAMIA.

La elaboración de jaleas es hasta ahora uno de los métodos más comunes para conservar las frutas, nueces, entre otros productos y su producción casera es superior a la producción hecha masivamente. Las características más relevantes de la jalea es su color atractivo y es gelificada sin mucha rigidez.

Como primer paso para la elaboración de la jalea de macadamia es la selección, en esta operación se eliminan aquellas nueces de macadamia que no se encuentren en estado de maduración, estos deben ser sometidos a un proceso de selección, ya que la calidad de la jalea dependerá de las nueces seleccionadas.

Después deben ser pesadas para determinar rendimientos y calcular la cantidad de los otros ingredientes que se añadirán posteriormente.

A continuación la etapa de descarado, en este paso se remueve la cáscara verde de la nuez, mediante una máquina descascaradora; obteniéndose la nuez en concha o en cuesco. En esta fase se merma un 50% del peso del producto en proceso.

Posteriormente se realiza el lavado de las nueces con la finalidad de eliminar cualquier tipo de partícula extraña, suciedad y restos de tierra que puedan estar adheridas, esta operación se puede realizarla por medio de inmersión, agitación o aspersion. Una vez lavada puede emplearse una solución desinfectante Las soluciones desinfectantes mayormente empleadas están compuestas de hipoclorito de sodio (lejía) en una concentración 0,05 a 0,2%. El tiempo de inmersión en estas soluciones desinfectantes no debe ser menor a 3 minutos. Finalmente esta deberá ser enjuagada con abundante agua.

En la siguiente etapa la cual es de pulpeado, esta consiste en obtener la pulpa o jugo, libres de cáscaras. Esta operación se realiza a nivel industrial en

pulpeadoras. A nivel semi-industrial o artesanal se puede hacer utilizando una licuadora. Dependiendo de los gustos y preferencia de los consumidores se puede licuar o no al fruto. Dentro de esta parte se debe pesar la pulpa obtenida ya que de ello va a depender el cálculo del resto de insumos.

A continuación sigue la pre-cocción en la cual la nuez de macadamia se cuece suavemente hasta antes de añadir el azúcar. Este proceso de cocción es importante para romper las membranas celulares y extraer toda la pectina. Si fuera necesario se añade agua para evitar que se queme el producto. La cantidad de agua a añadir dependerá de la jugosidad de la nuez y de la cantidad que sea colocada en la olla y de la fuente de calor. Empleando una olla o una cacerola ancha y poco profunda, la cual permita una rápida evaporación, se necesitará más agua que otras más profundas.

Se debe considerar además que, cuanto más madura sea la nuez menos agua se precisa para reblandecerla y cocerla. La nuez se calentará hasta que comience a hervir. Después se mantendrá la ebullición a fuego lento con suavidad hasta que quede reducido a pulpa. Aquellas nueces a las que deba añadirse agua, deberán hervir hasta perder un tercio aproximadamente de su volumen original antes de añadir el azúcar. Y aquellas que se deshacen con facilidad no precisan agua extra durante la cocción.

Posteriormente la etapa de cocción es la operación que tiene mayor importancia sobre la calidad de la jalea. El tiempo de cocción dependerá de la variedad y textura de la materia prima (nueces de macadamia). Dentro de esta etapa se considera que un tiempo de cocción corto, es de gran importancia para conservar el color y sabor natural y una excesiva cocción produce un oscurecimiento de la jalea debido a la caramelización de los azúcares. La cocción puede ser realizada a presión atmosférica en pailas abiertas o al vacío en pailas cerradas. En el proceso de cocción al vacío se emplean pailas herméticamente cerradas que trabajan a presiones de vacío entre 700 a 740

mm Hg, el producto se concentra a temperaturas entre 60 – 70°C, conservándose mejor las características organolépticas¹ de la nuez.

Una vez que el producto está en proceso de cocción y el volumen se haya reducido en un tercio, se procede a añadir el ácido cítrico y la mitad del azúcar en forma directa. La cantidad total de azúcar a añadir en la formulación se calcula teniendo en cuenta la cantidad de pulpa obtenida. Se recomienda que por cada kg de pulpa de fruta se le agregue entre 800 a 1000 gr. de azúcar

La jalea debe removerse hasta que se haya disuelto todo el azúcar. Una vez disuelta, la mezcla será removida lo menos posible y después será llevada hasta el punto de ebullición rápidamente. La regla de oro para la elaboración de jaleas consiste en una cocción lenta antes de añadir el azúcar y muy rápida y corta posteriormente. El tiempo de ebullición dependerá del tipo y de la cantidad de nueces, si ésta se ha cocido bien antes de la incorporación del azúcar no será necesario que la jalea endulzada hierva por más de 20 minutos. Y además se toma en cuenta que si la incorporación del azúcar se realiza demasiado pronto de forma tal que la nuez tenga que hervir demasiado tiempo, el color y el sabor de la jalea serán de inferior calidad.

Al considerar que todo producto natural tiene su acidez, al preparar una jalea ésta acidez debe ser regulada. La acidez se mide a través del pH empleando un instrumento conocido como pH-metro.

Dicha jalea debe llegar hasta un pH de 3.5, en este punto se garantiza la conservación del producto. Con la finalidad de facilitar el cálculo para la adición de ácido cítrico se emplea una tabla (Ver Anexo 1) (Coronado, M. et al., 2001: p.33)

Y por último la etapa de punto de gelificación , la cual es la adición de la pectina, ésta se realiza mezclándola con el azúcar que falta añadir, evitando de

¹ Gusto, Sabor, Olor, Textura.

esta manera la formación de grumos. Durante esta etapa la masa debe ser removida lo menos posible. La cocción debe finalizar cuando se haya obtenido el porcentaje de sólidos solubles deseados, comprendido entre 65-68%. Para la determinación del punto final de cocción se deben tomar muestras periódicas hasta alcanzar la concentración correcta de azúcar y de esta manera obtener una buena gelificación. (Coronado, M. et al., 2001: p.34)

El punto final de cocción se puede determinar mediante el uso de los métodos como:

1. Prueba de la gota en el vaso con agua

Consiste en colocar gotas de la jalea dentro de un vaso con agua. El indicador es que la gota de jalea caiga al fondo del vaso sin desintegrarse. (Coronado, M. et al., 2001: p.17)

2. Prueba del termómetro

Se utiliza un termómetro de alcohol tipo caramelero, graduado hasta 110 °C. Para realizar el control se introduce la parte del bulbo hasta cubrirlo con la jalea. Se espera que la columna de alcohol se estabilice y luego se hace la lectura. El bulbo del termómetro no deberá descansar sobre el fondo de la cacerola ya que ésta reflejaría la temperatura de la cacerola y no la correspondiente a la jalea.

El porcentaje de azúcar suele ser el correcto cuando la jalea hierva a 104.5°C. Considerando que la mezcla contiene las proporciones correctas de ácido y de pectina ésta gelificará bien.

Este método se basa en el hecho que cuando una solución va concentrándose, incrementa su punto de ebullición. Se debe tener en cuenta que para una misma concentración, a la misma presión atmosférica, corresponde la misma temperatura de ebullición, por lo tanto distintas alturas sobre el nivel del mar,

determinaran distintos punto de ebullición para un mismo punto de concentración de la jalea.

Una vez alcanzado el punto de gelificación, se agrega el conservante (La página de la industria alimentaria, 1999)². Este debe diluirse con una mínima cantidad de agua. Una vez que esté totalmente disuelto, se agrega directamente a la olla. El porcentaje de conservante a agregar no debe exceder al 0.05% del peso de la jalea.

Una vez llegado al punto final de cocción se retira la jalea de la fuente de calor, y se introduce una espumadera para eliminar la espuma formada en la superficie de la jalea. Inmediatamente después, debe ser trasvasada a otro recipiente con la finalidad de evitar la sobre-cocción, que puede originar oscurecimiento y cristalización de la jalea.

El trasvase permitirá enfriar ligeramente la jalea (hasta una temperatura no menor a los 85°C), la cual favorecerá la etapa siguiente que es el envasado. La jalea de macadamia se debe dejar reposar en el recipiente hasta que comience a formarse una fina película sobre la superficie. El corto período de reposo permite que la jalea vaya tomando consistencia e impide que los pedazos sobrantes suban hasta la superficie de la jalea cuando se distribuyen en tarros. (Yanuq, 2010; Coronado, M. et al., 2001: pp.17-21)

2.3.1. Materia Prima e Insumos

Macadamia

Para la elaboración de esta jalea es hacer una combinación de una nuez de macadamia madura con una que ha empezado recién en su etapa de maduración, para que así la jale de macadamia gelifique de manera adecuada.

² Acido benzoico

Azúcar

El azúcar es un componente importante dentro del proceso de gelificación cuando se combina con la pectina. Es importante saber equilibrar la cantidad de azúcar ya que si se le añade poca cantidad hay más probabilidad de que fermente y si se le añade mucha cantidad se puede cristalizar.

Para la elaboración de la jalea de macadamia se empleará azúcar blanca, dado que ésta permite que se mantengan las características propias del color y el sabor de la macadamia.

Cuando el azúcar es sometida a cocción en medio ácido, se produce un desdoblamiento en dos azúcares (fructosa y glucosa), éste proceso es esencial para la buena conservación del producto.

Acido Cítrico

El ácido cítrico es importante tanto para la gelificación de la jalea como para darle brillo al color de la mermelada, mejorar el sabor, ayudar a evitar la cristalización del azúcar y prolongar su tiempo de vida útil.

Conservantes

Son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, así evitar el desarrollo de microorganismos como hongos y levaduras. Los conservantes más usados son el sorbato de potasio y el benzoato de sodio, los cuales serán empleados para la realización de la jalea de macadamia.

2.3.2. Insumos

Otros implementos a utilizarse para la elaboración de jalea de macadamia son:

- Ollas
- Tinajas de plástico
- Jarras
- Coladores
- Tablas de picar

- Cuchillos
- Cucharas de medida
- Espumadera
- Paletas
- Mesa de trabajo
- Frascos de vidrio o plástico
- Pulpeadora o licuadora
- Cocina
- Balanza
- pH-metro o cinta indicadora de acidez
- Termómetro

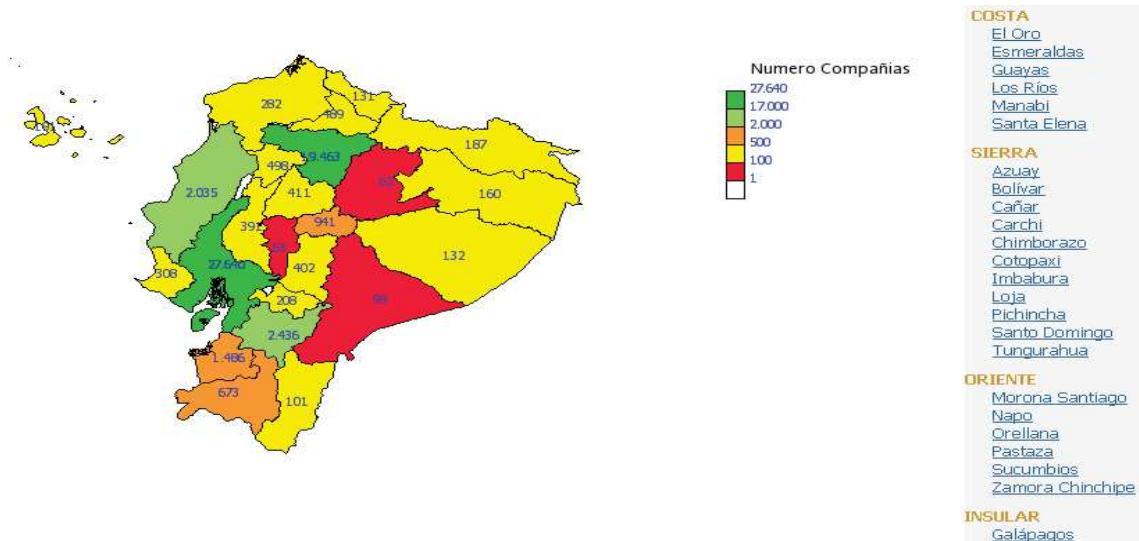
2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS

Los principales productos sustitutos de la macadamia son: la almendra, la avellana, el marañón y el pistacho. Mientras que los productos complementarios pueden ser: los chocolates, pasteles, helados, entre otros que se encuentren dirigidos al mercado gourmet. (Entrevista Personal. J. León, Ing. Agrónomo, Noviembre 2010).

2.5. SITUACIÓN ACTUAL

2.5.1. PERMANENCIA EN EL MERCADO DE COMPAÑÍAS CONSTITUÍDAS

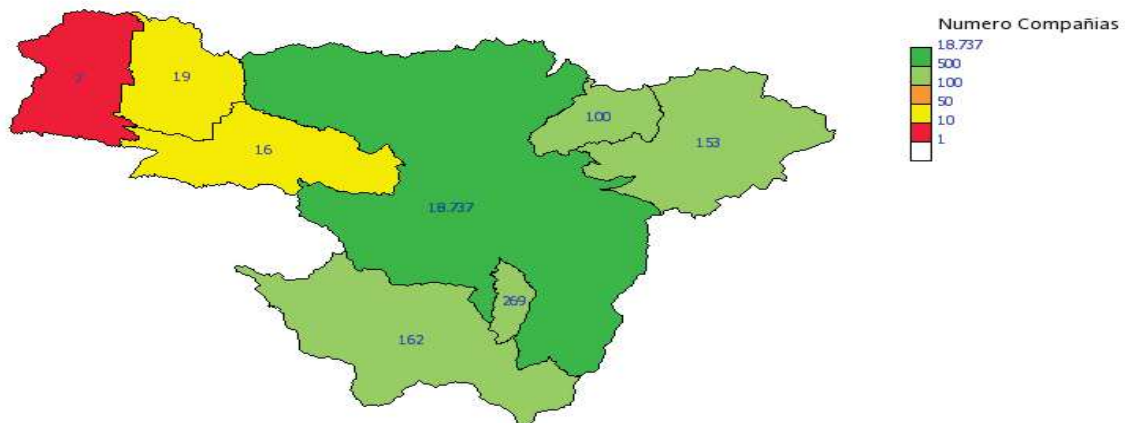
Gráfico 1: DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS COMPAÑÍAS EN EL ECUADOR



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Gráfico 2: DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS COMPAÑÍAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

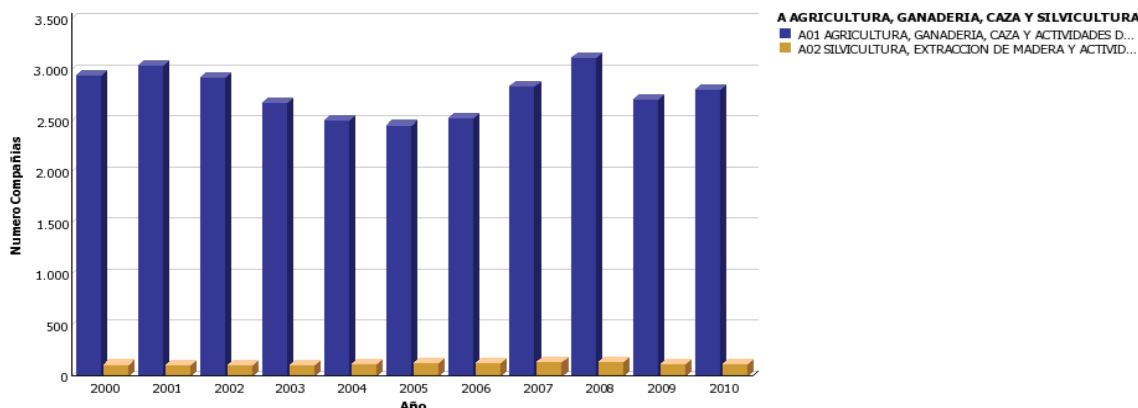


FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Según los datos obtenidos por parte de la Superintendencia de Compañías (2010) las compañías existentes dentro de la provincia de Pichincha para el cantón Quito son de 18.737 y para el cantón Mejía de 162, los cuales son las principales provincias en las cuales se enfoca la tesis presente y mediante estos datos muestran tener prevalencia en el mercado dentro del sector agropecuario en comparación con las otras provincias de Pichincha. (Ver Gráfico 2).

Gráfico 3: Número de compañías constituidas



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

TABLA 3.1 Número de compañías constituidas por Area Económica

| Año: | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Número de compañías: | 37.900 | 41.074 | 43.801 | 45.273 | 47.552 | 50.339 | 52.911 | 58.574 | 62.160 | 58.789 | 64.518 |
| A AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA | 3.058 | 3.153 | 3.029 | 2.783 | 2.627 | 2.585 | 2.657 | 2.976 | 3.259 | 2.822 | 2.930 |
| B PESCA, | 1.232 | 1.239 | 1.147 | 928 | 878 | 876 | 876 | 970 | 1.127 | 1.014 | 1.079 |
| C EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS, | 371 | 385 | 386 | 417 | 447 | 473 | 501 | 598 | 669 | 586 | 602 |
| D INDUSTRIAS MANUFACTURERAS, | 4.368 | 4.512 | 4.619 | 4.571 | 4.610 | 4.670 | 4.651 | 4.904 | 5.013 | 4.404 | 4.631 |
| E SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA, | 108 | 110 | 117 | 125 | 137 | 149 | 176 | 194 | 199 | 172 | 166 |
| F CONSTRUCCION, | 1.761 | 2.038 | 2.233 | 2.417 | 2.595 | 2.823 | 2.996 | 3.524 | 3.909 | 3.509 | 3.586 |
| G COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS, | 11.263 | 12.128 | 12.760 | 12.961 | 13.487 | 14.108 | 14.941 | 16.651 | 17.544 | 17.361 | 18.680 |
| Año: | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Número de compañías: | 3.058 | 3.153 | 3.029 | 2.783 | 2.627 | 2.585 | 2.657 | 2.976 | 3.259 | 2.822 | 2.930 |
| A01 AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y ACTIVIDADES DE SERVICIO CONEXAS, | 2.946 | 3.045 | 2.924 | 2.674 | 2.510 | 2.457 | 2.526 | 2.838 | 3.120 | 2.709 | 2.811 |
| Año: | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Número de compañías: | 2.946 | 3.045 | 2.924 | 2.674 | 2.510 | 2.457 | 2.526 | 2.838 | 3.120 | 2.709 | 2.811 |
| A011 CULTIVOS EN GENERAL; CULTIVOS DE PRODUCTOS DE MERCADO; HORTICULTURA, | 1.694 | 1.640 | 1.483 | 1.300 | 1.152 | 1.075 | 1.007 | 1.089 | 1.207 | 1.070 | 1.170 |

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Tomando como punto de análisis el período 2000-2010 del número de compañías constituidas dentro del sector agrícola, se aprecia constancia en lo que respecta al índice de permanencia en el mercado; donde el número no es menor a las 2.585 empresas reportantes; a finales del 2009 son 1.070 empresas las que reportaron información a la superintendencia de compañías dentro de la actividad de cultivos en general: cultivos de productos de mercado; horticultura., existiendo a fines del 2010 un incremento a 1.170 empresas dentro de actividad descrita anteriormente, por lo que se entiende, que fueron más compañías las que reportaron información a la Superintendencia de compañías. (Tabla 3.1)

TABLA 3.2 Número de compañías constituidas por Cantones

| Año: | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Número de compañías: | 11.680 | 12.574 | 13.335 | 13.850 | 14.264 | 14.902 | 15.664 | 17.017 | 18.565 | 19.463 | 21.087 |
| <u>QUITO</u> | 11.349 | 12.210 | 12.948 | 13.431 | 13.820 | 14.414 | 15.135 | 16.431 | 17.918 | 18.737 | 20.293 |
| <u>CAYAMBE</u> | 77 | 79 | 88 | 95 | 92 | 100 | 105 | 125 | 132 | 153 | 166 |
| <u>MEJIA</u> | 53 | 63 | 69 | 79 | 86 | 100 | 119 | 132 | 143 | 162 | 177 |
| <u>PEDRO MONCAYO</u> | 60 | 60 | 58 | 60 | 57 | 70 | 80 | 90 | 100 | 100 | 113 |
| <u>RUMINAHUI</u> | 133 | 151 | 161 | 171 | 189 | 196 | 199 | 209 | 232 | 269 | 289 |
| <u>SAN MIGUEL DE LOS BANCOS</u> | 2 | 3 | 4 | 5 | 10 | 12 | 12 | 14 | 16 | 16 | 20 |
| <u>PEDRO VICENTE MALDONADO</u> | 1 | 4 | 4 | 6 | 7 | 6 | 9 | 11 | 17 | 19 | 21 |
| <u>PUERTO QUITO</u> | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 7 | 7 | 8 |

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

TABLA 3.3 Número de compañías constituidas dentro del Cantón Mejía

| Año: | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Número de compañías: | 53 | 63 | 69 | 79 | 86 | 100 | 119 | 132 | 143 | 162 | 177 |
| <u>MACHACHI</u> | 34 | 39 | 37 | 44 | 47 | 56 | 66 | 72 | 77 | 90 | 96 |
| <u>ALOAG</u> | 6 | 10 | 12 | 15 | 15 | 15 | 19 | 19 | 21 | 24 | 28 |
| <u>ALOASI</u> | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7 | 9 | 9 | 11 |
| <u>CUTUGLAHUA</u> | 3 | 2 | 5 | 6 | 8 | 10 | 11 | 11 | 13 | 15 | 15 |
| <u>EL CHAUPI</u> | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| <u>MANUEL CORNEJO ASTORGA (TANDAPI)</u> | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| <u>TAMBILLO</u> | 7 | 9 | 12 | 11 | 11 | 13 | 14 | 18 | 18 | 17 | 18 |
| <u>UYUMBICHO</u> | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 5 | 7 |

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Para el período del año 2000-2010, se puede apreciar que para el cantón Mejía se cuenta con 143 empresas reportantes para el año 2008 y se nota a su vez que existe un incremento a 177 empresas reportantes para el año 2010 (Tabla 3.2), y para Machachi dentro del año 2008 se contó con 77 empresas reportantes y para el año 2010 se aprecia un incremento a 96 empresas por lo cual se concibe que se aumento del número de compañías reportantes dentro de la Superintendencia de compañías (Tabla 3.3).

2.5.2. BENEFICIOS DEL SECTOR

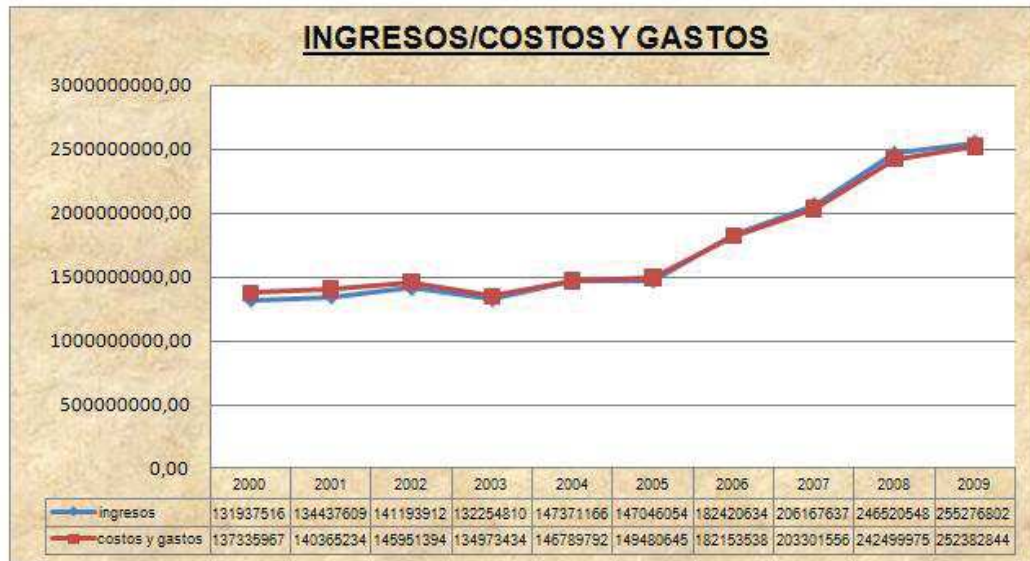
TABLA 3.4. Ingresos – Costos y Gastos. Sector Agrícola

| Año: | | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-------------------------------|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Compañías informantes: | | 36.256 | 38.182 | 40.738 | 43.022 | 45.181 | 46.744 | 47.836 | 46.083 | 44.549 | 42.661 |
| 4. INGRESOS | A01 AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y ACTIVIDADES DE SERVICIO CONEXAS, | 1.319.375.164,80 | 1.344.376.097,81 | 1.411.939.127,01 | 1.322.548.101,90 | 1.473.711.661,72 | 1.470.460.542,47 | 1.824.206.340,77 | 2.061.676.377,78 | 2.465.205.480,42 | 2.552.768.021,51 |
| | A02 SILVICULTURA, EXTRACCION DE MADERA Y ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO CONEXAS, | 21.025.774,00 | 13.076.691,40 | 24.278.621,81 | 29.088.294,20 | 39.485.173,71 | 50.971.602,58 | 57.612.419,54 | 73.600.626,19 | 86.100.127,54 | 36.714.416,68 |
| | Subtotal: | 1.340.400.938,80 | 1.357.452.789,21 | 1.436.217.748,82 | 1.351.636.396,10 | 1.513.196.835,43 | 1.521.432.145,05 | 1.881.818.760,31 | 2.135.277.003,97 | 2.551.305.607,96 | 2.589.482.438,19 |
| 5. COSTOS Y GASTOS | A01 AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y ACTIVIDADES DE SERVICIO CONEXAS, | 1.373.359.671,87 | 1.403.652.347,00 | 1.459.513.943,60 | 1.349.734.345,67 | 1.467.897.929,73 | 1.494.806.453,24 | 1.821.535.385,37 | 2.033.015.560,75 | 2.424.999.752,85 | 2.523.828.447,19 |
| | A02 SILVICULTURA, EXTRACCION DE MADERA Y ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO CONEXAS, | 20.335.471,46 | 14.111.955,70 | 24.878.337,86 | 30.309.051,86 | 39.270.942,24 | 52.912.118,56 | 56.385.212,64 | 70.388.366,59 | 85.214.217,51 | 33.856.034,47 |
| | Subtotal: | 1.393.695.143,33 | 1.417.764.302,70 | 1.484.392.281,46 | 1.380.043.397,53 | 1.507.168.871,97 | 1.547.718.571,80 | 1.877.920.598,01 | 2.103.403.927,34 | 2.510.213.970,36 | 2.557.684.481,66 |

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Gráfico 4: Ingresos – Costos y Gastos. Sector Agrícola



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2011)

ELABORADO POR: AUTORA

El beneficio para el sector agrícola se obtiene de la diferencia entre los ingresos y los costos, desde el año 2000 hasta el año 2005 se presenta unos incrementos un constantes a excepción de un decrecimiento en el año 2003 tanto para los ingresos y los gastos debido a que los valores presentados son inferiores a los años anteriores. Y en adelante desde el 2005 hasta el 2009 se incrementan de manera significativa a los años anteriores. Realizando un análisis de los últimos tres años, a los cuales corresponden el 2007 al 2009, se observa que el último año 2009 es el mayor pronunciamiento debido a su incremento para las dos variables, teniendo así: ingresos de 2.552.768.021,51 USD., los mismos que representan el 123.82% de variación y costos de 2.523.828.447,19 USD., que representan el 124.14% de variación, los mismos que al considerar las 42.661 empresas las cuales presentaron su información a la Superintendencia de compañías hasta el año 2009, el beneficio individual del sector llegará a un promedio de 28.939.574,32 USD. Con excepción al año 2008 dentro del cual el beneficio del sector aumento hasta 40.205.727,57 USD., dado el incremento el valor de ingresos para el sector agropecuario.

2.6. EL MERCADO ECUATORIANO

El consumo de macadamia en el país es muy escaso dado que no se ha enfocado su comercialización, debido a su escasa producción industrial. Además de que no es considerado como un producto de primera necesidad y por su alto precio en el mercado. Lo cual conlleva a que la comercialización de la macadamia esté situada en las principales ciudades del país como son: Quito y Guayaquil, y esta se encuentre dirigida a un segmento de clase alta; con altos ingresos económicos, los cuales poseen un conocimiento sobre su exquisito sabor, sobre las cualidades nutritivas que posee y los beneficios que se obtienen al consumir ésta producto no tradicional. En dichas ciudades la macadamia ya sea ésta fresca o seca, con o sin cáscara, son consumidas principalmente en las áreas urbanas del país. Principalmente ésta es empleada por el mercado gourmet como un aditivo especial en cualquier clase comidas como por ejemplo en: ensaladas, pasteles, cocteles, entre otros. Y su uso depende según el gusto de las personas a consumirlas.

Actualmente el Ecuador cuenta con 8'063.511 de hectáreas con algún tipo de uso agropecuario, en las que se ubican 842.882 unidades de producción agrícola "UPAS" aproximadamente el 75 % de la propiedad agrícola se concentra en manos de productores agropecuarios que poseen menos de menos de 1 hectáreas hasta menos de 10 hectáreas; de 10 hasta menos de 50 hectáreas representa el 18 %, de 50 hasta menos de 100 hectáreas representa el 4 %, de 100 hasta menos de 200 hectáreas representa el 2 %, de 200 hectáreas y más representa el 1%. Según información del III Censo Nacional Agropecuario del Sistema de Integración Geográfica y Agropecuaria (2011)

2.6.1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS

Actualmente el desarrollo del cultivo de macadamia en el Ecuador se está iniciando y la escasa producción que existe se vende en el mercado interno, aunque se han enviado muestras a potenciales mercados de exportación.

TABLA 4.1. Exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo

| Exportaciones Ecuatorianas | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|
| NOTA: CORPEI no se responsabiliza por la veracidad de la información vertida por las fuentes. | | | | | | | |
|  Imprimir | | | | | | | |
|  Ver listado de Exportadores | | | | | | | |
| PERIODO | : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/DICIEMBRE 2007 | | | | | | |
| DESTINO | : TODO EL MUNDO | | | | | | |
| PARTIDA | : 0802900000 | | | | | | |
| ORDEN | : VALOR FOB - DESCENDENTE | | | | | | |
| SUBPARTIDA | DESCRIPCION | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) |
| 080290 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | 7.94 | 44.55 | 1.00 | 0.90 | 1.72 | 8.91 |
| TOTAL GENERAL | | 7.94 | 44.55 | 1.00 | 0.90 | 1.72 | 8.91 |

FUENTE: Banco Central del Ecuador al 26/NOVIEMBRE/2010

FUENTE: CORPEI(2010)

ELABORADO POR: CORPEI

Las exportaciones de macadamia según datos de la CORPEI (2011) se puede apreciar que para el año 2007 se tiene un valor FOB de 8.91 miles USD., lo cual para los años anteriores hasta el 2006 los supera, lo que muestra un mercado de valor en potencia.


TABLA 4.2. Exportación de Macadamia (Toneladas) hacia Estados Unidos

Exportaciones Ecuatorianas

NOTA: CORPEI no se responsabiliza por la veracidad de la información vertida por las fuentes.

 [Imprimir](#)

PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/DICIEMBRE 2009
 DESTINO : ESTADOS UNIDOS
 PARTIDA : 0802900000
 ORDEN : TONELADAS - DESCENDENTE

 [Ver listado de Exportadores](#)

| PAIS | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) TONELADAS |
|----------------------|---|---|---|---|---|
| ESTADOS UNIDOS | 2.91 | 0.00 | 1.07 | 0.00 | 0.00 |
| TOTAL GENERAL | 2.91 | 0.00 | 1.07 | 0.00 | 0.00 |

FUENTE: Banco Central del Ecuador al 26/NOVIEMBRE/2010

FUENTE: CORPEI (2010)

ELABORADO POR: CORPEI

Mientras que para el mercado de Estados Unidos la exportación de este producto no tradicional como la macadamia, para los años 2008 y 2009 tienen un valor cero y para el año 2007 constan con un valor de 1.07 toneladas, estos valores pueden cambiar para cuando la producción nacional aumente y ciertos factores que afectan al mercado mejoren y sean favorables tales como: hábitos de alimentación, crecimiento del nicho de mercado, entre otros.

2.6.2. PRINCIPALES PAÍSES DE EXPORTACION DE MACADAMIA

Los principales países de exportación, según datos de la Corpei (2010) son: Francia con un valor FOB de 7.84 miles USD para el año 2007, Estados Unidos con un valor FOB de 4.36 miles USD para el año 2005 y en el año 2007 con un valor FOB 0.86 miles USD, Alemania con un valor FOB de 0.21 miles USD, entre otros; con lo cual se concluye que este producto se encuentra en pleno y amplio potencial de crecimiento a pesar de que se obtengan valores de cero, dado que aun no se ha comercializado de manera amplia la macadamia en mercados internacionales.

TABLA 4.3. Principales países para la exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo

PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/DICIEMBRE 2007
 DESTINO : TODO EL MUNDO
 PARTIDA : 080290000
 ORDEN : VALOR FOB - DESCENDENTE

| SUBPARTIDA | DESCRIPCION | PAIS | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) |
|------------|---|----------------------|--|--|--|
| 08029000 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | FRANCIA | 0.00 | 0.00 | 7.84 |
| 08029000 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | ESTADOS UNIDOS | 4.36 | 0.00 | 0.86 |
| 08029000 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | ALEMANIA | 0.00 | 0.00 | 0.21 |
| 08029000 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | COLOMBIA | 0.00 | 0.90 | 0.00 |
| 08029000 | - Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | ESPAÑA | 40.19 | 0.00 | 0.00 |
| | TOTAL GENERAL | TOTAL GENERAL | 44.55 | 0.90 | 8.91 |

FUENTE: CORPEI (2010).

ELABORADO POR: CORPEI.

2.6.3. MEJORES CANDIDATOS A EXPORTAR MACADAMIA

Los mejores candidatos a exportar macadamia mediante un informe de la Corpei (2011) se puede apreciar en porcentajes, que Estados Unidos posee un 100% mostrandolo como el candidato ideal para la exportacion de macadamia, seguido de Honk Kong con un porcentaje de 99.23 y con un cualificador de potencial muy alto y como tercer mejor candidato se encuentra España con un porcentaje de 98.46 y con un cualificador de potencial muy alto. Entre los países que poseen un con un cualificador de potencial alto se encuentran: Luxemburgo, Suiza, Australia, entre otros; con un rango de porcentaje de 90.00-80.77 y entre los países que poseen un cualificador de potencial medio se encuentran: Nueva Zelanda, Sudáfrica, Suecia, ente otros; con un rango de porcentaje de 80.00-50.77. El resto de países poseen un cualificador de potencial bajo y se encuentran en el rango de 50.00-0.77 (Ver Anexo 2).

Mediante este informe, se puede concluir que el mejor candidato para poder exportar “jalea de macadamia ecuatoriana” es el país de Estados Unidos, debido que al poseer el 100% demuestra una gran aceptación en el mercado por el consumo de macadamia y a su vez por el valor agregado de este producto no tradicional.

2.6.4. IMPORTACIONES ECUATORIANAS

Las importaciones ecuatorianas de macadamia en los últimos años desde el 2000-2009 han tenido valores un tanto significantes tanto para los valores CIF y FOB. Así por ejemplo en el año 2005 alcanza su mayor valor de importaciones que son FOB con 23.75 miles de USD., y CIF con 24.63 miles de USD. Y a partir de este año hasta el 2009 existe un decrecimiento del mismo hasta llegar al 2009 con un valor FOB de 1.99 miles de USD., y CIF con 2.25 miles de USD, y para el año 2010 con un valor cero en ambos rangos. Estos valores han ido decreciendo debido a que el Ecuador se está convirtiendo en un exportador de este producto, lo que conlleva a la especialización del mismo para abarcar un mayor nivel de mercado internacional.

TABLA 5.1. Importación de macadamia Ecuador con el resto del mundo

| Importaciones Ecuatorianas | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/SEPTIEMBRE 2010 ORIGEN : TODO EL MUNDO PARTIDA : 0802300000 ORDEN : VALOR CIF - DESCENDIENTE | | | | | | | | | | | | | |
| Imprimir | | | | | | | | | | | | | |
| SUBPARTIDA | DESCRIPCION | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR CIF (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR CIF (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR CIF (MILES USD) | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR CIF (MILES USD) | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR CIF (MILES USD) | 2010 (ENERO / SEPTIEMBRE)* VALOR FOB (MILES USD) | 2010 (ENERO / SEPTIEMBRE)* VALOR CIF (MILES USD) |
| 0802 | Los demas frutos de cascara frescos o secos, incluso sin cascara o mondados | 23.75 | 24.63 | 22.34 | 22.70 | 0.25 | 0.27 | 1.92 | 2.17 | 1.99 | 2.25 | 0.00 | 0.00 |
| | | 23.75 | 24.63 | 22.34 | 22.70 | 0.25 | 0.27 | 1.92 | 2.17 | 1.99 | 2.25 | 0.00 | 0.00 |

* Hasta SEPTIEMBRE 2010
FUENTE: Banco Central del Ecuador al 26/NOVIEMBRE/2010

FUENTE: CORPEI (2011).

ELABORADO POR: CORPEI.

2.6.5. BALANZA COMERCIAL

Mediante es presente cuadro de la balanza comercial entre Ecuador con todo mundo; se puede destacar que hasta el año 2007, se considero un incremento de hasta 267.661,54 miles USD., pero a partir del 2008 se dio un decrecimiento llegando así ha obtener para el año 2009 existió un déficit de -303.265,18 miles de USD., dado que las importaciones para ese año fueron superiores a sus exportaciones, éste cambio se puede suponer debido a la crisis económica por la que el mundo cruzó, generando así un total de 4.958.355,30 miles USD., éste valor se da gracias a las importaciones las cuales disminuyeron en relación con el año anterior y en consecuencia debido a las decisiones que los países adoptaron para salir de la crisis que afecto a la economía. Al ver estos cambios se puede proyectar que para años futuros, tanto para la importación y para la exportación dichos valores se incrementarán, lo cual generará un beneficio para la economía ecuatoriana.

TABLA 6.1. Balanza Comercial Ecuador-Mundo

**BALANZA COMERCIAL
ECUADOR - TODO EL MUNDO**

PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2000 - ENERO/SEPTIEMBRE 2010
PRODUCTOS: TODAS LAS PARTIDAS

 
[Imprimir](#) [Exportar](#)

| ACTIVIDAD | 2000 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2001 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2002 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2003 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2004 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2010 (ENERO / SEPTIEMBRE)* VALOR FOB (MILES USD) | TOTAL |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----------------|
| EXPORTACIONES | 4,926,711.66 | 4,678,527.36 | 5,036,209.51 | 6,222,789.76 | 7,753,001.24 | 10,100,148.64 | 12,728,370.74 | 14,321,447.10 | 18,510,722.29 | 13,765,711.14 | 12,328,729.70 | 110,372,369.14 |
| IMPORTACIONES | 3,401,486.64 | 4,936,686.41 | 6,013,054.95 | 6,071,858.58 | 7,273,274.89 | 8,899,992.23 | 11,266,861.35 | 12,592,276.17 | 17,416,277.84 | 14,068,976.32 | 13,473,268.46 | 105,414,013.84 |
| BALANZA COMERCIAL | 1,525,225.02 | -258,159.05 | -976,845.44 | 150,931.18 | 479,726.35 | 1,200,156.41 | 1,461,509.39 | 1,729,170.93 | 1,094,444.45 | -303,265.18 | -1,144,538.76 | 4,958,355.30 |

* Hasta SEPTIEMBRE 2010
FUENTE: Banco Central del Ecuador al 26/NOVIEMBRE/2010

FUENTE: CORPEI (2011).

ELABORADO POR: CORPEI.

2.7. Principales países productores y proveedores mundiales

La nuez de macadamia originaria de Australia, como ya se ha mencionado, fue introducida en Hawai con propósitos ornamentales y de reforestación, iniciándose la moderna e importante industria de macadamia en las islas, propagándose luego a Centro y Sudamérica así como a África del Sur; regiones en las que Guatemala, Costa Rica, Brasil, Sudáfrica, Kenya y Malawi son los líderes en producción. (FAOSTAT, 2010).

Australia es el productor y proveedor más importante de nuez de macadamia a nivel mundial, seguido por Estados Unidos (Hawai), Sudáfrica, entre otros. En el siguiente cuadro se especifica la participación de mercado de los principales proveedores mundiales de nuez de macadamia (Ver Anexo 3), los cuales a su vez, se convertirían en la para el Ecuador en su exportación de “jalea de macadamia ecuatoriana”.

2.8. DEMANDA ESTADOUNIDENSE

El comercio mundial de macadamia es una actividad que alcanza un nivel de ventas de aproximadamente 350 millones de dólares en el mercado mundial. (TradeMap, 2010). Aunque es un producto poco conocido en el país, tiene excelentes perspectivas como: demanda creciente y precios estables lo cual lo convierten en una opción atractiva.

Acorde a entrevistas realizadas a diferentes empresarios del sector gourmet de la ciudad de Quito y dentro del nicho de mercado el cual corresponde a Illinois-Estados Unidos, sean estos para: restaurantes & grills, cafeterías, bares, heladerías, pastelerías y supermercados, el consumo de macadamia comienza a desarrollarse en estos últimos años y se pronostica que se incrementará una vez que se tenga más conocimiento del producto y esté disponible en todos los supermercados a un menor precio; pues muchos de ellos para consumirla han debido importarla, razón por la cual disminuye su compra y su precio es alto.

En Illinois, Estados Unidos el consumo de la macadamia con o sin procesamiento es cotidiano y es común observar en la mayoría de los restaurants, buffet & grill's e inclusive en cadenas de supermercados la venta de este producto en varias presentaciones lo que hace suponer de un alto consumo dedicándose a esta actividad a varias microempresas con un costo realmente alto.

A continuación se puede observar la siguiente tabla en la cual constan los datos de las exportaciones de macadamia de Ecuador hacia Estados Unidos siendo el año 2004 el mayor valor de exportación correspondiente a 291.583,00 miles de dólares, en el año 2004 y para los años próximos se va incrementando lo cual confirma las altas expectativas de este producto.

TABLA 7.1. Ecuador: Destino de las exportaciones de macadamia.

| ECUADOR: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MACADAMIA | | | | | | | | | |
|--|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| DESTINOS | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| EE.UU | 91354 | 122021 | 178829 | 291583 | 274031 | 283874 | 210175 | 250957 | 285617 |

Unidad : Dólar EUA miles

Fuente : TradeMap, 2010. Elaborado:TradeMap

2.8.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos

TABLA 8.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos (todas las partidas)

| <p style="text-align: center;">BALANZA COMERCIAL ECUADOR - ESTADOS UNIDOS</p> <p style="text-align: center;">PERIODO : ENERO/DICIEMBRE 2005 - ENERO/DICIEMBRE 2009 PRODUCTOS: TODAS LAS PARTIDAS</p> | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---------------|
| ACTIVIDAD | 2005 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2006 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2007 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2008 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | 2009 (ENERO / DICIEMBRE) VALOR FOB (MILES USD) | TOTAL |
| EXPORTACIONES | 5,016,890.37 | 6,791,463.67 | 6,142,065.73 | 8,350,193.45 | 4,571,284.78 | 30,871,898.00 |
| IMPORTACIONES | 1,736,767.17 | 2,596,237.09 | 2,617,248.30 | 3,317,821.63 | 3,576,915.13 | 13,844,989.32 |
| BALANZA COMERCIAL | 3,280,123.20 | 4,195,226.58 | 3,524,817.43 | 5,032,371.82 | 994,369.65 | 17,026,908.68 |

FUENTE: CORPEI (2011)

ELABORADO POR: CORPEI

El presente cuadro presenta las exportaciones e importaciones totales de Ecuador con Estados Unidos desde los años 2005 al 2009, dentro del mismo se puede destacar que el rubro de mayor alcance dentro de las exportaciones es del año 2008 con un valor FOB de 8.350.193,45 miles de USD, seguida de un decrecimiento de casi el 50% del valor antes mencionado teniendo así un valor de 4.571.284,78 miles de USD; este valor se dio debido a la crisis por la que el mundo paso dentro de ese año. Dando así como resultado un valor dentro del rubro de exportaciones totales con 30.871.898,00 miles de USD y para las importaciones con 13.844.989,32 miles de USD, lo que da como resultado que exista una balanza comercial con 17.026.908,68 miles de USD., la cual favorece a una mejor apertura de mercado e inclusive a un incremento del sector laboral tanto para Estados Unidos como para el Ecuador.

2.8.2. Exportaciones por continente, área económica o país

TABLA 9.1. Exportaciones por continente, área económica o país

| EXPORTACIONES POR CONTINENTE, ÁREA ECONÓMICA O PAÍS | |
|--|----------------|
| Estados Unidos | 4980,5 |
| Asoc. Latinoamericana de Integración | 3422,3 |
| Unión Europea | 1892,5 |
| Asia | 963 |
| Resto de América | 1839,9 |
| Resto de Europa | 564,9 |
| Mercado Común Centroamericano | 370,9 |
| Otros | 420,7 |
| TOTAL | 14454,7 |

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2010)

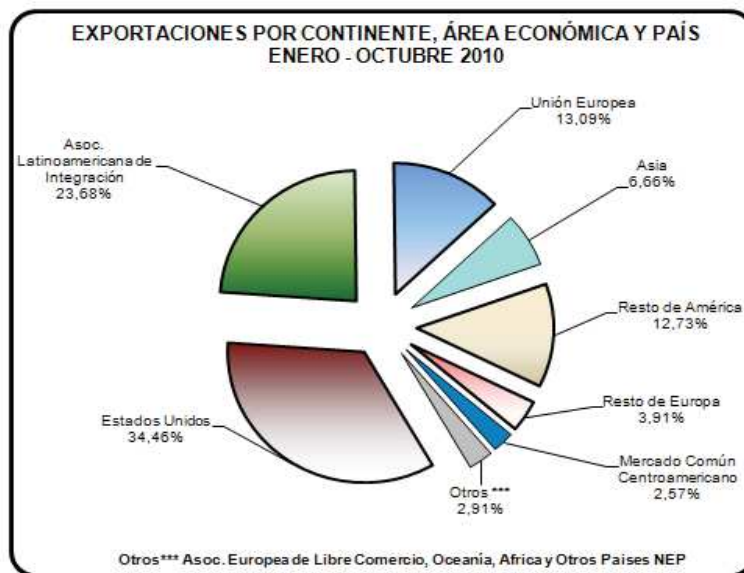
ELABORADO POR: AUTORA.

De la presente tabla, el país de mayor relevancia es el de Estados Unidos, el cual posee un valor de 4980.5 miles USD., por el rubro de exportaciones; y con el cual se puede concluir que este país posee un mercado al cual se puede

acceder dado que sus exportaciones son mayores a los demás países y/o áreas económicas mencionadas en el tabla.

Tomando como base la tabla 9.1 se puede realizar un gráfico para obtener en porcentaje los valores anteriores y poder apreciar de mejor manera las exportaciones de los mismos; el país de mayor relevancia es el de Estados Unidos dado que dentro del rubro de exportaciones posee un valor del 34.46% del valor total de 14454.7 miles USD., con lo cual se considera a este país potencialmente atractivo para invertir.

Gráfico 5: Exportaciones por continente, área económica o país



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2010)

ELABORADO POR: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

2.9. PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS

Es importante además analizar las estadísticas de los productos exportados a los Estados Unidos. Para el año 2010, la composición de las exportaciones de los principales productos no tradicionales a este país es como se detalla en la Tabla 9.2.

**TABLA 9.2. Principales productos no tradicionales exportados a Estados Unidos
2010**

| PRINCIPALES PRODUCTOS NO TRADICIONALES EXPORTADAS A ESTADOS UNIDOS 2010 | | | | |
|--|--------------------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------------|
| | Capitulo | No. Cap. | No. Partidas | % Respecto a Totales |
| 1 | Frutas frescas | 8 | 35 | 11,87% |
| 2 | Pescados y mariscos | 3 | 44 | 10,95% |
| 3 | Flores | 6 | 10 | 8,61% |
| 4 | Cacao y preparados de cacao | 18 | 9 | 2,36% |
| 5 | Madera y artículo de madera | 44 | 36 | 2,05% |
| 6 | Conservas de pescado | 16 | 9 | 1,16% |
| 7 | Cerámica | 69 | 9 | 0,76% |
| 8 | Preparados de vegetales | 20 | 29 | 0,74% |
| 9 | Reactores nucleares y Máq. | 84 | 125 | 0,70% |
| 10 | Vehículos y partes | 87 | 16 | 0,67% |
| 11 | Piedras y metales preciosos | 71 | 8 | 0,48% |
| 12 | Maquinaria y equipo eléctrico | 85 | 65 | 0,37% |
| 13 | Vegetales | 7 | 39 | 0,37% |
| 14 | Café, té, especias | 9 | 10 | 0,35% |
| 15 | Tabaco | 24 | 3 | 0,18% |
| 16 | Confecciones tejidas y crochet | 61 | 10 | 0,14% |
| 17 | Vidrio | 70 | 5 | 0,12% |
| 18 | Preparados alimenticios | 21 | 10 | 0,11% |
| 19 | Azúcar (confites y bombones) | 17 | 4 | 0,10% |
| 20 | Otros | - | - | 1,06% |

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2011).

ELABORADO POR: AUTORA.

Los preparados alimenticios abarcan el 0.11% del total de las exportaciones a Estados Unidos. Es cierto que la participación de este capítulo de exportación es muy pequeña, sin embargo, el mercado tiene tendencia al crecimiento, como se observa en la siguiente Tabla, en la que hace referencia al producto: mermelada, jalea, y puré de frutas, con una variación porcentual de 14,8% de crecimiento, durante el periodo enero-mayo 2010 comparado con el mismo periodo del 2011, grupo en el que estaría incluido el producto en estudio.

TABLA 9.3. Exportación de productos del sector agropecuario, agroindustrial, acuicultura y pesca

| PRODUCTO | Enero -Mayo / 2011 | | | Enero -Mayo / 2010 | | | Variación | Enero Diciembre / 2010 | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|-----------------------|-------------|--------------|------------------------|-----------------------|-------------|
| | Volumen TM | Valor FOB (miles usd) | Part. % | Volumen TM | Valor FOB (miles usd) | Part. % | | Volumen TM | Valor FOB (miles usd) | Part. % |
| TOTAL EXPORTACIONES | 11.209.856 | 8.969.097 | | 10.964.899 | 7.072.246 | | 26,8% | 26.628.008 | 17.489.922 | |
| Total Agropecuario, Agroindustrial, Acuicultura y Pesca | 3.295.042 | 3.052.915 | 34,0% | 3.076.275 | 2.546.969 | 36,0% | 19,9% | 6.805.144 | 5.882.538 | 33,6% |
| Banano | 2.401.547 | 981.694 | 32,2% | 238.671 | 931.109 | 36,0% | 5,4% | 4.944.968 | 1.954.288 | 33,2% |
| Camarón y langostino fresco, refrigerado, congelado | 73.242 | 465.760 | 15,3% | 60.161 | 306.316 | 12,0% | 52,1% | 151.336 | 849.674 | 14,4% |
| Pescado en conserva | 83.057 | 318.505 | 10,4% | 75.961 | 249.863 | 9,8% | 27,5% | 171.045 | 598.269 | 10,2% |
| Rosas | 37.382 | 232.501 | 7,6% | 35.276 | 211.334 | 8,3% | 10,0% | 77.507 | 438.400 | 8,5% |
| Cacao en grano | 49.894 | 167.759 | 5,5% | 56.001 | 166.342 | 6,5% | 0,9% | 116.318 | 350.199 | 6,0% |
| Aceite de Palma crudo y refinado | 98.089 | 127.930 | 4,2% | 62.895 | 55.349 | 2,2% | 131,1% | 145.781 | 10.487 | 2,4% |
| Otras Flores y capullos frescos o secos | 13.366 | 80.075 | 2,6% | 12.701 | 74.407 | 2,9% | 7,6% | 28.226 | 169.361 | 2,9% |
| Harina de Pescado | 47.573 | 69.186 | 2,3% | 3.392 | 42.361 | 1,7% | 63,3% | 76.636 | 97.161 | 1,7% |
| Otros Pescados o filetes fresco, refrigerado, congelado | 20.029 | 66.715 | 2,2% | 15.704 | 59.044 | 2,3% | 13,0% | 36.520 | 120.824 | 2,1% |
| Café soluble (extractos de café) | 7.651 | 48.227 | 1,6% | 7.099 | 44.272 | 1,7% | 8,9% | 17.181 | 104.643 | 1,8% |
| Jugo de Maracuyá | 13.091 | 33.349 | 1,1% | 7.367 | 31.854 | 1,3% | 4,7% | 24.655 | 83.377 | 1,4% |
| Atún fresco, refrigerado, congelado | 23.216 | 30.102 | 1,0% | 12.187 | 23.577 | 0,9% | 27,7% | 40.787 | 56.625 | 1,0% |
| Plátano | 104.294 | 29.656 | 1,0% | 77.851 | 23.036 | 0,9% | 28,7% | 162.051 | 52.591 | 0,9% |
| Palmito | 12.085 | 27.043 | 0,9% | 1.040 | 22.369 | 0,9% | 20,9% | 27.658 | 61.505 | 1,0% |
| Tilapia fresca, refrigerada, congelada | 4.427 | 25.800 | 0,8% | 5.045 | 26.815 | 1,1% | -3,8% | 10.849 | 58.957 | 1,0% |
| Café sin tostar y tostado | 8.927 | 25.422 | 0,8% | 4.575 | 7.823 | 0,3% | 225,0% | 21.352 | 56.258 | 1,0% |
| Confitería | 5.679 | 21.181 | 0,7% | 5.518 | 16.752 | 0,7% | 26,4% | 13.526 | 41.634 | 0,7% |
| Tabaco y elaborados | 1.561 | 17.854 | 0,6% | 2.659 | 24.152 | 0,9% | -26,1% | 4.253 | 39.827 | 0,7% |
| Grasa y aceite de vegetales y sus fracciones incluso refinado | 8.957 | 17.651 | 0,6% | 9.732 | 11.787 | 0,5% | 49,8% | 21.898 | 29.003 | 0,5% |
| Mermelada, jalea y puré de frutas | 34.515 | 17.439 | 0,6% | 32.977 | 15.189 | 0,6% | 14,8% | 75.324 | 36.237 | 0,6% |
| Piña | 33.733 | 15.387 | 0,5% | 43.240 | 18.121 | 0,7% | -13,4% | 95.647 | 41.238 | 0,7% |
| Hortalizas congeladas las demás | 14.020 | 15.253 | 0,5% | 2.330 | 2.466 | 0,1% | 518,4% | 21.486 | 22.535 | 0,4% |
| Preparaciones las demás para alimentación de animales | 21.702 | 14.648 | 0,5% | 15.637 | 9.745 | 0,4% | 50,3% | 37.567 | 23.613 | 0,4% |
| Pasta de Cacao | 3.323 | 13.150 | 0,4% | 15.637 | 9.745 | 0,4% | 34,9% | 5.795 | 21.302 | 0,4% |
| Arroz pilado (descascarillado, semiblanqueado y partido) | 17.651 | 12.933 | 0,4% | 6.442 | 4.123 | 0,2% | 213,7% | 12.827 | 8.209 | 0,1% |
| Cacao en polvo | 2.421 | 11.965 | 0,4% | 1.707 | 5.601 | 0,2% | 116,6% | 4.679 | 18.911 | 0,3% |
| Manteca de Cacao | 2.385 | 11.612 | 0,4% | 2.370 | 13.522 | 0,5% | -14,1% | 5.302 | 28.084 | 0,5% |
| Coliflor y Brócoli | 9.728 | 11.532 | 0,4% | 21.387 | 21.618 | 0,8% | -46,7% | 34.041 | 35.528 | 0,6% |
| Aceite de Almendra de Palma (Palmiste) | 4.661 | 9.675 | 0,3% | 5.084 | 4.918 | 0,2% | 96,7% | 8.783 | 9.912 | 0,2% |
| Leche líquida | 8.929 | 9.113 | 0,3% | 3.332 | 3.247 | 0,1% | 180,7% | 10.314 | 10.150 | 0,2% |
| Frutas y partes comestibles de plantas las demás en conserva | 9.489 | 8.185 | 0,3% | 10.427 | 8.591 | 0,3% | -4,7% | 23.346 | 20.050 | 0,3% |
| Otros productos agropecuarios, agroindustriales y acuícolas | 118.416 | 115.313 | 3,8% | 92.270 | 101.521 | 4,0% | 13,6% | 377.456 | 303.690 | 5,2% |

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (2011)
 ELABORADO POR: AUTORA.

Tras haber analizado algunas de las generalidades de la macadamia sabiendo que éste es un producto no tradicional, muestra que existe un alto potencial dado que para su producción el Ecuador posee un clima favorable con lo que se podrá obtener unos insumos de calidad y de manera eficiente para poder elaborar la “jalea de macadamia ecuatoriana”. Dentro del mercado tanto nacional como internacional, no se tiene mucho conocimiento del mismo; por lo cual no existen muchas empresas las cuales produzcan este producto, aun así las exportaciones y utilidades dentro del sector agropecuario que se han analizado muestran un incremento en los últimos años, con lo cual se prevee que contribuirá a obtener un aumento en la balanza comercial, lo que significa para el Ecuador a obtener una mayor apertura comercial y a su vez beneficios para la economía ecuatoriana, convirtiéndolo así en una alternativa interesante para su producción, elaboración y posterior exportación.

Para el segundo capítulo, el cual se trata sobre la ventaja comparativa, se analizará algunas variables macroeconómicas las cuales afectan al sector agrícola y a la industria de cultivos en el país durante los últimos cinco años, a las que a su vez dichas variables están interrelacionadas con los ingresos de las mismas empresas agrícolas debido a que estas distorsionan la actividad comercial tanto para el Ecuador como las relaciones comerciales que éste posee con otros países.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS TEORIA VENTAJA COMPARATIVA

3.1. VENTAJA COMPARATIVA DE KRUGMAN

El modelo Ricardiano es introducido por el economista británico David Ricardo en el siglo XIX, este modelo nos indica que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor. Dicha ventaja comparativa es la de diferencias internacionales en la productividad del trabajo. “La razón por la que el comercio internacional produce este aumento en la producción mundial es que permite que cada país se especialice en la producción del bien en el que dispone de una ventaja comparativa.” (Krugman y Obstfeld. 2006: p. 28).

Reconociendo así que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productiva, con lo cual cada país debería especializarse en todos los productos con los cuales podría obtener mayor ventaja comparativa, esto es que un país puede importar un artículo que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productivo en la producción de otros bienes.

Dentro de ésta teoría de David Ricardo, el comercio se basa en las diferencias en la productividad de la mano de obra entre naciones, su modelo muestra como las diferencias entre los países dan origen al comercio y a las ganancias del mismo.

La ventaja comparativa, está basada en los factores de producción, es decir, en las diferencias nacionales de los costos de los factores, los cuales han desempeñado un papel importante en la determinación de las estructuras del comercio en muchos sectores. En este modelo, el trabajo único factor de producción y los países difieren solo en la productividad del trabajo en

diferentes industrias, Su predicción básica es que los países tendrán que exportar los bienes en los que tiene productividad relativamente alta.

Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que lo es en otros países. (Krugman y Obstfeld. 2006: p. 29).

Ricardo pensó que todavía puede haber ganancias de eficiencias globales provenientes del comercio si un país se especializa en aquellos productos que puede producir con mayor eficiencia que otros productos, sin importar si otros países pueden producir los mismos productos en forma aún más eficiente (Daniels et al. 2004: p.147)

Según esta Teoría de la Ventaja Comparativa, puede haber ganancias de eficiencias globales provenientes del comercio si un país se especializa en aquellos productos que puede producir con mayor eficiencia que otros productos, sin importar si otros países pueden producir los mismos productos en forma aún más eficiente. La Teoría de la Ventaja Comparativa, es aceptada por la mayoría de los economistas e influyen en el fenómeno de las políticas que permiten un comercio más libre. No obstante, muchos diseñadores de políticas gubernamentales, periodistas, gerentes, y trabajadores confunden la ventaja comparativa con la ventaja absoluta y no entienden como un país puede tener en forma simultánea una ventaja comparativa y una desventaja absoluta en la producción de un determinado producto. Este malentendido ayuda a explicar por qué los gerentes enfrentan políticas comerciales inciertas establecidas por los gobiernos que afectan su decisión en cuanto al sitio para localizar su producción.” (Daniels et al. 2010: pp.232-234).

Ecuador tiene ciertas ventajas comparativas con el resto de países productores, tal es el caso de una mano de obra directa barata (trabajadores de

cultivo); variedades de clima y suelo favorables, y la disponibilidad de tierra, con potencial para la explotación agropecuaria, especialmente de cultivos no tradicionales. El consumo de la nuez de Macadamia a nivel mundial ha ido aumentando a través de los años, lo que permite observar la potencialidad de su mercado. Por estas razones, la macadamia también es una interesante alternativa para la exportación. Se han realizado estudios de acuerdo al convenio de cooperación técnica entre la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), que tiene como objetivo el incentivar la inversión productiva del Ecuador.

Para el presente proyecto, dada la productividad de macadamia de forma natural y tradicional en la provincia de Pichincha para sectores de estatus medio / medio alto, se pretende también industrializar la fruta, con el objetivo de dar mayor valor agregado, y de esta manera generar más recursos evitando que sean otros países quienes lo hagan. Con este proyecto será la mano de obra ecuatoriana quien se esmere para producir la jalea de macadamia de alta calidad, especializándose en la elaboración, producción y comercialización de la misma, desarrollando de esta manera una identidad propia de la cultura ecuatoriana.

3.2. COMPARACIÓN DEL VALOR NUTRICIONAL DE LA NUEZ DE MACADAMIA CON SUS PRODUCTOS SUSTITUTOS

Para poder realizar una comparación equitativa tanto para las nueces de macadamia como para sus sustitutos se ha empleado la información de varias fuentes destacadas en el producto de nicha nuez y de sus sustitutos; así como: International Macadamias Limited, 2011; Suncoast Gold Macadamias, 2011; nuthealth.org., 2010; entre otros., los cuales son organismos y empresas las cuales poseen información verídica y equitativa de las nueces de macadamia y de otros productos sustitutos de la misma y otros dentro de su rango de especialización de cada empresa.

TABLA 10.1. Nutrition Facts – Información Nutricional

| NUTRITION FACTS | | | | | | |
|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ELEMENTS | MACADAMIA | ALMOND | HAZELNUT | PISTACHIO | WALNUT | BRAZIL |
| | 1 OZ. (28.35 G) | 1 OZ. (28.35 G) | 1 OZ. (28.35 G) | 1 OZ. (28.35 G) | 1 OZ. (28.35 G) | 1 OZ. (28.35 G) |
| | %Daily Value | %Daily Value | %Daily Value | %Daily Value | %Daily Value | %Daily Value |
| Calories | 200 | 160 | 180 | 160 | 190 | 190 |
| Calories from Fat | 0 | 130 | 153 | 117 | 162 | 170 |
| Total Fat | 22g | 14g | 17g | 13g | 18g | 19g |
| Saturated Fat | 3.5g | 1g | 1.5g | 1.5g | 1.5g | 4g |
| Polyunsaturated Fat | 0.5g | 3.5g | 2g | 4g | 13g | 6g |
| Monounsaturated Fat | 17g | 9g | 13g | 7g | 2.5g | 7g |
| Cholesterol | 0mg | 0mg | 0mg | 0mg | 0mg | 0mg |
| Sodium | 1mg | 0mg | 0mg | 3mg | 3mg | 1mg |
| Potassium | 103mg | 200mg | 193mg | 295mg | 125mg | 187mg |
| Total Carbohydrate | 4g | 6g | 5g | 8g | 4g | 3g |
| Dietary Fiber | 2g | 4g | 3g | 3g | 2g | 2g |
| Protein | 2g | 6g | 3g | 6g | 4g | 4g |
| Vitamin A | 0% | 0% | 0% | 2% | 0% | 0% |
| Calcium | 2% | 8% | 4% | 4% | 2% | 4% |
| Vitamin E | 0% | 35% | 20% | 2% | 0% | 8% |
| Vitamin B | 6% | 2% | 8% | 20% | 8% | 0% |
| Phosphorus | 6% | 15% | 8% | 15% | 10% | 20% |
| Zinc | 2% | 6% | 4% | 4% | 6% | 8% |
| Copper | 8% | 15% | 25% | 20% | 25% | 25% |
| Vitamin C | 0% | 0% | 2% | 2% | 0% | 0% |
| Iron | 4% | 6% | 8% | 6% | 4% | 4% |
| Thiamin | 15% | 4% | 10% | 15% | 6% | 12% |
| Folate | 0% | 4% | 8% | 4% | 6% | 2% |
| Magnesium | 8% | 20% | 10% | 8% | 10% | 25% |
| Selenium | 0% | 0% | 0% | 4% | 2% | 780% |
| Manganese | 45% | 30% | 90% | 20% | 50% | 15% |

Percent Daily Values are based a 2,000 calorie diet., Dathy Values may be higher or lowe depending on your calorie needs.
 Data from the USDA National Nutrient Database for Standard Reference Release 22(2009)

Al basarnos en esta tabla de valores nutricionales la nuez de macadamia posee un mayor nivel de calorías en comparación al de sus productos sustitutos y no posee colesterol lo cual le atribuye una característica muy significativa dado que este elemento ayuda a los mejorar niveles de la sangre y esto influye a órganos importantes como el corazón, hígado, riñón , entre otros; además posee un nivel promedio de carbohidrato, vitaminas y demás elementos como hierro, zinc, calcio, entre otros; los cuales mediante estos nutrientes ayudan por ejemplo: al desarrollo y activación de la respuesta inmunológica por lo cual al relacionarlos en el producto de la jalea de macadamia ayudará con la cicatrización de heridas y prevención de ciertas enfermedades. Incluyendo también que por medio de los nutrientes como el hierro y las vitaminas contribuirán al transporte de oxígeno a todas las células del cuerpo e inclusive en ciertos procesos enzimáticos y en el metabolismo de neurotransmisores que intervienen en el desarrollo mental, además nutrir el sistema nervioso e inclusive mejora la concentración gracias al aporte de omega-3, beneficios que a su vez proporcionarán al consumidor de la jalea de macadamia un mejor nivel de energía, mejoría en su organismo y así en su vida cotidiana. (Entrevista Personal. J. León, Ing. Agrónomo, Marzo 2011).

3.3. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

El consumo de la nuez de Macadamia a nivel mundial ha ido aumentando a través de los años, lo que permite observar la potencialidad de su mercado. Por esa razón se considera atractiva para la exportación.

El fruto es cremoso y de sabor exquisito, por lo que se considera su uso en el área gourment.

- **Consumidor Internacional.-** Los principales clientes son los países desarrollados. Entre los mas importantes a los cuales se exporta la nuez se tiene a Estados Unidos, Alemania y Japón.

TABLA 10.2. Participación de los principales países consumidores.

| País | Participación en el Mercado (%) |
|-------------------|---------------------------------|
| Estados Unidos | 52 |
| Comunidad Europea | 15 |
| Japón | 16 |
| Australia | 10 |
| Otros países | 7 |

FUENTE: SICA (2011).

ELABORADO POR: AUTORA.

Se observa que los Estados Unidos abarca el 52% de la participación en el mercado de la macadamia, por ello se considera un buen mercado.

El principal consumidor al que se enfoca en el proyecto son los restaurantes gourmet del estado Illinois, que abarcan el 30% del total de 522 restaurantes en todo el estado. (www.tripadvisor.com.mx/Restaurants, 2011)

- **Consumidor Ecuatoriano.**- En la actualidad la nuez de macadamia no es un producto muy conocido en el mercado ecuatoriano, sin embargo Jiménez (2001, Pg. 50) piensa que las ciudades mas potenciadas a aceptar el producto son las dos principales Guayaquil y Quito, específicamente al segmento de clase alta que tienen ciertos conocimientos de las cualidades de la nuez.

El mismo autor asegura que la falta de conocimiento por parte del país acerca de la nuez se debe a que la comercialización no se ha enfocado a nivel local, todo lo contrario, toda la producción y comercialización se la ha destinado a la exportación, además, de no ser un producto de primera necesidad y tener un alto precio. Pese a esto, no se tiene descartada la posibilidad de abrir el mercado interno, siempre y cuando la estrategia de comercialización sea la correcta.

4. ANALISIS DEL MACROENTORNO

Comprende las fuerzas sociales que afectan a todo el microambiente e incluye las fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas, competitivas e incluso culturales.

Es fundamental el análisis de las variables macroeconómicas, que afectarían el desarrollo del presente proyecto, que son una serie de pautas que marcan un escenario específico a corto plazo. Con ello se determina el poder adquisitivo de los clientes, y los patrones de gasto de los consumidores. El poder de compra depende del ingreso, el precio y ahorros; los ingresos dependen de la situación socioeconómica del país, que a su vez marca la inflación que afecta directamente en los precios, tanto de consumidores como de productores. Además, es valioso el análisis político porque las leyes influyen o limitan las actividades económicas que de cualquier proyecto empresarial.

El estudio demográfico, es muy importante, porque se conoce la población, que a futuro serán clientes potenciales que utilicen el producto en estudio, pues son ellos quienes integran el mercado.

4.1. FACTORES ECONOMICOS

4.1.1. INFLACIÓN

Al analizar la inflación de los últimos años según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011) se puede notar que dentro del período 2008 existió un incremento notable en relación a los años anteriores y posteriores del mismo, esta pronunciación se amerita debido a que dentro de ese período la economía ecuatoriana fue afectada debido a la crisis económica, el clima desfavorable, incremento de impuestos, entre otros; pero dicho incremento en relación con otras economías es considerada como una inflación

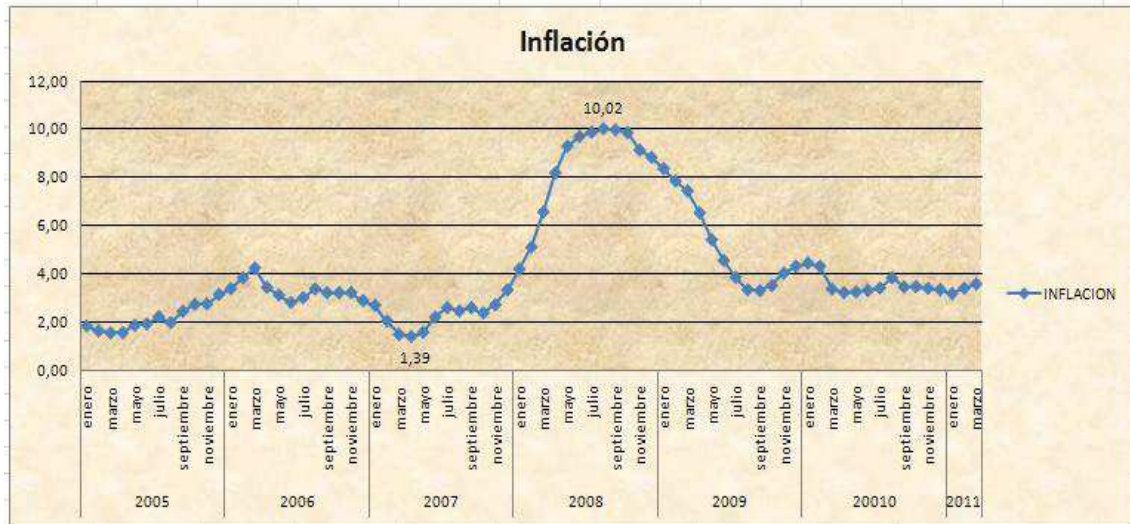
controlada dado que se encuentra dentro del rango del 10%, el mayor porcentaje de inflación alcanzado dentro de este año es de 10.02% en el mes de agosto y el menor porcentaje dentro del período 2005-2011 es dentro del mes de abril del año 2007 con un porcentaje de 1.39% esta disminución se dio debido a la gran cantidad de productos en el mercado, lo cual generó una buena oferta y ésta a su vez hizo que los precios de productos bajen.

Analizando el primer mes del año 2011, se puede notar que la inflación se ubica en, inferior al cierre de diciembre del año anterior, 3,33%, lo cual se debió a que en el mes de diciembre existió un incremento de precios en los productos como alimentos, bebidas, vestimenta, entre otros., por lo cual el porcentaje de la inflación del mes de enero del año en curso es de 3.17, por lo tanto al pasar el mes de diciembre algunos productos bajaron su precio y en el Ecuador existió una incidencia en el precio del pan al incrementarse pero esto no tuvo una gran influencia para que la inflación del mismo mes exceda al anterior.

Dentro del mes de febrero en el cual el porcentaje es de 3.39%, el cual es superior al del mes anterior, se debió al incremento de precios en algunos artículos de divisiones (Ver Anexo 4) siendo el de mayor relevancia la división de alimentos y bebidas no alcohólicas con un valor de 48.49% y a su vez a factores como: el mal clima fueron los que influyeron en el aumento de la inflación dado que este factor generó destrucción de cosechas y mal estado en las carreteras.

Para el mes de marzo dentro del cual el porcentaje es de 3.57, el mismo que de igual manera es superior al del mes anterior; se debió al incremento de precios de algunos artículos de algunas divisiones (Ver Anexo 5) siendo de igual manera la división de alimentos y bebidas no alcohólicas la de mayor relevancia con un valor de 45.32% que influyó en el aumento de precios y a su vez de inflación, los factores ambientales que al igual que el mes anterior son los que afectaron al mercado y lo influenciaron al aumento de precios.

Gráfico 6: Inflación periodo 2005-marzo 2011



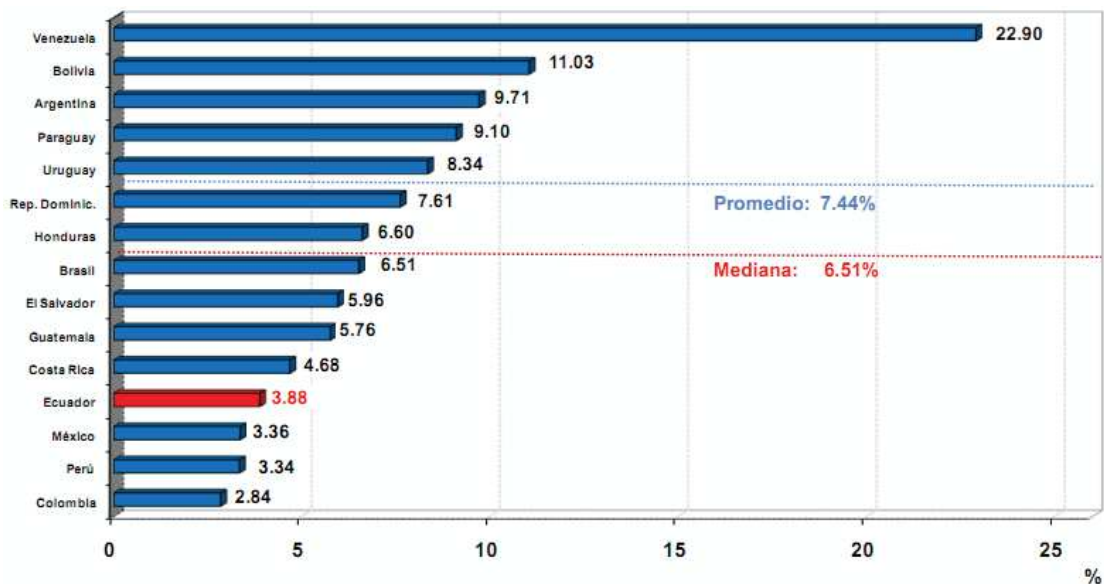
FUENTE: INEC (2010)

ELABORADO POR: AUTORA.

4.1.1.1. Inflación Internacional

La inflación anual en el Ecuador se ubica como la cuarta menor tasa dentro del grupo de países analizados, por debajo de la mediana y el promedio.

Gráfico 7: Inflación anual en América Latina - Abril 2011

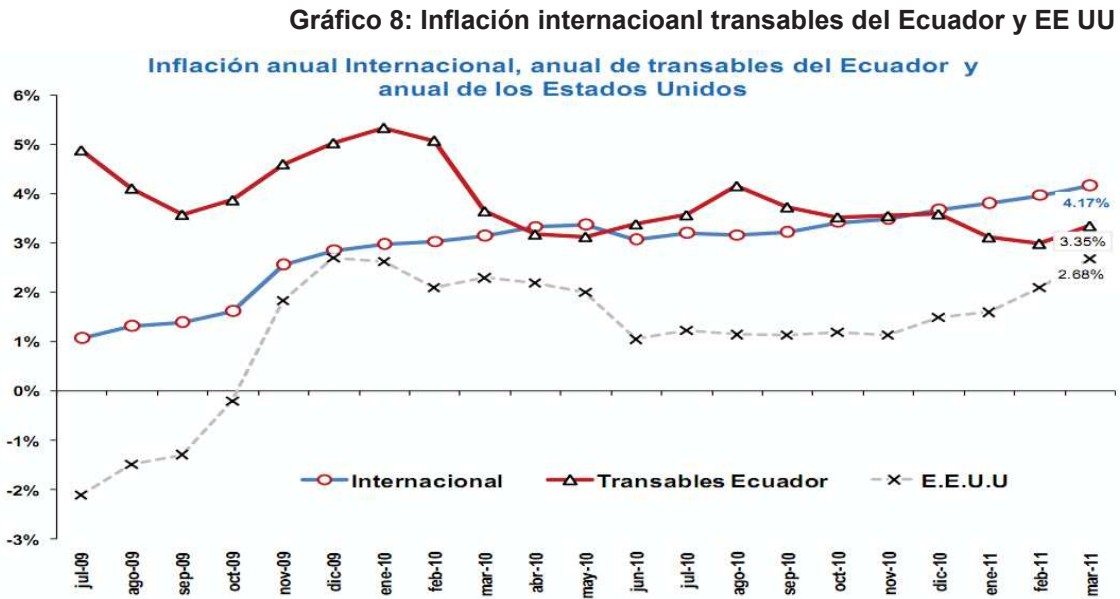


FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2011).

ELABORADO POR: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

4.1.1.2. Inflación anual internacional, Ecuador y Estados Unidos

La inflación internacional al mes de marzo del 2011 fue del 4,17% con tendencia a un crecimiento sostenido y superior al registrado por la inflación de transables del Ecuador y la de los Estados Unidos.



⁴ Por no contar con toda la información de la muestra de países seleccionada la información se presenta con un mes de retraso.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2011).

ELABORADO POR: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Este panorama se convierte en factor de bajo impacto, puesto que con las políticas actuales de incentivo a la producción ecuatoriana, la inflación en el país está siendo controlada y habría cierta estabilidad en precios, y en cuanto a la situación de los Estados Unidos, es un país en el que siempre se trabaja por controlar el proceso inflacionario.

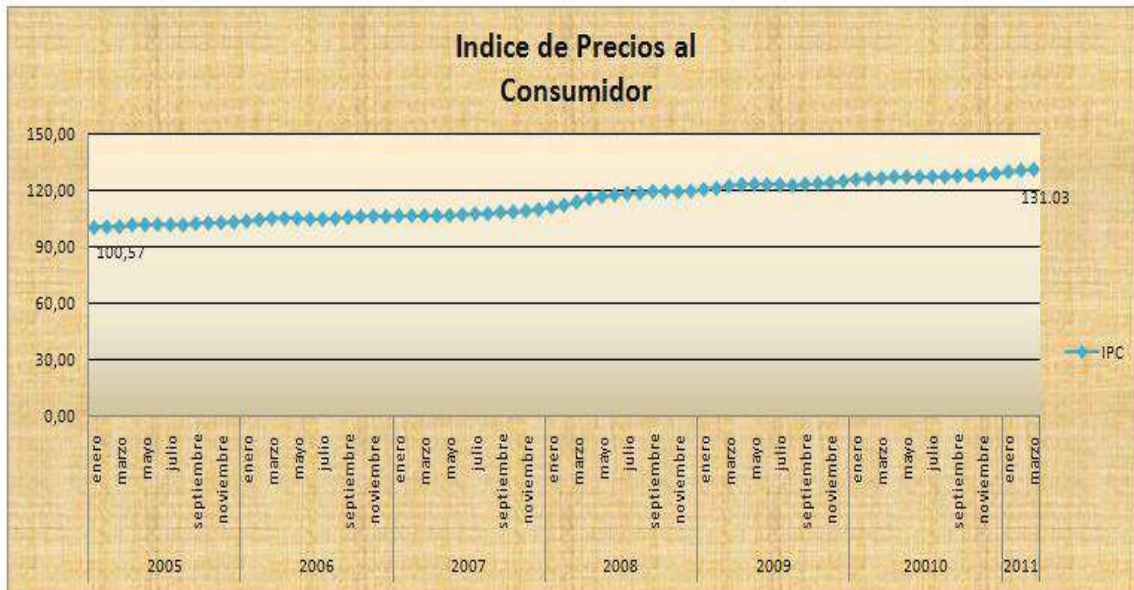
4.1.2. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Analizando el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de los últimos 5 años, se puede apreciar que en el mes de enero del 2005 fue el de menor relevancia pues posee un valor de 100.57 y a su vez dentro de ese año hubo una inflación anual de 1.82%, para lo cual dentro de ese año existió un incremento de precios principalmente en el grupo denominado de bienes no transables, como los arrendamientos inmobiliarios, cuyo consumo sólo se puede hacer dentro de la economía local y que no pueden ni importarse ni exportarse, según el Banco Central (BCE). La inflación de los bienes “no transables” permaneció por sobre la inflación general a lo largo de todo el año, por lo que su ponderación afectó al índice global y en consecuencia a los niveles de precios relativos de los principales socios comerciales del país. Este crecimiento de los precios de los “no transables” es considerado como un fenómeno que no se ha podido controlar a pesar la adaptación del dólar como moneda nacional en el año 2000.

Analizando los tres meses del presente año se puede considerar que, dentro del mes de enero existió una reducción al del mes anterior tanto para el valor del IPC como el de la inflación anual, con un valor de 130.59 y 3.17% respectivamente, este cambio se debió a la disminución de algunos artículos los cuales se incrementaron al finalizar el año 2010. Dentro del segundo mes del año en curso, el valor del IPC es de 130.59, el cual es superior al del mes anterior, este incremento se dió debido al incremento de precios en especial dentro de la división de alimentos y bebidas no alcohólicas; los cambios climáticos que vive el país y a los problemas con la transportación, entre otros. Y concluye con un valor de 131.03 para el mes de marzo del 2011, el cual también es superior a los dos meses anteriores, este incremento al igual que en los meses anteriores se debió a la división de alimentos y bebidas no alcohólicas que aporta con el 45,32% a la inflación. A pesar de estos incrementos tanto para el IPC como para la Inflación son considerados como

comportamientos estables y dentro del rango que expertos e instituciones como el Banco Central y el INEC preveen para el año 2011.

Gráfico 9: Índice de Precios al consumidor. Periodo 2005-marzo 2011



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: AUTORA.

4.1.2.1. Análisis en Estados Unidos.

Por otro lado, en Estados Unidos, cuando se habla de la inflación, se refiere a menudo al índice de precios al consumo IPC, que muestra la evolución de los precios de una serie definida de productos y servicios que adquieren los hogares en para su consumo. La inflación basada en el IPC se considera el dato más importante del país.

TABLA 11.1. IPC Estados Unidos 2011

| Últimos meses | | Últimos años | |
|----------------|---------|--------------|----------|
| período | % | período | % |
| julio 2011 | 3,629 % | julio 2011 | 3,629 % |
| junio 2011 | 3,559 % | julio 2010 | 1,235 % |
| mayo 2011 | 3,569 % | julio 2009 | -2,097 % |
| abril 2011 | 3,164 % | julio 2008 | 5,600 % |
| marzo 2011 | 2,682 % | julio 2007 | 2,359 % |
| febrero 2011 | 2,108 % | julio 2006 | 4,146 % |
| enero 2011 | 1,631 % | julio 2005 | 3,167 % |
| diciembre 2010 | 1,495 % | julio 2004 | 2,991 % |
| noviembre 2010 | 1,143 % | julio 2003 | 2,110 % |
| octubre 2010 | 1,173 % | julio 2002 | 1,465 % |

FUENTE: CEPAL (2011).

ELABORADO POR: AUTORA.

Es importante realizar un breve análisis de la economía de los Estados Unidos, porque en el caso ecuatoriano, más del 50% del total de las exportaciones son adquiridas para ese país, y cuando la economía estadounidense se encuentra en auge, las exportaciones ecuatorianas aumentan, y bajan cuando están en recesión.

4.1.3. INDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR

Al analizar el IPP para el periodo de 2005 – 2011, el menor valor es de 1126,77 correspondiente al mes de abril del 2005, algunas causas a las que se le ameritan esta disminución son por ejemplo: la inestabilidad política que vivió el país, la devolución de los fondos de reserva de los afiliados al IESS, especulación en los precios, el alza de los precios de los bienes no transables y el gasto fiscal, entre otros. Pese a esta desaceleración, el sector externo continuó experimentando condiciones favorables durante el año, debido a que el precio del petróleo se mantuvo elevado.

El crecimiento de la economía descansa principalmente en el aumento en la actividad comercial y, en menor medida, en la actividad manufacturera y la agricultura. Entre las exportaciones no petroleras destacaron el aumento de las ventas de camarón, de los enlatados de pescado y de los vehículos destinados a otros países andinos. (Banco Central, 2011)

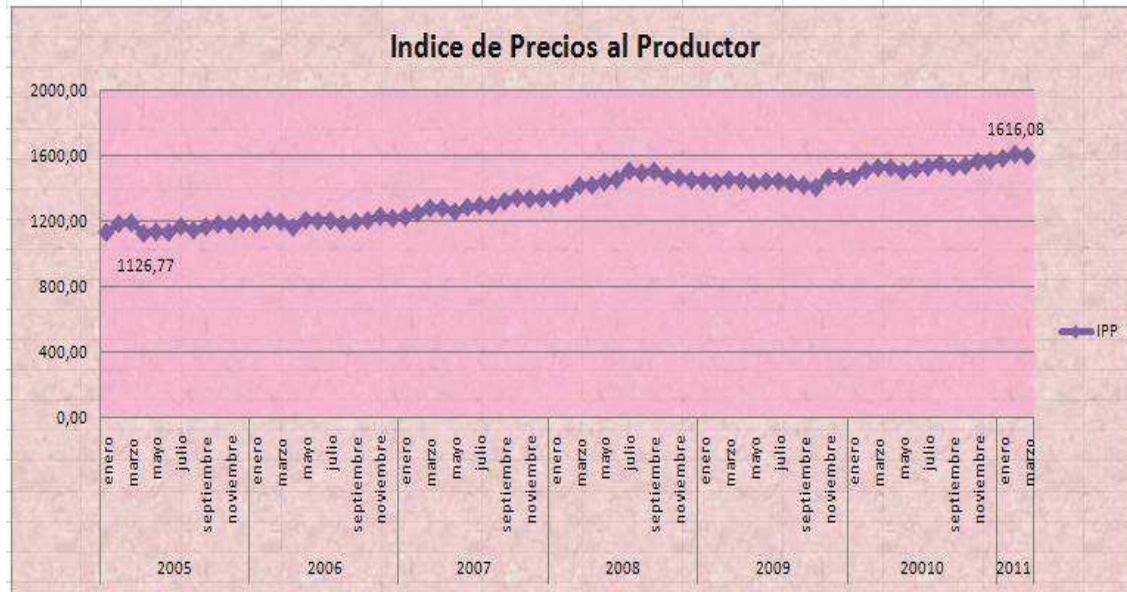
El INEC indicó que la inflación de abril responde a aumentos de precios en los artículos relacionados con educación (0,24%), alimentos y bebidas no alcohólicas (0,19%) y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,11%). (INEC, 2011)

Este aumento consecutivo, muestra diferencias marcadas a nivel internacional que ponen al Ecuador en desventajas marcadas a nivel internacional, ponen en desventaja no solo al consumidor ecuatoriano que debe enfrentar un aumento constante de precios, sino al productor ecuatoriano con una competitividad cada vez más débil frente a los productores de países que invaden el mercado nacional con productos mas baratos. Lo mas relevante que se dió dentro de este período 2005 es la pérdida del poder adquisitivo de los presupuestos familiares y en conjunto el impacto directo del mismo fue el deterioro de la calidad de vida de los ecuatorianos.

Y el valor de mayor relevancia corresponde al mes de febrero del 2011, debido al aumento de precios de algunas divisiones como las de alimentos y bebidas no alcohòlicas, vestimenta, entre otros., los cuales aumentaron sus precios para el mercado ecuatoriano dada la demanda por las fechas de san valentín llegando a obtener un valor de 1616.08. Al analizar el mes de marzo 2011 pues posee un valor de 1603.33. Si este valor se compara con el mes anterior 1616.08 se establece que los precios al productor de bienes disminuyeron en 0.79%; en cambio, si el mismo índice es relacionado con marzo 2010 con un valor de 1533.36, se tiene que los precios al productor de bienes se

incrementaron en 4.56%. Y hasta el mes de marzo del presente año, los precios aumentaron en 1.85%. (Ver Anexo 6 y Tabla 11.1)

Gráfico 10: Índice de Precios al productor. Periodo 2005-marzo 2011



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: AUTORA.

4.1.3.1. Análisis en Estados Unidos.

Referente a la economía de los Estados Unidos, el IPP subió en julio 0,2%, impulsado principalmente por el incremento de los precios del tabaco, según datos divulgados por el Departamento de Trabajo de ese país.

En los últimos doce meses los precios de productor han subido un 7,2%. La inflación subyacente del IPP ha sido del 2,5%, la más alta desde junio de 2009, de acuerdo con los datos del gobierno.

La inflación a nivel de los productores, que más adelante se trasladará a los precios que pagan los consumidores, reduce el margen de estímulo monetario para la Reserva Federal, que ha mantenido la tasa de interés de referencia en casi el 0% desde diciembre de 2008. El banco central estadounidense considera aceptable y saludable una tasa de inflación en los precios que pagan

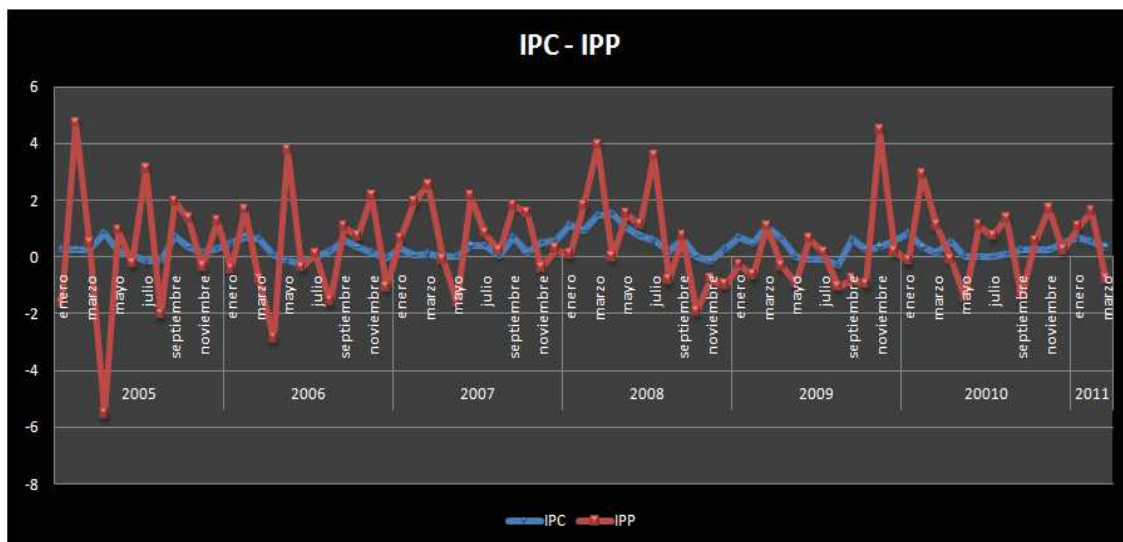
los consumidores, de entre el 1 y el 2% anual, y tendrá dificultades para continuar sus estímulos monetarios si los productores pasan a los consumidores los incrementos de los costos. (Impactousa, 2011)

La inflación en el IPP de julio reflejó principalmente los aumentos en los precios de alimentos, los productos de tabaco, los camiones y los productos farmacéuticos.

Este sería un factor de bajo impacto para el proyecto, porque se pretende industrializar la macadamia en Ecuador, aprovechando las políticas de incentivo a la producción actuales.

4.1.4. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y EL INDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR (VALORES PORCENTUALES)

Gráfico 11: Índice de Precios al consumidor y el Índice de Precios al productor. Periodo 2005-marzo 2011 (valores porcentuales)



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: AUTORA.

Al analizar estas dos variables porcentualmente se puede determinar algunos valores que sobresalen del resto como son dentro del IPP en el año 2005, en

el que existe un mayor aumento y disminución con valores de 4.73% en febrero y -5.55% en abril respectivamente y dentro del IPC existe un mayor aumento y disminución con valores de 1.52% en abril del 2008 y -5.55% en agosto del 2009 respectivamente. Estos valores se le ameritan a la inestabilidad política, especulación de precios, fenómenos climáticos, entre otros; los cuales afectaron a estos dos índices y con ello provocando inestabilidad en la economía ecuatoriana tanto para los consumidores como para los productores.

TABLA 11.2. Inflación – Índice de precios al consumidor – Índice de precios al productor

| Nº | FECHA | VARIABLES | | | Nº | FECHA | VARIABLES | | |
|----|------------|---------------|--------|---------|----|------------|---------------|--------|---------|
| | | INFLACIÓN (%) | IPC | IPP | | | INFLACIÓN (%) | IPC | IPP |
| 1 | 31/01/2005 | 1,82 | 100,57 | 1133,68 | 49 | 31/01/2009 | 8,36 | 120,52 | 1450,91 |
| 2 | 28/02/2005 | 1,62 | 100,84 | 1187,30 | 50 | 28/02/2009 | 7,85 | 121,09 | 1441,44 |
| 3 | 31/03/2005 | 1,53 | 101,10 | 1192,93 | 51 | 31/03/2009 | 7,44 | 122,41 | 1457,04 |
| 4 | 30/04/2005 | 1,54 | 101,95 | 1126,77 | 52 | 30/04/2009 | 6,52 | 123,21 | 1452,02 |
| 5 | 31/05/2005 | 1,85 | 102,13 | 1137,36 | 53 | 31/05/2009 | 5,41 | 123,20 | 1438,62 |
| 6 | 30/06/2005 | 1,91 | 102,20 | 1134,87 | 54 | 30/06/2009 | 4,54 | 123,10 | 1447,87 |
| 7 | 31/07/2005 | 2,21 | 102,04 | 1170,02 | 55 | 31/07/2009 | 3,85 | 123,01 | 1450,41 |
| 8 | 31/08/2005 | 1,96 | 101,89 | 1146,43 | 56 | 31/08/2009 | 3,33 | 122,65 | 1435,23 |
| 9 | 30/09/2005 | 2,43 | 102,62 | 1168,58 | 57 | 30/09/2009 | 3,29 | 123,41 | 1423,80 |
| 10 | 31/10/2005 | 2,72 | 102,98 | 1184,20 | 58 | 31/10/2009 | 3,50 | 123,71 | 1410,32 |
| 11 | 30/11/2005 | 2,74 | 103,16 | 1179,88 | 59 | 30/11/2009 | 4,02 | 124,12 | 1473,01 |
| 12 | 31/12/2005 | 3,14 | 103,46 | 1194,66 | 60 | 31/12/2009 | 4,31 | 124,84 | 1475,68 |
| | | 2,12 | | | | | 5,20 | | |
| 13 | 31/01/2006 | 3,37 | 103,96 | 1189,30 | 61 | 31/01/2010 | 4,44 | 125,87 | 1473,80 |
| 14 | 28/02/2006 | 3,82 | 104,69 | 1209,06 | 62 | 28/02/2010 | 4,31 | 126,30 | 1516,47 |
| 15 | 31/03/2006 | 4,23 | 105,38 | 1199,35 | 63 | 31/03/2010 | 3,35 | 126,51 | 1533,36 |
| 16 | 30/04/2006 | 3,43 | 105,45 | 1164,95 | 64 | 30/04/2010 | 3,21 | 127,16 | 1531,64 |
| 17 | 31/05/2006 | 3,11 | 105,30 | 1208,47 | 65 | 31/05/2010 | 3,24 | 127,18 | 1509,38 |
| 18 | 30/06/2006 | 2,80 | 105,05 | 1204,04 | 66 | 30/06/2010 | 3,30 | 127,17 | 1525,97 |
| 19 | 31/07/2006 | 2,99 | 105,09 | 1205,41 | 67 | 31/07/2010 | 3,40 | 127,20 | 1537,26 |
| 20 | 31/08/2006 | 3,36 | 105,32 | 1186,47 | 68 | 31/08/2010 | 3,82 | 127,33 | 1557,96 |
| 21 | 30/09/2006 | 3,21 | 105,92 | 1198,95 | 69 | 30/09/2010 | 3,44 | 127,66 | 1536,40 |
| 22 | 31/10/2006 | 3,21 | 106,29 | 1207,56 | 70 | 31/10/2010 | 3,46 | 127,99 | 1544,66 |
| 23 | 30/11/2006 | 3,21 | 106,47 | 1233,45 | 71 | 30/11/2010 | 3,39 | 128,33 | 1570,77 |
| 24 | 31/12/2006 | 2,87 | 106,43 | 1220,25 | 72 | 31/12/2010 | 3,33 | 128,99 | 1574,18 |
| | | 3,30 | | | | | 3,56 | | |
| 25 | 31/01/2007 | 2,68 | 106,75 | 1228,04 | 73 | 31/01/2011 | 3,17 | 129,87 | 1590,74 |
| 26 | 28/02/2007 | 2,03 | 106,82 | 1251,88 | 74 | 28/02/2011 | 3,39 | 130,59 | 1616,08 |
| 27 | 31/03/2007 | 1,47 | 106,92 | 1283,30 | 75 | 31/03/2011 | 3,57 | 131,03 | 1603,33 |
| 28 | 30/04/2007 | 1,39 | 106,91 | 1281,97 | | | | | |
| 29 | 31/05/2007 | 1,56 | 106,95 | 1261,36 | | | | | |
| 30 | 30/06/2007 | 2,19 | 107,36 | 1288,33 | | | | | |
| 31 | 31/07/2007 | 2,58 | 107,81 | 1299,14 | | | | | |
| 32 | 31/08/2007 | 2,44 | 107,89 | 1301,79 | | | | | |
| 33 | 30/09/2007 | 2,58 | 108,65 | 1325,06 | | | | | |
| 34 | 31/10/2007 | 2,36 | 108,80 | 1345,49 | | | | | |
| 35 | 30/11/2007 | 2,70 | 109,34 | 1340,12 | | | | | |
| 36 | 31/12/2007 | 3,32 | 109,97 | 1343,73 | | | | | |
| | | 2,28 | | | | | | | |
| 37 | 31/01/2008 | 4,19 | 111,22 | 1344,85 | | | | | |
| 38 | 28/02/2008 | 5,10 | 112,27 | 1369,10 | | | | | |
| 39 | 31/03/2008 | 6,56 | 113,93 | 1423,18 | | | | | |
| 40 | 30/04/2008 | 8,18 | 115,66 | 1422,93 | | | | | |
| 41 | 31/05/2008 | 9,29 | 116,88 | 1444,36 | | | | | |
| 42 | 30/06/2008 | 9,69 | 117,76 | 1460,49 | | | | | |
| 43 | 31/07/2008 | 9,87 | 118,45 | 1512,40 | | | | | |
| 44 | 31/08/2008 | 10,02 | 118,70 | 1500,05 | | | | | |
| 45 | 30/09/2008 | 9,97 | 119,48 | 1510,75 | | | | | |
| 46 | 31/10/2008 | 9,85 | 119,52 | 1481,38 | | | | | |
| 47 | 30/11/2008 | 9,13 | 119,33 | 1469,58 | | | | | |
| 48 | 31/12/2008 | 8,83 | 119,68 | 1455,05 | | | | | |
| | | 8,39 | | | | | | | |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: AUTORA.

4.2. ANÁLISIS POLÍTICO

Para realizar el estudio político se tomó como referencia las políticas del Plan de Desarrollo y el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 (Senplades, 2011.) del gobierno ecuatoriano los cuales pueden afectar de manera significativa a la industria Agrícola del país.

Como principal política que el Gobierno Ecuatoriano plantea para el beneficio de la sociedad en general es *“Impulsar la economía social y solidaria, generar empleo productivo digno y reconocer el trabajo en todos sus ámbitos”*; lo que trae consigo esta política dentro de la industria es el desarrollo de pequeñas y medianas empresas por medio del acceso a crédito, promoviendo redes de comercio, etc. para incrementar el desarrollo sustentable de la economía del país y el decremento de la tasa de desempleo y subempleo.

Otra de las políticas que puede afectar a la industria es *“Fomentar la estabilidad laboral”* ya que con esta se va a reducir el subempleo en gran proporción implementando reglas que estimulen la generación de una formalidad en el empleo.

La política de *“Fomentar actividades con gran demanda de mano de obra, fuertes encadenamientos productivos y amplia localización geográfica”* puede ayudar a la industria en el ámbito del impulso a programas de reactivación de pequeñas y medianas empresas del Ministerio de Industria.

La capacitación del personal de cualquier tipo de empresa sea esta pública o privada refleja una oportunidad para el incremento de la productividad de las mismas ya que es una inversión con la cual se puede generar productividad de acuerdo con la política de *“Capacitar de manera continua a la fuerza de trabajo para lograr incrementos constantes de la productividad laboral”*.

“Mantener y expandir el sistema de transporte terrestre, puertos y aeropuertos para apoyar la producción local, el comercio interno y externo, la integración nacional y la productividad y competitividad” Las capacidades y libertades de las personas, y el movimiento fluido de bienes para expandir el comercio requieren de un sistema de transporte moderno y eficiente.

Garantizar la sostenibilidad macroeconómica, evitando la pérdida del poder adquisitivo del dólar, reduciendo la incertidumbre y ampliando las posibilidades de inversión social y productiva, y manteniendo la viabilidad de la balanza de pagos. Esta política ayuda sin discriminación a todas las industrias del país ya que por medio de la misma se va a conseguir el crecimiento productivo y generación sostenida del empleo; además, por medio de la discrecionalidad tributaria y arancelaria se va a proteger la producción nacional, abaratar los insumos, y facilitar la generación de valor y los encadenamientos productivos.

4.2.1. ANALISIS EN ESTADOS UNIDOS.

Situación política de los Estados Unidos.

Es importante hacer referencia principalmente a las políticas implementadas por el actual presidente Barack Obama, con el objetivo de conseguir una pronta recuperación económica del país norteamericano:

- 1) Reducir drásticamente los impuestos, para que empresas y familias tengan más recursos y decida cómo utilizarlos, consumiendo o emprendiendo nuevos proyectos;
- 2) Dedicar una cantidad mayor al gasto público: dos veces más que el ahorro fiscal. Un gasto que se va a destinar al plan de rescate de los bancos, inversión pública (infraestructuras), sanidad, educación y medidas de ahorro energético y energías alternativas.

- 3) Cambiar la regulación financiera con urgencia, antes de marzo, especialmente en lo concerniente al tratamiento del capital de los bancos y resto de agentes financieros, evitando el arbitraje regulatorio que es parte importante del origen de esta crisis.
- 4) Proteccionismo comercial que favorezca la producción de EEUU frente a la competencia internacional.
- 5) Consensuar las medidas con los Republicanos, incluyendo también sus propuestas, como la de Ben Bernanke de comprar los activos tóxicos a los bancos a cambio de parte de su capital, como forma de recapitalizarlos más agresivamente.
- 6) Referente al literal 4), la discusión entre republicanos y demócratas radica en abrir o no la economía de EEUU al comercio internacional, pues Barack Obama ha prometido políticas de comercio más proteccionistas, aumentando las barreras que ya existen al comercio global. Adicional, se encuentran en discusión la renovación de las ATPDA's, impulsado por los demócratas frente a la oposición de los republicanos. Esta sería una amenaza de gran impacto, que afectaría directamente al volumen de exportación y producción, puesto que el producto diseñado tiene como mira el mercado estadounidense. (Gobiernousa.com, 2011).

4.3. ANALISIS DEMOGRÁFICO

Los datos generados por INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), informan que en febrero de 2009, aproximadamente 14.187.605 de personas habitan Ecuador. En lo referente al sexo de la población, se puede establecer que alrededor del 49,4% se encuentra compuesta por hombres, y un 50,6% por mujeres. Estas cifras varían aún más a favor de las mujeres en las provincias de la sierra central ecuatoriana. Aproximadamente el 54% de la

población reside en los centros urbanos, mientras el resto se desenvuelve en el medio rural.

Gráfico 12: Población Económicamente Activa



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Gráfico 13: Ocupación, Desempleo, Subempleo en Ecuador



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC.

En Quito predomina la población de estrato bajo y medio bajo, que en conjunto totalizan un 45%. La población de estrato medio llega a un poco más de la tercera parte, y por supuesto, conocida la concentración de ingresos en ciudades que constituyen un eje de desarrollo, Quito no forma parte de la excepción, con apenas un 5% de población de estrato alto y 13% de población de estrato medio-alto.

Al dividir a Quito en dos partes, en la zona norte se ubican los estratos socioeconómicos alto y medio alto, cubren desde la Av. Patria hasta la zona del Aeropuerto, bordeados por el estrato socioeconómico medio que se extiende hasta el Quito Tenis y Golf Club.

En el norte existe la presencia de los estratos medio-bajo y bajo en la periferia de la ciudad. El estrato medio se localiza desde la Patria, extendiéndose al Este por la Oriental y al Oeste por la Av. Universitaria hacia el Centro de Quito, y se prolonga hacia el sur hasta Turubamba, Unión Popular, Unión Carchense y San Bartolo. A partir de esta zona se expande el estrato socioeconómico medio-bajo, en el cual se incluye a la población de Machachi. El estrato socioeconómico bajo ocupa la zona periférica de Quito incluyendo los barrios que se encuentran asentados en las laderas.

4.3.1. Población Económicamente Activa: MACHACHI, QUITO, ILLINOIS

A partir de datos los datos obtenidos la población económicamente activa (PEA) dentro Machachi, que es el lugar en donde se producirá y elaborará la jalea de macadamia existe una PEA de 9.436 de un total de 25.604. lo cual representa un 37% dentro del cantón Mejía, mientras que para Quito es el de mayor valor en relación a las otras parroquias. (Ver Anexo 7)

4.3.2. Análisis Demográfico - Población de Illinois (Estados unidos)

El Estado de Illinois es el más poblado del Medio Oeste, y el quinto más poblado del país con 12.419.293 habitantes. Cerca del 65% de la población del estado vive en el área metropolitana de Chicago, uno de los mayores centros industriales y financieros del mundo, el segundo mayor centro industrial del

país, luego de los Ángeles, y el segundo centro financiero de Estados Unidos, luego de Nueva York. La capital del estado es Springfield.

La tasa de natalidad es de 14.8 nacimientos por cada 1000 habitantes. En cuanto a la distribución poblacional el 48,75% corresponde a hombres y el 51,25% pertenece a mujeres. Chicago, una población principal del país, tiene 2.731.743 habitantes. El 54,80% de la población corresponde a la Población Economicamente Activa y el 4,9% a la Población Desempleada.

Este factor se lo considera como una oportunidad de medio impacto, pues siendo Illinois un agran centro financiero y comercial, se presentan más oportunidades de incursionar en mercados y expandir la cobertura al largo del tiempo. Teniendo así que se posee un potencial de consumidores para la “jalea de macadamia ecuatoriana”. (Universia, 2011).

4.4. MIGRACIÓN

La migración es otro factor que ha afectado a las familias ecuatorianas, debido a la salida de ecuatorianos a países extranjeros con el fin de buscar un mejor futuro y estabilidad económica, el mayor nivel de migración que marco en el Ecuador fue en el período del año 2000 y 2003, a este hecho se le amerita a la adopción del dólar como moneda oficial y además por las irregularidades que existió en gobiernos como: la del Dr. Jamil Mahuad Witt y la inestabilidad dentro del gobierno de Ing. Lucio Gutiérrez Borbúa respectivamente.

Según datos del INEC (2009), el mayor porcentaje de la salida de los ecuatorianos por continente de destino, son: dentro de la categoría de América del Sur y América del Norte con un porcentaje de 37.7% y 34.4% respectivamente. (Ver Anexo 8) debido a la mejor opción de estabilidad de trabajo e incremento del pago por hora (7.50 usd/hora).

Al profundizar más con respecto al destino ya sea por principal país de procedencia o destino, el porcentaje de mayor relevancia de ecuatorianos que llegan al país son de: Estados Unidos y Perú con un valor de 32.0% y 17.5% respectivamente., y con relación al país de destino se tiene preferencia por: Estados Unidos, Perú y España con valores de 32.6%, 17.6% y 13.6% respectivamente (Ver Anexo 9).

Y si se considera el sexo de las personas, tanto para la entrada y salida de ecuatorianos y extranjeros, el mayor porcentaje es el del sexo masculino que representa un porcentaje mayor al 50%, y un porcentaje de máximo 48.30% para el sexo femenino. (Ver Anexo 10).

Este fenómeno migratorio, se produce en su mayor parte por falta de trabajo, el subempleo, la pobreza, entre otros. Gran parte de los ecuatorianos al no tener un ingreso fijo que les permita satisfacer sus necesidades básicas, optan por ofertar su fuerza laboral en el extranjero, puesto que en ciertos países se alcanzan niveles de remuneración más elevados que los que se podría obtener en el Ecuador, por esta causa varios países de Europa y los EEUU, comenzaron a captar personal para realizar trabajos pesados, pero que representaban una esperanza para quienes atravesaban problemas económicos, por lo tanto pese a representar muchos esfuerzos e inclusive al ingresar como ilegales a otros países, se endeudaron para viajar y arriesgaron lo poco que tenían con la finalidad de alcanzar mejores ingresos económicos que les permita cubrir las necesidades básicas de su familia, pero sobre todo con el afán de obtener una remuneración más digna, para mejorar su nivel de vida y el de sus hijos, con lo cual se ha provocado que se desintegre el núcleo familiar, que es la base de toda sociedad, ya que niños y adolescentes están al cuidado de sus abuelos, tíos y otros familiares, quienes no les pueden brindar el cariño, afecto y sobre la educación y guía que necesitan.

Por ello es importante el rol del gobierno ya que se debe implementar nuevas fuentes de ingreso, que permitan a los ecuatorianos invertir su esfuerzo y

tiempo en su país, dado que se cuenta con un sin número de riquezas que pueden ser explotadas, pero sobre todo que permitan a los ecuatorianos mejorar sus habilidades innatas, con el afán de crear y desarrollar unidades productivas que les permita generar ingresos propios, para satisfacer sus necesidades y las de sus familias sin tener que optar por la migración que genera la desintegración y la pérdida del núcleo de la sociedad que es la familia.

A su vez se debe analizar el rol de las empresas privadas, dado que la empresa de jalea de macadamia es privada. En sí las empresas privadas tienen un desafío dado que en ellas está el promover algunas políticas concretas en conjunto con el gobierno ecuatoriano para promover el desarrollo, iniciativa y creatividad de las actividades que favorezcan al crecimiento económico y comercial, ya sean estas por medio de prestaciones de tecnología, planta e inclusive con el personal especializado que estas empresas pueden tener.

Cabe destacar que el Ecuador no solamente es un país de emigrantes sino también, un país receptor de inmigrantes, así tenemos colombianos, peruanos y últimamente cubanos, que han ingresado atraídos por el valor del dólar que frente al cambio de sus monedas de origen tiene mejor poder adquisitivo.

Algunos efectos relevantes positivos de la migración son como por ejemplo: el incremento de remesas y de divisas el cual ha ayudado de manera considerable durante los últimos años a la economía ecuatoriana, incremento en el conocimiento del intercambio cultural, entre otros; y algunos negativos como: trabajos inferiores y forzosos y en ocasiones maltratos físicos y psicológicos. También se puede considerar como una alternativa para la exportación de la jalea de macadamia ecuatoriana, el usar como aliados a personas de nuestro país en el extranjero dado que esta deben tener ya el conocimiento previo del mercado lo cual ayudará a que ingreso del producto sea exitoso.

4.4.1. Análisis en Estados Unidos.

En lo referente al estado de Illinois, esta la ciudad de Chicago, poblada el 20% de migrantes latinos, según datos de la CEPAL(2011) para America Latina a diciembre del 2010. Se convierte en una oportunidad de gran impacto, porque siendo el producto latino, también se tendría otras plazas de mercado, aparte de las que se pretende abarcar, que son los restaurantes gourmet.

4.5. SALARIO

El Ministerio de Relaciones Laborales a través del Consejo Nacional de Salarios CONADES(2011), el cual es el organismo que tiene a su cargo el establecer los salarios anuales y el salario básico unificado que perciben los trabajadores ecuatorianos dentro del sector privado y público, establece lo siguiente: el salario mínimo vital nominal y el el salario unificado nominal se ha ido incrementando hasta llegar a abril del 2011 con valores constantes de 307.83 USD., y 264.00 USD., respectivamente. Mientras que el salario real ha tenido niveles altos con un valor máximo de 237.04 USD. en el mes de enero del presente año y niveles bajos con un valor mínimo de 216.95 USD. en el mes de diciembre del 2010.

Los salarios ecuatorianos en comparación con los salarios de Estados Unidos, el pago es de: 1.10 usd/hora³ y 7.50 usd/hora respectivamente. Ciertamente, el pago es menor; pero dentro de la teoría de la ventaja compartiva existen algunas ideas erróneas o mitos sobre la misma, uno de ellos es:

Mito 2: la competencia exterior es injusta y perjudica a otros países cuando se basa en salarios reducidos. Este también es denominado como: “argumento de los salarios paupérrimos”(…). En el ejemplo, nuestro país es más productivo que el extranjero en ambas industrias, y

³ 264 salario mínimo/30 días = 8.8 valor por día/8 horas de trabajo = \$1.10 usd hora

el menor coste del extranjero en la producción de vino se debe por completo a su tasa salarial mucho menor. La menor tasa salarial extranjera es, sin embargo, irrelevante en la cuestión de si nuestro país gana con el comercio. Que el menor coste de producción de vino en el extranjero sea debido a la alta productividad o a los bajos salarios no tiene importancia. Lo que importa para nuestro país es que es más barato, en términos de nuestro propio trabajo, producir queso e intercambiarlo por vino que producir nuestro propio vino. (Krugman y Obstfeld. 2006: p. 41).

Otro de los argumentos es:

Mito 3: explotación. “El comercio explota a un país y lo empobrece si sus trabajadores reciben unos salarios muy inferiores a la de los trabajadores de otros países”(…). Por ejemplo, analice el caso de Corea del Sur era aproximadamente el 35% del nivel de Estados Unidos, y su salario aproximadamente el 38% del estadounidense . Pero no siempre fue así: en un pasado no muy distante, Corea del Sur era una economía de baja productividad y salarios reducidos (...), los salarios de Corea del Sur eran, tan solo, el 5% de los salarios de Estados Unidos. Pero cuando aumentó la productividad de Corea del Sur, también aumentaron sus salarios. En definitiva, la evidencia respalda energéticamente la opinión, basada en los modelos económicos, de que los incrementos de productividad quedan reflejados en incrementos salariales. (Krugman y Obstfeld. 2006: pp. 41-43).

Estos dos argumentos o mitos, en relación a los salarios ecuatorianos nos dice que a pesar de que se posea unos salarios inferiores a los Estados Unidos, lo más relevante es que el trabajo ecuatoriano es altamente productivo y barato para poder realizar la elaboración de la jalea de macadamia y finalmente poder comercializarlo en el mercado estadounidense. Y con ello poder lograr un

incremento en la productividad del Ecuador y en conjunto los salarios ecuatorianos.

Tabla 12.1 Salario en Ecuador

| SALARIOS | | | | |
|----------|------------|------------------------------|---------------------------|--------------|
| AÑO | FECHA | VARIABLES | | |
| | | Salario mínimo vital nominal | Salario unificado nominal | Salario Real |
| 2010 | enero | 279,85 | 240,00 | 222,32 |
| | febrero | 279,85 | 240,00 | 221,57 |
| | marzo | 279,85 | 240,00 | 221,21 |
| | abril | 279,85 | 240,00 | 220,07 |
| | mayo | 279,85 | 240,00 | 220,03 |
| | junio | 279,85 | 240,00 | 220,05 |
| | julio | 279,85 | 240,00 | 220,01 |
| | agosto | 279,85 | 240,00 | 219,78 |
| | septiembre | 279,85 | 240,00 | 219,78 |
| | octubre | 279,85 | 240,00 | 218,66 |
| | noviembre | 279,85 | 240,00 | 218,07 |
| | diciembre | 279,85 | 240,00 | 216,95 |
| 2011 | enero | 307,83 | 264,00 | 237,04 |
| | febrero | 307,83 | 264,00 | 235,73 |
| | marzo | 307,83 | 264,00 | 234,94 |
| | abril | 307,83 | 264,00 | 233,03 |

FUENTE: MINISTERIO DE TRABAJO (2011), BANCO CENTRAL (2011)

ELABORADO POR: AUTORA.

Al analizar la Teoría de la Ventaja Comparativa, mediante algunas variables macroeconómicas nos muestra que el Ecuador posee en sí una ventaja tanto en variables como la de la inflación, ipc y ipp; dado que estas poseen un nivel controlado y un crecimiento significativo lo cual ha favorecido para la economía ecuatoriana en varios campos. Al comparar los productos sustitutos de la macadamia se ha podido constar que este producto es altamente saludable para los consumidores, los cuales a pesar de ser un grupo seleccionado de status medio, medio alto; en todo el mundo se han ido incrementando cada año debido a la demanda del mismo dentro de los principales mercados, logrando así rescatar dos campos importantes: primero, el conocimiento del valor nutricional de este producto y segundo, la producción y elaboración casera de la “jalea de macadamia”.

Actualmente por parte del gobierno ecuatoriano existe mejoras políticas las cuales van a favor de la exportación y de sus exportadores, mediante el Plan Nacional del Buen Vivir; lo cual a su vez relacionado con los salarios y la mano de obra han contribuido a que exista una mejoría y estabilidad notable en comparación a los últimos cinco años, reflejando así que si existe un incremento en la productividad existirá un incremento salarial y a su vez un incremento laboral, lo cual generará un aumento de demanda, ingresos para las empresas y a una mejor actividad comercial.

Para el tercer capítulo se definirá un plan de marketing para la empresa productora de la jalea de macadamia ecuatoriana para su posterior exportación y a su vez se abarcará la creación de la empresa de este producto no tradicional para poder ingresarlo al mercado estadounidense.

CAPÍTULO 3

MARKETING

5. PLAN DE MARKETING

5.1. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para la elaboración de un plan de marketing se debe realizar un análisis de las 4P's, donde se analice el precio, producto, plaza y promoción, pero para este análisis se debe conocer el ciclo de vida del producto ya que de ello depende realizar las estrategias de marketing para el producto.

Para lograr una estrategia de marketing es necesario realizar un análisis de producción suficiente para cubrir la demanda extranjera y así brindarle un valor agregado a la macadamia y en sí al producto ya terminado, de modo que abarque en el producto de la jalea de macadamia tanto en su procesamiento como en su presentación. Para su comercialización dentro el mercado de Illinois, Estados Unidos se debería implementar campañas de publicidad donde se dé a conocer el producto y los beneficios del mismo. El precio de introducción de la "jalea de macadamia ecuatoriana" no debe ser alto ya que para competir con las demás industrias por lo cual se debe implementar una estrategia de precio prima. Para la promoción en este estado, se debe tener en cuenta comerciales en radio, prensa, descuentos, degustaciones en los principales centros comerciales, entre otros.

El producto es además importante por su envase y marca, esto se puede afirmar dado que al consumidor le gusta el valor agregado que se le brinda al producto, lo que conlleva a obtener un mayor número de ventas y a posicionarnos en la mente del consumidor tanto por la textura, aroma y calidad de sabor. Además se debe proporcionar mayor valor y satisfacción que la competencia, dado que la jalea de macadamia tiene excelentes valores

nutricionales. Otra estrategia es buscar una ventaja rigurosa mediante el posicionamiento en la mente del consumidor a través de la oferta del producto en los principales puntos de venta, que en este caso se implementará en los supermercados.

Otras estrategias para competir en el mercado objetivo serían al desarrollar las siguientes estrategias: al ser un producto alimenticio, se podrá competir con una estrategia de diferenciación, la cual permita ganar parte del mercado a través de ofrecer al cliente los beneficios de la “jalea de macadamia ecuatoriana”; desarrollar campañas que presenten los beneficios del producto, así como promover la mejor alimentación mediante el mismo vs la competencia; realizar pruebas a consumidores para que deleiten el producto y así lo comparen con el sabor de las jaleas convencionales, para de esta forma obtener información acerca de los gustos y preferencias; demostrar que la “jalea de macadamia ecuatoriana” tiene mayores beneficios nutritivos que cualquier jalea convencional, mejorando la salud de los consumidores. Las cuales estarán más explícitas dentro de los análisis de los siguientes puntos.

5.2. MATRIZ FODA

La matriz FODA es un análisis del producto junto con el mercado, es decir que se consideran las: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Las Variables Internas son las: Fortalezas y Debilidades, estas son identificadas como los recursos de la empresa.

Las variables externas son las: Oportunidades y Amenazas, estas son identificadas como las variables del entorno en el que se va aplicar el producto.

Tabla 13.1 Matriz F.O.D.A.

| | |
|---|---|
| <p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producto con grandes beneficios para la salud y excelentes características nutricionales. 2. Posibilidad de implementar el proyecto para comercializar la nuez directamente al mercado internacional. 3. La alta calidad del producto garantiza una permanencia en el mercado local, desplazando al producto de baja calidad. 4. Talento humano requerido para el proceso de producción disponible y competitivo. 5. Cultivo con una larga vida útil, lo que beneficiaría a los inversionistas a largo plazo. | <p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta demanda local insatisfecha 2. Precio a nivel del consumidor local bastante atractivo 3. Zonas potenciales existentes en el país que pueden ser utilizadas en la producción de Macadamia 4. Disponibilidad de materia prima (nuez de macadamia) durante casi todo el año 5. Consumidores con altos ingresos 6. Producto con excelente aceptación internacional 7. Posibilidad de captar nuevos mercados debido a la apertura comercial |
| <p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta inversión inicial demandada para la ejecución del proyecto y el periodo de recuperación es a largo plazo. 2. Necesidad de intercalar con otro cultivo para solventar los gastos iniciales | <p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad política y económica 2. Incremento de competidores nacionales e internacionales 3. Paros, huelgas de trabajadores 4. Enfermedades o situaciones climáticas desfavorables en el sector agrícola productivo |

| | |
|---|--|
| <p>3. Falta de investigación y tecnificación para mejorar los rendimientos.</p> <p>4. Altos precios de insumos y maquinarias agrícolas.</p> <p>5. Alto porcentaje de desecho del producto en su industrialización.</p> | <p>5. Falta de promoción de las cualidades y ventajas del consumo del producto para aumentar el área de mercado .</p> |
|---|--|

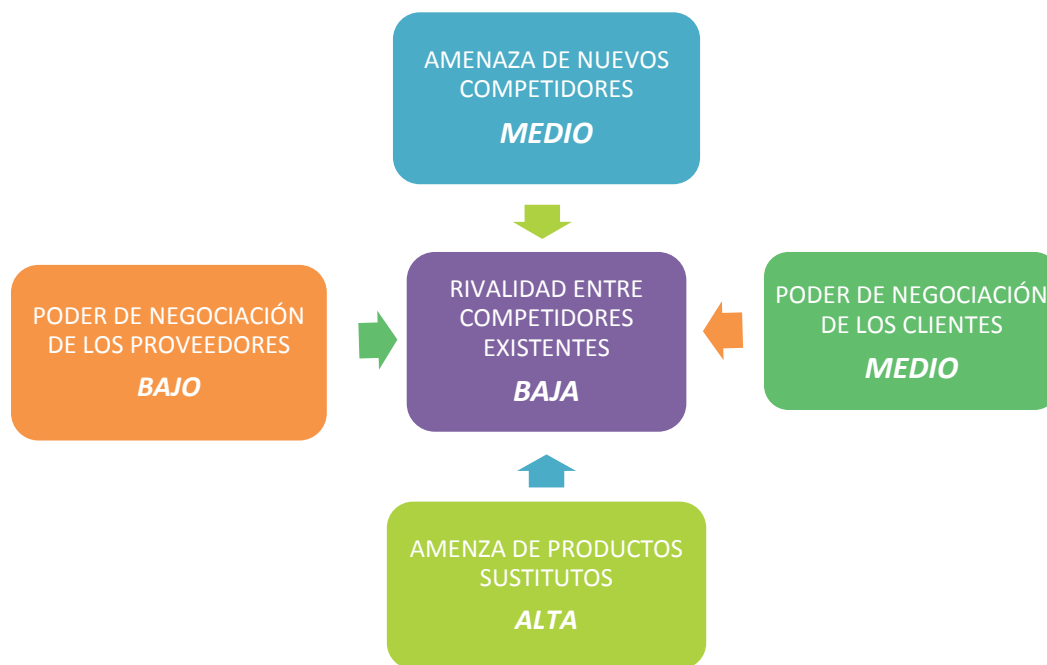
FUENTE: DIAZ (1994); Fred (2003).

ELABORADO POR: AUTORA

5.3. ANALISIS 5 FUERZAS DE PORTER

Al analizar las 5 fuerzas de porter se podrá analizar los actores del mercado; tales como: competidores, proveedores, clientes, sustitutos; teniendo así:

Gráfico14: Matriz 5 Fuerzas de Porter.



FUENTE: Porter (1993).

ELABORADO POR: AUTORA.

La calificación asignada de las 5 fuerzas de Porter, será de la siguiente manera:

| | |
|---|------------|
| 5 | Muy Fuerte |
| 4 | Fuerte |
| 3 | Mediano |
| 2 | Débil |
| 1 | Muy débil |

Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

| | |
|--|------|
| Los proveedores de nueces de macadamia en Ecuador son accesibles | 4 |
| Existe un número considerable de proveedores para este sector | 3 |
| El cliente escoge el proveedor que considere conveniente para lograr la estrategia más rentable | 2 |
| El precio de los proveedores es determinante en los costos del producto, accesos a materia prima | 4 |
| PROMEDIO | 3,25 |

El poder de negociación de los clientes es Mediano, debido a la variedad de productos; pues así solo existan pocas empresas dedicadas a la producción de jalea hay poco conocimiento de la jalea de macadamia en el nicho de mercado. Al existir productos sustitutivos los clientes tienen poder sobre la empresa y además porque la sensibilidad del comprador frente al precio no es muy alta ya que va dirigido a un nicho de clase media alta y alta.

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores:

| | |
|--|------|
| Los proveedores de nueces de macadamia son accesibles | 2 |
| Existe un número considerable de proveedores para este sector | 3 |
| El cliente escoge el proveedor que considere conveniente para lograr la estrategia más rentable | 3 |
| El precio de los proveedores es determinante en los costos del producto, accesos a materia prima | 3 |
| PROMEDIO | 2,75 |

El poder de negociación se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. Y como el producto final llevará un alto contenido de la materia prima en su totalidad, el poder de negociación de los proveedores no será muy influyente, en nuestro caso este no sería un problema pues poseemos facilidades para la obtención o el cambio de proveedores (debido a los canales de distribución), así como también que, como empresa se proveerá de la materia prima principal que es la macadamia, que es la parte más importante del proceso. Los costos de los productos del proveedor no son altos por el gran número de ofertantes de alimentos nutritivos.

Amenaza de nuevos entrantes.

| | |
|----------------------------------|------|
| Economías de escala | 3 |
| Diferenciación de producto | 4 |
| Identidad de marca | 3 |
| Costos Cambiantes | 4 |
| Acceso a canales de distribución | 3 |
| Acceso total a materias primas | 4 |
| Requerimientos de calidad | 3 |
| PROMEDIO | 3,43 |

La amenaza de nuevos entrantes es mediana, debido a que no existen barreras fuertes; además el proceso del empaquetado al vacío de la jalea de macadamia se puede automatizar y obtener economías de escala, el acceso a la distribución es un poco complicado ya que los supermercados tienen muchas reglas para acceder a vender un producto nuevo; pero con una buena estrategia técnica del producto e inclusive promoción a distribuidores se volvería en una alternativa accesible para la empresa productora de “jalea de macadamia”..

Amenaza de productos sustitutos.

| | |
|--|---|
| Existen sustutitos directos | 4 |
| Existen otros sustitutos: otras marcas de jaleas | 5 |
| Elaboración de jaleas en el hogar | 3 |
| PROMEDIO | 4 |

La Amenazada de productos sustitutos es Alta, debido a que existe la propensión del comprador a sustituir nuestro producto con productos como: mermeladas, otras jaleas e inclusive con gelatinas. Los precios no son muy semejantes a los productos sustitutos pues tienen una diferenciación que es un producto sano, de calidad, y de sabor diferente lo cual es percibido por el cliente. El nivel percibido de diferenciación del producto por parte de los clientes es alto pues se considera sano, nutritivo, de calidad.

Rivalidad entre los competidores existentes:

| | |
|--|------|
| Existen competidores fuertes en la industria | 4 |
| Existe facilidad para cambio de actividad dentro de la industria | 2 |
| El sector es de rápido crecimiento y las estrategias: calidad, bajo precio, gastos mayores en publicidad; para lograr competitividad | 1 |
| Existe un atributo que intente absorver a la competencia | 4 |
| PROMEDIO | 2,75 |

El negocio no está saturado pues es una industria que está en la etapa de crecimiento con pocas empresas especializadas en la producción de nueces de macadamia, por lo cual la rivalidad entre los competidores existentes es baja; por lo cual no constituye una fuente influyente en el negocio.

5.4. ANALISIS MATRIZ MPC

La matriz MPC (Matriz de Perfil Competitivo) permite identificar los factores críticos de éxito que debería tener y dominar para ser exitosa en la industria. Teniendo en cuenta que para esta matriz:

- a) El factor más importante recibirá la mayor cantidad de puntos mientras que el factor menos importante recibirá la menor cantidad de puntos posibles.
- b) La calificación tanto de nuestra empresa como de la competencia se la realiza en función de la escala siguiente:
 - 5: La empresa se encuentra muy bien posicionada en dicho factor de éxito
 - 4: La empresa se encuentra bien posicionada en dicho factor de éxito
 - 3: La empresa se encuentra medianamente posicionada en dicho factor de éxito
 - 2: La empresa se encuentra mal posicionada en dicho factor de éxito
 - 1: La empresa se encuentra muy mal posicionada en dicho factor de éxito

Tabla 14.1 Matriz MPC.

| MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO | | | | | | | | |
|------------------------------|------------|-----------------|-------|---------------|--------|------------|-----------|-------------|
| FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO | IMP | AINEMAC COMPANY | | PUNTAJE FINAL | JELL-O | | Smucker's | |
| | | IMP. NOR. | CALIF | | CALIF | PUNTAJE F. | CALIF | PUNTAJE F. |
| Imagen de marca | 20 | 1 | 2 | 40 | 3 | 60 | 2 | 40 |
| Calidad de la materia prima | 30 | 1,5 | 4 | 120 | 2 | 60 | 2 | 60 |
| Producto diferenciado | 35 | 1,75 | 5 | 175 | 4 | 140 | 3 | 105 |
| Variedad de producto | 5 | 0,25 | 2 | 10 | 4 | 20 | 4 | 20 |
| Cobertura en la distribución | 10 | 0,5 | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 |
| TOTAL | 100 | | | 3,85 | | 3,2 | | 2,65 |
| Promedio | 20 | | | | | | | |

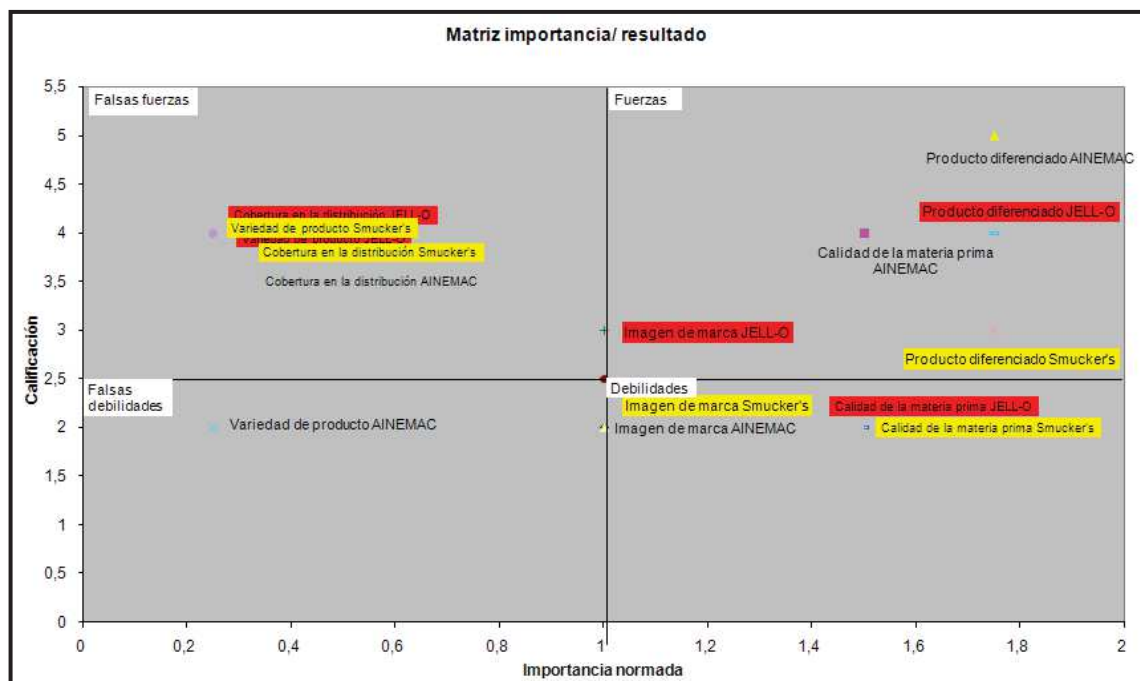
FUENTE: CLASE SR. PINTO, JEAN PAUL. (2006): BASES ESTRATEGIA EMPRESARIAL.

ELABORADO POR: AUTORA.

El factor más importante dentro de la matriz MPC es el del producto diferenciado para la empresa “AINE MACADAMIA COMPANY”; por lo cual se le otorgo una calificación de 5; debido a que la “jalea de macadamia ecuatoriana” contiene en su totalidad su materia prima sin necesidad de utilizar mayores conservantes o preservantes como la competencia en el estado de Illinois, Estados Unidos.

En el gráfico 12, el cual se basa de la tabla 15.1, se puede observar los puntos de importancia de la empresa en comparación con la competencia existente. Lo más notable dentro de la misma es que AINE Macadamia Company; posee como fuerzas, la calidad del producto, producto diferenciado y como debilidad la imagen de la marca, dado que es un producto poco conocido y nuevo en el mercado.

Gráfico 15: Matriz Importancia / Resultado

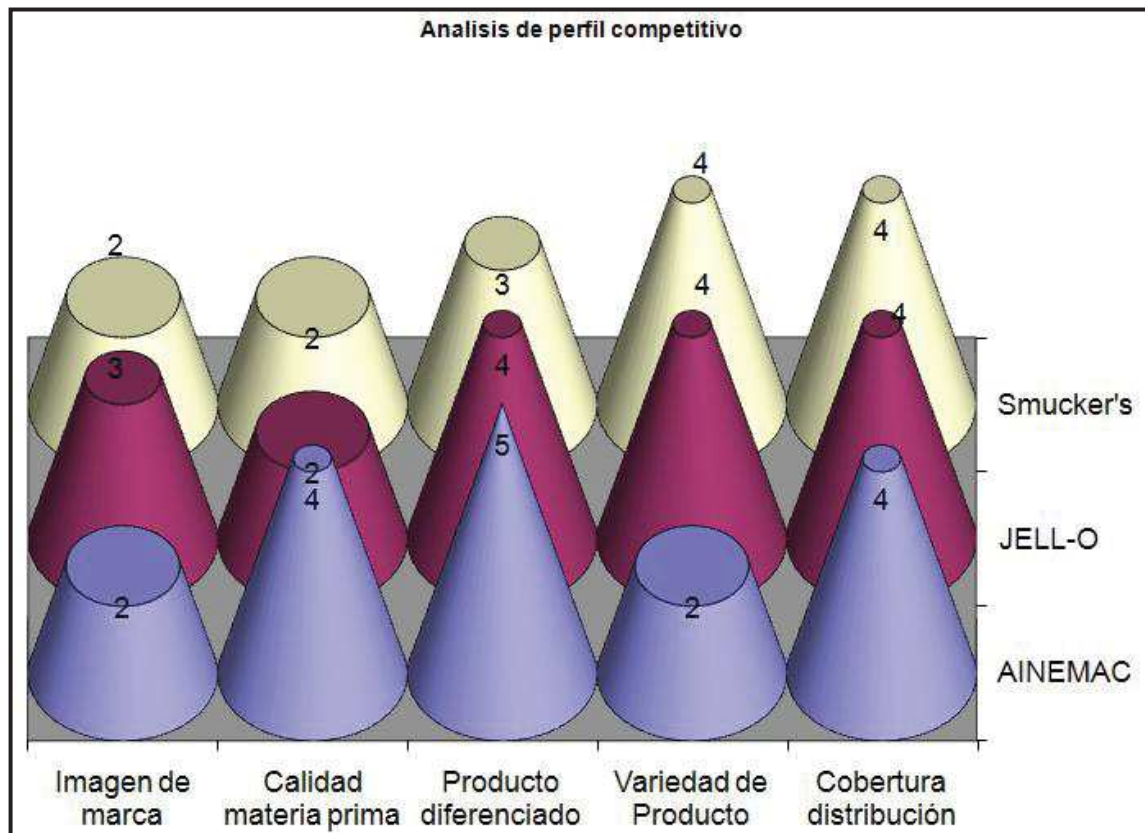


ELABORADO POR: AUTORA.

De igual manera en el gráfico 13; se puede apreciar el perfil competitivo de la empresa en relación con la competencia. Los repuntes más notables de este gráfico; es el factor variedad del producto, debido que la competencia posee

variedad de sus productos, pero no basados en productos no tradicionales, son variados en sabores frutales. Es por esa razón que se le otorga a AINE Macadamia Company una calificación 5 y 4, dentro del factor producto diferenciado y calidad de la materia prima, respectivamente; lo cual representa que la empresa se encuentra muy bien posicionada en éste factor de éxito. En relación a los otros factores, tales como: la cobertura de distribución, con calificaciones iguales, se debe a que se implementa una estrategia horizontal; la misma que abarca en el mismo porcentaje de mercado al igual que la competencia.

Gráfico 16: Análisis del perfil competitivo



ELABORADO POR: AUTORA.

5.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING GLOBAL

5.5.1. ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Llegar a los potenciales clientes a través de los medios de comunicación, propagandas y publicidad enfocándose en los beneficios y el exquisito sabor de la “jalea de macadamia ecuatoriana”, presentando criterios de expertos en el campo nutricional y degustativo acerca de este producto estrella.

También se podrá presentar el producto a través de publicaciones en revistas específicas de comida tradicional y de gourmet y además dentro de libros de cocina para que de esta manera el mercado objetivo se sienta incentivado a consumirlo.

5.5.2. ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

La empresa atacará con publicidad primeramente al estado cognitivo, por medio de información en comerciales y de información impresa para el consumidor sobre el producto: “jalea de macadamia ecuatoriana”. Posteriormente, se encargará de estimular al estado afectivo, despertando emociones agradables y de confianza mediante publicidad impresa en revistas de comida gourmet y de muestras en los principales supermercados del estado de Illinois, Estados Unidos.

Finalmente, se atacará al estado comportamental, para generar un impulso de consumo y fidelidad hacia la marca ya sea por medio de muestras gratis dentro de los supermercados o en sanchets adjuntos a algún producto complementario a la “jalea de macadamia ecuatoriana”.

Para conseguir esto se puede dividir algunas estrategias para el corto y largo plazo, además de implementar las estrategias anteriormente descritas.

❖ ESTRATEGIAS CORTO PLAZO

- Creación de una página Web con información de la empresa y servicios ofrecidos. (www.ainemac.com.ec)
- Estructurar un equipo de trabajo, flexible, proactivo y eficaz, dentro de un ambiente de trabajo óptimo, capaz de adaptarse a los cambios del mercado.
- Estructuración de encuestas de satisfacción al cliente.
- Obtención de una base de datos de clientes actuales y potenciales.
- Realizar descuentos en diferentes fechas.
- Garantizar la satisfacción de nuestros clientes con políticas de calidad y seguridad en nuestros productos.

❖ ESTRATEGIAS MEDIANO Y LARGO PLAZO

- La obtención de micro créditos que permitan incrementar el capital de trabajo de la operación a mediados del siguiente año, mediante el BID (Banco Interamericano de desarrollo, 2011); SIC (Servicio de Desarrollo Empresarial y Competitividad Ecuador,2011), entre otros..
- Establecer un programa en el cual se pueda promover a nuestros empleados según su desempeño y los valores organizacionales de la empresa.
- Capacitación y programas de incentivos para el personal operativo, de producción y ventas.
- Innovar la marca mediante alianzas con otras compañías dentro del mercado gourmet ya sean estas marcas estadounidenses o ecuatorianas.

5.6. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Debido a la estrategia de especialización se puede establecer unos precios un poco más selectivos para una clase media, media-alta y de igual manera que estos sean asequibles para los clientes.

Al tener como base los precios de macadamia en el mercado internacional se puede establecer un precio de venta para la “jalea de macadamia ecuatoriana”, dentro del mismo se optará por proponer un precio prima como se mencionó al inicio de este capítulo. Según la ODEPA (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, 2011) los precios de las nueces de macadamia dentro del mercado internacional varían desde los 2.05 – 4.78 USD.

Tabla 15.1 Precios de la macadamia en el mercado internacional (USD/kilo)

| Miami | New York | Los Angeles | Toronto | París | México D.F. | Bogotá | Santiago | Tokio | Lima |
|-------|----------|-------------|---------|-------|-------------|--------|----------|-------|------|
| 2,55 | 2,75 | 2,05 | 2,45 | 2,98 | 2,75 | 2,78 | 4,78 | 3,18 | 2,98 |

FUENTE: ODEPA (2011).

ELABORADO POR: ODEPA.

Pero si se analiza los precios de la competencia dentro del estado de Illinois, Estados Unidos, se puede destacar que directamente no existe una competencia dentro de los productos sustitutos de la “jalea de macadamia ecuatoriana”, dado que la mayoría de las jaleas las cuales se consume dentro de este estado pertenecen a la categoría de frutas, así:

Tabla 16.1 Precios de la competencia

| COMPETENCIA | PAQUETE DE 24 UNIDADES | INDIVIDUAL |
|--|------------------------|------------|
| JELL-O Sugar Free Chocolate Pudding | 40,80 | 1,70 |
| Jell-O Cherry Gelatin | 30,48 | 1,27 |
| JELL-O JELLO LIME | 25,20 | 1,05 |
| Jell-O Cook & Serve Fat Free Tapioca Pudding | 71,76 | 2,99 |
| JELL-O JELLO CHOC PUDDING | 72,00 | 3,00 |
| JELL-O JLO SF BLACK CHERRY | 26,40 | 1,10 |
| JELL-O JLO BNNA CREAM | 28,80 | 1,20 |
| JELL-O jello berry blue | 27,60 | 1,15 |
| JELL-O JELLO GRAPE | 62,16 | 2,59 |
| JELL-O sf Strawberry | 74,40 | 3,10 |
| JELL-O sf RASPBERRY | 63,84 | 2,66 |
| JELL-O BUTTERSCOTCH COOK & SERVE PUDDING & PIE | 88,56 | 3,69 |
| Jello Tapioca | 51,60 | 2,15 |
| Kraft Jell-O Sugar-Free Gelatin Dessert, Cherry. | 103,20 | 4,30 |
| Jell-O Sugar-Free Gelatin Dessert, Black Cherry. | 90,96 | 3,79 |
| Algood Food Pure Grape Jelly | 122,40 | 5,10 |
| Algood Food Pure Strawberry Preserves | 146,40 | 6,10 |
| Smucker's Blueberry Preserves | 108,00 | 4,50 |
| Smucker's Blackberry Jam | 113,04 | 4,71 |
| Smucker's Orchard's Finest Fall Harvest Cinnamon Apple Preserves | 182,40 | 7,60 |
| Smucker's Orchard's Finest Pacific Mountain Strawberry Preserves | 237,60 | 9,90 |
| Welch's Bama Spreads Strawberry Preserves | 124,80 | 5,20 |
| Welch's Bama Spreads Grape Jam | 146,40 | 6,10 |
| Knott's Berry Farm Pure Seedless Red Raspberry Jam | 195,60 | 8,15 |
| Knott's Berry Farm Pure Seedless Strawberry Jam | 195,60 | 8,15 |

FUENTE: WALT MART, TARGET, WINN DIXIE(2011).

ELABORADO POR: AUTORA.

Cabe recalcar que los principales sustitutos de la nuez de macadamia no son producidos dentro de un valor agregado como en este caso en la elaboración de una jalea. Por lo cual la competencia a la que la “jalea de macadamia ecuatoriana” debería enfrentarse en el mercado del estado de Illinois, Estados Unidos son las que están dentro de la categoría de jaleas frutales. El precio prima que se deberá implementar para la “jalea de macadamia ecuatoriana” es de: individual 3.50 USD. y en paquetes de 24 unidades 84.00 USD. y en paquetes de 12 unidades 42.00 USD.

5.7. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES

Las estrategias publicitarias y de promoción van a estar dirigidas a los clientes potenciales del mercado estadounidense pero también se centrará en mejorar las relaciones con los distribuidores y proveedores a los cuales se les ofrecerá incentivos y premios por sus servicios. Se tratará de manejar de la mejor forma las relaciones públicas para promocionar y posicionar el producto.

A continuación se explica las principales tácticas y estrategias de promoción que se podrá implementar:

PROMOCIONES A CLIENTES

Dentro de los empaques de nuestros productos se encontraran cupones para reclamar productos gratuitos, artículos como llaveros, gorras, camisetas, entre otros. (Ver Anexo 11).

PROMOCIONES A DISTRIBUIDORES

Como los distribuidores son parte muy importante para la empresa a final de año se podrá sortear un premio que se detalla a continuación, para mejorar y fortalecer la relación con ellos.

El premio es 3 días y 2 noches en Cancún para 2 personas, con todos los gastos pagados. Incluye pasaje aéreo de ida y vuelta, Traslado Aeropuerto/ Hotel/ Aeropuerto, 3 días de hospedaje en la cadena de hoteles REAL RESORTS, desayuno diario por persona, snack y bebidas gratis durante todo el día, tour por la ciudad.

El costo para la empresa sería alrededor de 1000 dólares por persona. El sorteo sería para los distribuidores, en un programa de celebración, se les

enviaría invitaciones y dentro de ellas estaría un número para el sorteo, que se realizaría al finalizar del programa.

RELACIONES PÚBLICAS

- **JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS:** Una vez al año se permitirá y guiará la entrada en la empresa para explicar todos los procesos a empresarios, medios de comunicación, estudiantes, etc.
- **LÍNEA TELEFÓNICA 1800:** Línea 1800-AINEMAC, para registro de nuevos clientes, pedidos a domicilio, recepción de sugerencias y quejas, etc.
- **OBJETOS DE LA EMPRESA:** llaveros, esferos, vasos, camisetas, stickers, etc. todos con logotipo, slogan y colores de la empresa e información de contactos.
- **DOCUMENTOS DE PRENSA:** Mantener buenas relaciones con periodistas y realizar el envío periódico de boletines informativos de la empresa, de sus logros, metas, productos, etc.
- **EVENTOS Y REUNIONES:** Se harán mañanas deportivas, cenas, reuniones informativas sobre la empresa y como evolucionan los productos en el mercado, donde se entregara información estadística sobre la empresa y productos para incentivar el ingreso de inversionistas, conseguir beneficios con proveedores, distribuidores, gobierno, cámaras de comercio, etc.
- **PRESCRIPTOR:** Nos relacionaremos con nutricionistas, naturistas, todos aquellos preocupados por la salud alimenticia, el bienestar y el aspecto físico, para que nos recomienden a sus clientes como primera opción de consumo.

5.8. ESTRATEGIAS SOBRE DISTRIBUCIÓN

Hay que tener en cuenta que se debe:

Llevar el producto cerca del lugar en donde se encuentra la mayoría de nuestros consumidores para así evitar que se recorran grandes distancias para obtenerlos, en el caso de que sean ellos quienes quieran adquirirlo por sí mismos, como principales los supermercados como walt mart, target y winn dixie. Es decir, se utilizará un Modelo de distribución Horizontal (Ver Gráfico 14) con el cual se asocia la compañía productora de la jalea de macadamia junto con las compañías anteriormente mencionadas, generando así alianzas y abarcando un mayor porcentaje del mercado.

Para el tipo de negocio se debe aplicar dos tipos de estrategias de distribución, la primera se trata de una estrategia de distribución selectiva, en la cual se escogerán determinados puntos de venta para el producto, esta será aplicada ya que al ser un producto poco conocido por las personas no se puede tomar el riesgo de ponerlo en todos los lugares para su venta, por esta razón serán seleccionados los mejores lugares en los cuales se pueda encontrar el producto, para así lograr introducirlo poco a poco en la mente de los consumidores, hay que tener en cuenta además que este tipo de estrategia de distribución resulta conveniente ya que al introducir el producto en determinados puntos de venta, se está disminuyendo costos, por otro lado, se trata de una estrategia triunfadora ya que se está centrando en lugares en donde el potencial de ventas será mayor.

Con el paso del tiempo y al poder realizar un análisis de ventas claro, avanzar y crecer con el producto, es por esto que la empresa debe realizar una estrategia de distribución intensiva, en la cual se dedicará a ubicar el producto en todos los puntos posibles de venta, ya que se propone como una meta lograr que la jalea de macadamia llegue a alcanzar un consumo similar al de las otras jaleas, es decir a ser conocida y consumida como una jalea saludable y de excelente

sabor fácilmente comparable con otra clase de jaleas muy conocidas y consumidas.

Este tipo de estrategia de distribución intensiva supone grandes costos al tener que realizar diversos tipos de inversión en transporte y logística, pero trae consigo grandes beneficios como el poder alcanzar una fidelidad por parte del cliente al encontrar el producto en algún lugar accesible, y así poder bajar el consumo de productos de la competencia.

Gráfico 17: Distribución del producto



FUENTE: Kolter (2003)

ELABORADO POR: AUTORA.

5.9. TÁCTICAS DE VENTA

PROMOCIONES DE VENTAS

- **Muestras gratis del producto:** en supermercados, centros comerciales, eventos y ferias, por un tiempo limitado, de un mes después del lanzamiento.

Colocar stands en ferias de productos, también en supermercados y en los principales centros comerciales del país, donde se entregará una pequeña muestra del producto y además se entregaran artículos promocionales como llaveros, gorras, vasos, camisetas, con el logo de la empresa, se venderá el producto y se entregará trípticos con información del producto y de la empresa.

- **Descuentos por porcentajes:** al registrarse en la página Web o línea telefónica gratuita o por medio de envío de datos por correo.
 - ❖ 30% más de producto
 - ❖ Cupones para descuento en la siguiente compra.
 - ❖ Sorteos: productos gratuitos, artículos variados, etc.
 - ❖ Se harán sorteos en la pagina Web (www.ainemac.com.ec) para los clientes registrados, se sortearan productos gratuitos, artículos (producto gratis, llaveros, gorras, camisetas etc.) (Ver Anexo 11)

MERCHANDISING

- **Afiches:** los afiches muestran una frase informativa, colores de la empresa y el producto, una imagen atractiva para el consumo del producto e información de contactos.
- **Ferias:** Se debe colocar unos stands en ferias de productos, alimentos, empresariales y de familias, donde se hará degustaciones, se entregaran artículos promocionales, se venderá el producto y se entregará información escrita del producto y de la empresa.

5.10. POLÍTICAS DE SERVICIO Y GARANTÍA

- Ofrecer productos saludables y de calidad.
- Servicio post-venta de asesoramiento.
- Línea 1800-ainemac para inquietudes, requerimientos, entre otros.
- Producto de calidad bajo estándares exigidos por la ley y normas estadounidenses.

5.11. CONTROL

Con la creación de una página Web (www.ainemac.com.ec) bien diseñada, que contenga datos sobre la empresa y sobre lo que hace funcionará para que la gente la identifique, y se creé un importante y rápido nexo entre los clientes y la empresa.

Otro punto que dará resultado es: en diferentes fechas, otorgar descuentos, promociones o premios a los consumidores, y siempre brindar una buena atención a los clientes la cuál será verificada por encuestas que se podrá realizar personalmente o vía telefónica y también por medio de la página Web, y por medio de ellas se podrá determinar si se ha logrado una buena aceptación de los clientes de este mercado.

Otro hecho que ayudará para el control será la creación de una base de datos de los clientes para revisar sus preferencias, montos de pedidos, quejas, recomendaciones, etc.

Todo esto y en conjunto con los diferentes puntos de publicidad colocados y expuestos en propagandas, colaborarán para ir cumpliendo los objetivos de la empresa, sobre todo para posicionar la marca en el mercado estadounidense y la mente del cliente.

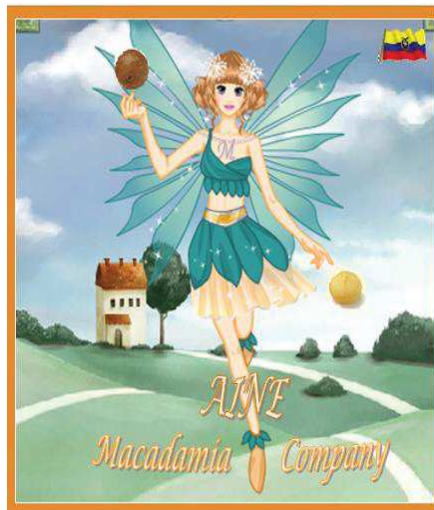
LA EMPRESA

6.1. AINE MACADAMIA COMPANYY

AINE MACADAMIA COMPANYY es una empresa con ideas innovadoras que busca la satisfacción de sus clientes brindando un producto auténticamente ecuatoriano y de calidad

Se escogió el nombre AINE debido al nombre de una hada de cosecha, la misma que al inicio de la recolección de campos los agricultores le ofrecen su trabajo y dicen como mito que: la hada Aine permite con sus dones ver todo lo bueno que se ha cosechado y conseguido a los que se esfuerzan trabajandando dándoles como recompensa una generosa cosecha.

Gráfico 18: Logotipo de la imagen de la empresa.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: AUTORA.

El diseño de la marca de esta empresa lleva consigo a una hada, la cual en sus manos posee en la mano derecha una nuez de macadamia y en la otra la pulpa de la nuez de macadamia. Atrás de ella se encuentra un campo representando el lugar de producción de las nueces de macadamias. En la parte inferior el nombre de la empresa y en la esquina superior derecha la bandera del Ecuador con la cual se pretende dar a conocer el origen de la marca y de la empresa.

Esta marca posee colores llamativos y vivos para atraer la atención del cliente y con ello demostrar la seriedad y el calor de hogar de la empresa.

6.2. MISIÓN

Somos una empresa ecuatoriana dedicada a la producción y elaboración de jalea de macadamia, enfocados en proporcionar a nuestros clientes a través de nuestro producto de calidad; bienestar, nutrición y salud.

6.3. VISIÓN

Ser la primera empresa en mostrar y ofrecer productos derivados de la macadamia a todo el Ecuador con énfasis en valores trascendentales como la responsabilidad social y ambiental proyectándonos con fuerza hacia los mercados internacionales.

6.4. OBJETIVOS

- Mejorar la calidad de vida de las personas por lo menos en un 5% que consumen nuestro producto natural.
- Exportar nuestros productos a Illinois, Estados Unidos en un 70% de nuestra producción total.
- Fidelizar a nuestros clientes mediante el posicionamiento de calidad de la jalea de macadamia en sus mentes
- Realizar alianzas de ventas con los principales supermercados como: walt mart, target y winn dixie para poder llegar a la mayoría de consumidores de jaleas.
- Ofrecer el producto mediante una página web la cual no solo revelará lo que se vende sino también a lo que al producto se le complementa.

6.5. PRODUCTO

El producto a exportarse es: “Jalea de Macadamia”. La etiqueta de este producto lleva los valores nutricionales de la misma, la marca de la empresa, los ingredientes, el slogan, cantidad, sello de calidad y seguridad.

Los colores los cuales son el naranja, café y blanco van acorde al insumo principal que es la nuez de macadamia, la misma que se encuentra en la parte principal de la etiqueta la cual sobresale para darle una particularidad y en la parte posterior de la misma se encuentran las pulpas de la jalea de macadamia, demostrando de esta manera la seriedad y seguridad de nuestro producto.

Esta etiqueta esta tanto en español como en ingles, la principal etiqueta a usarse es la que esta elaborada en idioma ingles, posteriormente se empleara la que esta en español para el mercado ecuatoriano.

Gráfico 19: Etiqueta en español



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: AUTORA.

Gráfico 20: Etiqueta en inglés.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: AUTORA.

Slogan

El slogan de la empresa es naturalmente ecuatoriano o “ecuadorian natural” con el cual se pretende dar a conocer el origen del producto y a su vez la calidad natural que posee.

Documentos de Exportación

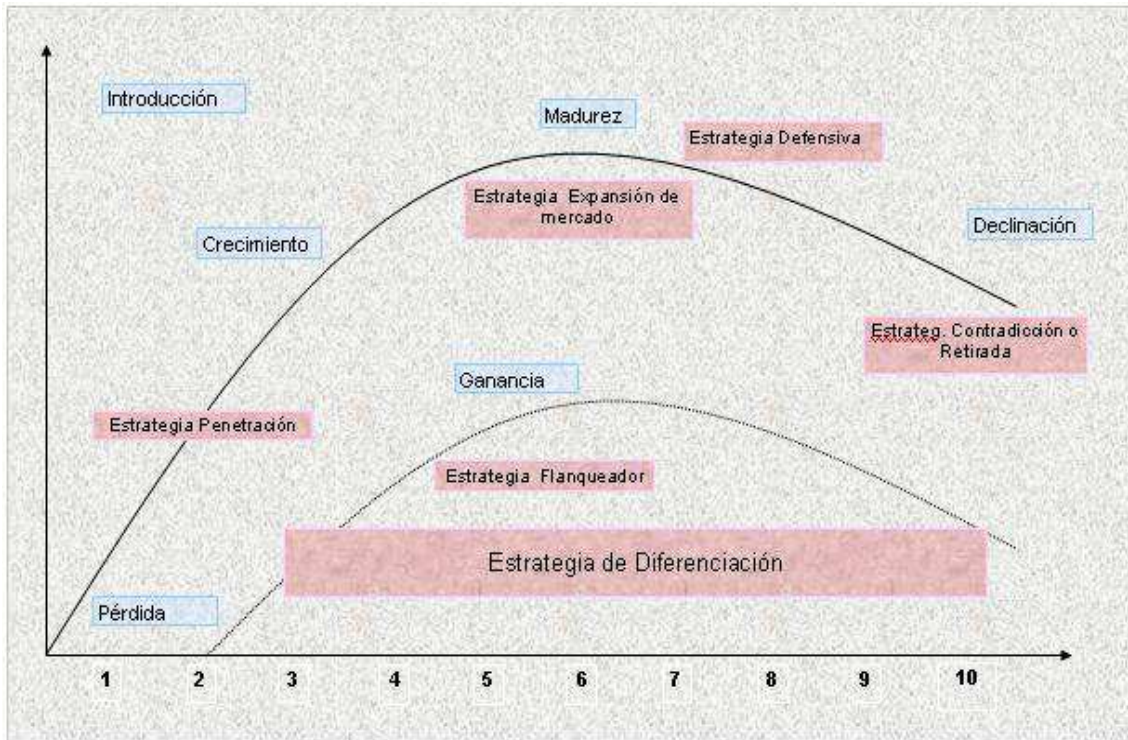
Los documentos de exportación, así como el incoterm elegido para la exportación de este producto se encontrarán en el Anexo 12.

Estudio Financiera

Dentro del Anexo 13 se encontrarán elementos financieros involucrados a la creación de la empresa y a la del producto “jalea de macadamia ecuatoriana”.

6.5.1. CICLO DE VIDA “Macadamia Jelly”

Gráfico 21: Ciclo de vida.



FUENTE: Walker (2003); Staton(2004).

ELABORADO POR: AUTORA.

Estrategia de Penetración

Ubicación entre el año 1 y 2, en esta etapa la publicidad es intensa y esta orientada a:

- Publicidad y promoción dirigida al segmento de mercado, en especial a los consumidores potenciales sobre los valores nutricionales de las nueces de macadamia y del producto final “jalea de macadamia ecuatoriana”. Dar a conocer el producto final.
- Promociones de prueba “degustaciones” e influenciando a la compra inmediata o futura del producto.
- Asegurar la colocación en los puntos de venta; dentro de los principales supermercados. (distribución).
- Abastecer al mercado según la demanda estimada.

Estrategia de Diferenciación

Etapa desde el año 3, como respaldo consecutivo a la estrategia de penetración y se efectúa durante toda la etapa de vida del producto, con el fin de conseguir como primer objetivo: la calidad.

- Incrementar la publicidad para un mayor número de ventas de “jalea de macadamia ecuatoriana”.
- Mantener la posición en el mercado.
- Trabajar bajo normas ISO.
- Alcanzar certificación de calidad.
- Maximizar número de compradores y alianzas dentro del mercado.

Estrategia de Flanqueador

Etapa desde el año 4, con el fin de evitar la confrontación con la competencia actual de los proveedores de jaleas y a la vez buscar futuros mercados para el producto.

- Búsqueda de alianzas con algún producto complementario a la “jalea de macadamia ecuatoriana”.
- Investigación de nuevos distribuidores.
- Incrementar la calidad del producto final; ya sea por medio de: presentación, envase, entre otros.
- Aumentar volumen de producción y canales de distribución.
- Publicidad y promoción intensiva.

Estrategia de Expansión de mercado

Etapa desde el año 5 - 7, en ella el líder defiende su participación de mercado expandiéndose en varios segmentos del mercado. (Walker, 2003: p. 265).

- Buscar preferencias que el Gobierno Nacional pueda brindar a la empresa y a los productores para su posterior venta.
- Formar alianzas con distribuidores y productores nacionales de nueces de macadamia.
- Introducir el producto final “jalea de macadamia ecuatoriana” en conjunto con algún postre para la venta.
- Crear una matriz en el nicho de mercado, para facilitar el acceso de compradores.
- Desarrollar sistemas de logística.
- Continuar con Publicidad y promoción intensiva.

Estrategia Defensiva

Etapa año 7 y 8, la estrategia principal es fortalecer una posición actual ya fuertemente sostenida para construir una fortaleza inexpugnable capaz de repeler ataques de los competidores actuales y futuros. (Walker, 2003: p. 261-262).

- Mejorar la satisfacción de los consumidores a través de nuevas alianzas y nuevas modificaciones del producto con productos complementarios dirigidos al mercado gourmet, debido a que ya se posee de un alto ámbito de conciencia y preferencia .
- Brindar descuentos, promociones, cupones, premios, entre otros. Promoción intensa en temporadas del año.
- Facilitar políticas de pago tanto a clientes como a distribuidores antiguos y nuevos.
- Publicidad dirigida cada cierto período del año.

Estrategia de Contradicción o retirada.

Etapa del año 9 y 10, Esto es en particular probable cuando los competidores de nueva aparición tienen más recursos que el líder. La empresa entonces tendrá que reducir o abandonar sus esfuerzos en algunos segmentos para concentrarse en áreas en las que posea mayores ventajas o mayor potencial de crecimiento. (Walker, 2003: p. 266).

- Introducción a otros estados e inclusive en mercados nacionales.
- Investigación de potenciales clientes y de la competencia de dichos mercados.
- Reajuste de presupuesto de promoción, publicidad e inversión.
- Recuperar presupuesto invertido a través de ventas en dichos mercados.

6.6. ESCALA ESTRATEGICA

A continuación se presenta una escala estratégica, la cual implementará la empresa mediante un esquema que incluye: metas, capacidades y medidas a tomar; para lograr una planificación exitosa dentro del mercado estadounidense.

TABLA 17.1. Escala Estratégica.

| | | | | | | OBJETIVO CORPORATIVO |
|---|--|--|---|---|-----------------|---|
| | | | | | | META |
| | | | | | | ALCANZAR AL MENOS 1,5% DE PARTICIPACION DENTRO DEL ESTADO DE ILLINOIS, ESTADOS UNIDOS. INTRODUCCIÓN EN OTROS ESTADOS Y EN EL ECUADOR |
| | | | | | | CAPACIDADES NECESARIAS |
| | | | | | | Certificado de calidad internacional. |
| | | | | | | Conocimiento de posibles mercados en otros estados. |
| | | | | | | Conocimiento de competencia. |
| | | | | | | Conocimiento de cómo operar a nivel de exportaciones en otros estados de Estados Unidos. |
| | | | | | | MEDIDAS A TOMAR |
| | | | | | | Trabajar bajo requerimientos de calidad ISO. |
| | | | | | | I&D de mercados internacionales. |
| | | | | | | Definir unidades de producto para envío de muestras producto. |
| | | | | | | Asistir a exposiciones de la Coprpei y demás promotores de productos ecuatorianos en el exterior. |
| | | | | | | Contar con expositores de la corpep, aduanas y personas a fines para poder exponer el producto en el mercado internacional y en el mercado ecuatoriano. |
| | | | | | | Investigación de regulaciones aduaneras y tributarias para exportar la jalea a otros estados. |
| | | | | | | Manejar un sistema de inventario del producto terminado. |
| | | | | | | Servicio post-venta. |
| META | META | META | META | META | META | |
| APRENDER | INICIAR OPERACIONES | ALCANZAR EL 0,4% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO OBJETIVO | INCREMENTO AL MERCADO OBJETIVO | ALCANZAR EL 0,8% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO OBJETIVO | | |
| MEDIDAS A TOMAR | CAPACIDADES NECESARIAS | CAPACIDADES NECESARIAS | CAPACIDADES NECESARIAS | CAPACIDADES NECESARIAS | | |
| Involucrarse en el negocio de producción, elaboración y comercialización de jales de macadamia. | Personas. Maquinaria. Planta. Instalaciones. | Investigación de mercados. Marketing mix. Capacidad de Recursos. Introducción de productos. | Investigación de mercado. I&D Aumento de producción de acuerdo a características del mercado objetivo. Incremento productividad e insumos. | Conocimiento de la presencia de competencia a nivel internacional en otros estados. Punto de distribución matriz cerca del estado. Publicidad, innovación y promoción. | | |
| I&D. | MEDIDAS A TOMAR | MEDIDAS A TOMAR | MEDIDAS A TOMAR | MEDIDAS A TOMAR | | |
| ACCIONES TOMADAS | Contratar personal. | Adaptar presupuesto de marketing a metas. Incrementar volumen de productividad y disminución de desperdicios. | Reforzar la capacidad de maquinaria. Contratar operario de maquinaria. | I&D. Investigación de la competencia. Presupuesto para establecer y mantener la matriz. Establecer matriz de distribución del producto en el estado de Illinois, Estados Unidos Delegación al area de marketing y ventas la gestión de la matriz distribuidora. | | |
| Investigación de mercado para la exportación de jales de macadamia producida y elaborada en el cantón Machachi, provincia de Pichincha, con destino a Illinois, Estados Unidos. | Iniciar procesos de fabricación. Acondicionar planta e instalaciones. Servicio post-venta. | Trabajar bajo normas ISO . Adaptar sistema. Servicio post-venta. | Alcanzar un nivel de desperdicios del 1,5%. Servicio post venta. Trabajar bajo normas ISO. | Reajuste de presupuesto para publicidad y promoción. Servicio post-venta. Trabajar bajo normas ISO. | | |
| AÑO 0-1 | AÑO 2-3 | AÑO 3-4 | AÑO 5-6 | AÑO 7-8 | AÑO 9-10 | |

FUENTE: MARKIDES (2000).

ELABORADO POR: AUTORA.

VALORES: 0.4%,0.8% son determinados de acuerdo a valor de las exportaciones de macadamia a Estados Unidos. 1.5% valor tolerable en una investigación.

NORMAS: ISO 9000-ISO14000

Con las presentes estrategias descritas en este capítulo, permitirá introducir exitosamente la jalea de macadamia al mercado estadounidense, debido que se abarcan estrategias focalizadas en la promoción y en la realización de una campaña masiva de comunicación ya sean por medios impresos o por comerciales, entre otros; para dar a conocer los altos beneficios nutricionales de este producto en relación con la competencia.

Para el Ecuador este producto es una alternativa muy atractiva; dado que al ser un producto no tradicional con altos valores nutricionales, hace que el consumo dentro del estado de Illinois, Estados Unidos; en especial en los restaurantes gourmet and grill sea alto, debido a que se emplea este producto en la preparación de alimentos complementarios, lo cual al brindarle un valor agregado a la nuez de macadamia ayudará a que su consumo sea de manera más constante y exitosa, lo que favorecerá a las exportaciones, a la economía ecuatoriana y además a las relaciones comerciales entre ambos países.

Poniendo así una ventaja comparativa para el Ecuador y no solo por el aumento de la demanda de este producto, sino también debido al clima favorable que posee, lo que permitirá obtener insumos de calidad para su elaboración y con ello generar utilidades dentro del sector agropecuario, creando así estabilidad, incremento en la productividad, incremento salarial y incremento laboral para el Ecuador.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES

- La macadamia es un producto no tradicional y poco conocido, a pesar de tener mínimos consumidores alrededor del mundo, estos se han ido incrementando cada año, por ser una de las nueces más finas del mundo, poseer un alto valor nutricional, y variado uso en diferentes campos como: la medicina, la industria de la confitura, cosmetología, y demás, por lo que se la considera como una interesante alternativa para la creación de valor agregado, que daría como resultado más fuentes de trabajo y mayores ingresos económicos para el Ecuador.
- Las exportaciones a Illinois, Estados Unidos, son atractivas y considerables para el mercado ecuatoriano dado que tiene una economía diversificada, y es uno de los principales centros industriales y financieros del país, favoreciendo al Ecuador en las negociaciones y la introducción de productos a este mercado.
- El proceso de exportación puede elevar los precios de manera significativa de modo que al mejorar el proceso productivo de la empresa de jalea de macadamia al máximo, podrá reducir los costos, permitiendo obtener un mayor porcentaje de ganancia.
- Al darse la crisis económica por la que atravesó el mundo las exportaciones y sus riesgos se han incrementado; pero para el Ecuador no fueron muy notorias como en otros países; porque se dio un alto consumo interno de varias divisiones de productos como por ejemplo: alimentos y bebidas no alcohólicas, prendas de vestir y calzado, entre otros.
- Las estrategias implementadas son realistas y focalizadas al mercado seleccionado, que es el del estado de Illinois, Estados Unidos; porque abarcan tácticas que permitirán alcanzar un posicionamiento en la mente

del consumidor a través de publicidad masiva tanto para los consumidores como para los distribuidores haciendo que este producto sea considerado una primera alternativa de consumo para el mercado gourmet.

- Se concluye que el proyecto de exportación para la "jalea de macadamia ecuatoriana" al estado de Illinois, Estados Unidos; es factible porque se tiene una alternativa para ingresar este producto al mercado, pues se posee un nivel medio de demanda dentro del status medio, medio alto en el consumo de macadamia y no solo es en su presentación original sino con un valor agregado como es la jalea y también debido a que existen pocos ofertantes y poca competencia dentro de los productos sustitutos de la nuez de macadamia.
- El precio de la "jalea de macadamia ecuatoriana" permitirá dentro del nicho de mercado seleccionado, alcanzar un mayor poder adquisitivo, en relación a la competencia; pues, se comienza con un precio prima, y luego a un futuro cercano en el que el producto ya este establecido en el mercado, elevar el precio del producto para poder alcanzar mayores utilidades.

RECOMENDACIONES

- Plantear estrategias y realizar alianzas ya sean con demás productores que posean conocimientos de la nuez de macadamia, para de esta manera generar una fuerza productiva mayor y por ende cubrir la demanda no solo en el estado de Illinois, Estados Unidos; sino en otros estados.
- Realizar alianzas con distribuidores o con personas ecuatorianas que se encuentren dentro del estado de Illinois, Estados Unidos para poder tener un mejor conocimiento del mercado y de esta manera poder posicionar el producto “jalea de macadamia ecuatoriana” en el nicho de mercado.
- Implementar por medio de las políticas que ofrece el gobierno ecuatoriano dentro del Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013, las que sean más influyentes para la empresa y para el producto de la “jalea de macadamia ecuatoriana” y sacar provecho de las políticas públicas que están en vigencia en el presente gobierno.
- Implementar sistemas de gestión de la calidad para la mejora continua de los proceso de producción de la jalea de macadamia, lo que garantizará obtener el máximo rendimiento económico, y a su vez, al poseer estándares como la normativa ISO 9000 e ISO 14000 de calidad, facilitará abrirse campo en otros mercados internacionales; continuando, produciendo e innovando el producto para generar una alta productividad para la empresa.
- El proyecto deberá mantener un estricto control de todas las variables que puedan generar una posible contaminación en el proceso, por lo que es necesario un buen control de manejo de plagas y enfermedades que afecten a las plantaciones.

BIBLIOGRAFIA

- ADUANA DEL ECUADOR (2011): Procedimientos para Exportar desde Ecuador. URL: <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>. Descargado 22/05/2011.
- Banco central del Ecuador (2011): Salarios en Ecuador. URL: http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IE_Mensual.jsp. Descargado 16/03/2011.
- Banco central del Ecuador (2010): Exportaciones por continente, área económica o país. URL: http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IE_Mensual.jsp. Descargado 15/11/2010.
- Banco central del Ecuador (2011): Las clasificaciones de industrias y de productos del Sistema de Cuentas Nacionales 1993 aplicadas a la economía ecuatoriana. URL: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Cuadernos/Cuad126.pdf>. Descargado 25/09/2010.
- Banco central Ecuador (2009): Consulta de artida arancelaria nandina. URL: http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp. Descargado 10/10/2010.
- Banco central Ecuador (2009): Exportaciones no tradicionales. URL: http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IE_Mensual.jsp. Descargado 11/10/2010.
- Banco Interamericano de desarrollo (2011): microcréditos. URL: <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>. Descargado 12/05/2011.

- Barahona, M. y Sancho, E. (1992): Guanábana y Macadamia. Floricultura Especial. Floricultura II. Editorial universidad estatal a distancia. San José. Costa Rica.
- Corporación Financiera Nacional (2011): Línea de crédito Multisectorial. URL: <http://www.cfn.fin.ec/>. Descargado 07/09/2011.
- Camacho, E. 1971: Cultivo de la Macadamia. Instituto interoamericano de ciencias agrícolas de la O.E.A. Turrialba. Costa Rica.
- Cámara de la Industria (2011): Aspectos legales. URL: <http://www.cig.org.ec/>. Descargado 07/09/2011.
- Cámara de Comercio (2011): Permisos de Funcionamiento. URL: <http://www.lacamaradequito.com/>. Descargado 07/09/2011.
- CEPAL (2011): Análisis en los Estados Unidos. URL: <http://www.eclac.org/>. Descargado 05/09/2011.
- Coronado, M.; Hilario R. 2001: Procesamiento de alimentos para pequeñas y micro empresas agroindustriales. CIED, EDAC, CEPCO. Lima. Perú.
- CORPEI(2010): Exportación de Macadamia (Toneladas) hacia Estados Unidos. URL: <http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=95&contenidoId=95>. Descargado 12/11/2010.
- CORPEI(2010): Exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo. URL: <http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=95&contenidoId=95>. Descargado 11/11/2010.
- CORPEI(2010): Principales países para la exportación de Macadamia (Valor Fob) hacia todo el mundo. URL: <http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=95&contenidoId=95>. Descargado 12/11/2010.

CORPEI(2011): Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos (todas las partidas). URL: <http://www.ecuadorexporta.org/index.php>. Descargado 15/02/2011.

CORPEI(2011): Balanza Comercial Ecuador-Mundo. URL: <http://www.ecuadorexporta.org/index.php>. Descargado 15/02/2011.

CORPEI(2011): Importación de macadamia Ecuador con el resto del mundo. URL: <http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/importaciones/importa1.cgi>. Descargado 20/01/2011.

CORPEI(2011): Mejores candidatos a exportar Macadamia. URL: <http://tools.ecuadorexporta.org/ReportServer/Pages/ReportViewer.aspx?%2fCorpeiReports%2fpotenciales%2fMejorCandidatoExportar&rs%3aCommand=Render>. Descargado 12/01/2011.

Daniels, J.; Radebaugh, L.; Sullivan, D. (2010): Negocios Internacionales Ambientales y Operaciones. Pearson Education Inc. Atlacomulco. México.

Diccionario de agricultura(2011): Términos Técnicos. URL: <http://ciencia.glosario.net/agricultura/A/2/>. Descargado 03/11/2010.

Diccionario de la lengua española (2001): volúmenes 1-10. Editorial Espasa. Madrid. España.

Díaz, S. (1994): Business plan for small firms - El Plan de Negocios. Mapcal S.A. Madrid. España.

El Ministerio de Relaciones Laborales a través del Consejo Nacional de Salarios CONADES(2011): Salarios en el Ecuador. <http://www.mintrab.gov.ec/index.php>. Descargado 12/05/2011.

FAOSTAT (2010): Principales países productores y proveedores mundiales. URL: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>. Descargado 15/10/2011.

Fred, D. (2003): Conceptos de administración estratégica. Pearson Education/ Prentice Hall Inc. Atlacomulco. México.

Gobiernousa.com (2011): Situación política. URL: <http://www.usa.gov/gobiernousa/>. Descargado: 29/08/2011.

III Censo Nacional Agropecuario del Sistema de Integración Geográfica y Agropecuaria (2011): Unidades de producción agrícola. URL: <http://www.incca.gov.ec/incca/Documentos/cultivos%20exportaci%E2%89%A4n%20nacional.doc?d6df360078c0834174681321ffa62819=3aec0ea5f1f38b532285335d86afa5aa>. Descargado 12/09/2011.

INEC(2011): Índice de precios al consumidor. URL: http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ipc. Descargado 23/03/2011.

INEC(2011): Inflación. URL: <http://www.inec.gob.ec/web/guest/inicio>. Descargado 22/03/2011.

INEC(2011): Índice de Precios al consumidor y el Índice de Precios al productor. Periodo 2005-marzo 2011 (valores porcentuales). URL: <http://www.inec.gob.ec/web/guest/inicio>. Descargado 24/03/2011.

INEC(2011): Índice de precios al productor. URL:http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ipp. Descargado 23/03/2011.

INEC(2011): Migración. URL: http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/reg_adm/est_mig_int. Descargado 26/03/2011.

INEC(2011): Población Económicamente Activa (según sexo). URL: http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu. Descargado 27/03/2011.

- INEC(2011): Población Económicamente Activa. URL:
http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu.
Descargado 25/03/2011.
- INEC(2011): Población Económicamente Activa: MACHACHI y QUITO. URL:
http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/regionales/dir_reg_lit/est_ag_r/espac?doAsUserId=aiOGClz93f0%253D. Descargado 26/03/2011.
- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas(2010): Introducción de la macadamia al Ecuador. URL:
<http://www.iica.int/Esp/Paginas/default.aspx>. Descarado 15/09/2010.
- International Macadamias Limited (2011): Composición Nutricional. URL:
http://www.intermac.com.au/pdf/spec_oil.pdf. Descargado 18/04/2011.
- Jiménez, David (2005): Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de macadamia (macadamia ternifolia) procesada desde Costa Rica. Universidad Earth. Costa Rica.
- Kotler, P.; Amstrong, G. (2003): Fundamentos de Marketing. Pearson Education/ Prentice Hall Inc. Atlacomulco. México.
- Krugman, P.; Obstfeld, M. (2006): Economía Internacional. Pearson Education Inc. Madrid. España.
- La enciclopedia (2004): volúmenes 1-20. Salvat Editores S.A. Madrid. España.
- La página de la industria alimentaria (1999): Los conservantes en la industria alimentaria. URL:
<http://industrias-alimentarias.blogspot.com/2008/03/los-conservantes-en-la-industria.html>.
Descargado 18/01/2011.
- León, J. (1968) :Fundamentos Botánicos de Los Cultivos Tropicales. EDITORIAL IICA. Bogota. Colombia.
- Mankiw, G. (2004): Principios de Economía.McGraw-Hill/Interamericana. Madrid. España.

- Markides, C. (2000): Modelo de estrategia, canon, en la estrategia está el éxito. Norma. Bogotá. Colombia. Descargado 27/05/2011.
- Meings, R.; Williams, J; Haka, S.; Bettner, M. (2000): Contabilidad – La base de decisiones gerenciales. McGraw-Hill Interamericana. San Fe de Bogotá. Colombia.
- Municipio de Quito (2011): Permisos de Funcionamiento. URL: <http://www.quito.gov.ec/>. Descargado: 07/09/2011.
- nuthealth.org., 2010: Composición Nutricional. URL: <http://www.nuthealth.org/>. Descargado 20/04/2011.
- ODEPA (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, 2011): Precios de la macadamia en el mercado internacional (USD/kilo). URL: <http://www.odepa.gob.cl/util/Web.action;jsessionid=57821F660791F6A1773AD74D18748AD1>. Descargado 18/04/2011.
- Porter, M. E. (1993): Decisiones Estratégicas. Estrategia Competitiva. CECSA. México.
- Robbins, S. y Coulter M. (2005): Administración. Pearson Education Inc. Atlacomulco. México.
- SENPLADES: Plan de Desarrollo y el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. URL: <http://www.senplades.gob.ec/web/18607/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013>. Descargado 22/05/2011.
- Servicio de Desarrollo Empresarial y Competitividad Ecuador, 2011): microcréditos. URL: http://www.sicdes.com.py/servicios_de_desarrollo_empresarial_y_competitividad-6.html. Descargado 12/05/2011.
- Sistema de Información Geográfica y Agropecuaria (2011): Estadísticas Territoriales. URL: <http://sigagro.flunal.com/index.php>. Descargado 02/01/2011.

SRI (2011): Permisos de Funcionamiento. URL:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>. Descargado 07/09/2011.

Suncoast Gold Macadamias (2011): Composición Nutricional. URL:
<http://www.suncoastgold.com.au/>. Descargado 19/04/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Distribución geográfica de las compañías en el Ecuador. URL:
http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/cognos8/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=iE788860F8A204AC789BC140ADFE2119D. Descargado 22/02/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Distribución geográfica de las compañías en la provincia de Pichincha. URL:
http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=i2691A5F3FB7944B7A990FD547FB0982D. Descargado 22/02/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Ingresos – Costos y Gastos. Sector Agrícola. URL:
http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=i2691A5F3FB7944B7A990FD547FB0982D. Descargado 11/04/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Número de compañías constituidas. URL:
http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=i2691A5F3FB7944B7A990FD547FB0982D. Descargado 16/03/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Número de compañías constituidas por Área Económica. URL:
http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=iE788860F8A204AC789BC140ADFE2119D. Descargado 16/03/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Número de compañías constituídas por Cantones. URL:

http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=iE788860F8A204AC789BC140ADFE2119D. Descargado 17/03/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Número de compañías constituídas dentro del Cantón Mejía. URL:

http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/ibmcognos/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=iE788860F8A204AC789BC140ADFE2119D. Descargado 18/03/2011.

Superintendencia de Compañías (2011): Aspectos Legales. URL:

<http://www.supercias.gov.ec/>. Descargado 07/09/2011.

TARGET (2011): Precios de la competencia: URL: <http://www.target.com/>. Descargado 26/05/2011.

Trade map (2008): consulta de la partida arancelaria nueces de macadamia. URL: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx. Descargado 10/10/2010.

TradeMap (2008): Comercio actual y potencial entre Ecuador y Estados Unidos de América. URL: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx. Descargado: 28/06/2010.

TradeMap (2010): DEMANDA ESTADOUNIDENSE. URL: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx. Descargado 20/11/2010.

TradeMap (2010): Ecuador: Destino de las exportaciones de macadamia. URL: http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx. Descargado 21/11/2010.

Universia (2011): Estudios en Estados Unidos. URL: <http://internacional.universia.net/eeuu/ciudades/illinois/index.htm>. Descargado 30/08/2011.

USDA (2010): Composition of foods and seed products. URL: <http://www.macadamia.co.cr/ing/properties.html>. Descargado 11/12/2010.

WALT MART (2011): Precios de la competencia: URL: <http://www.walmart.com/>. Descargado 26/05/2011.

WINN DIXIE(2011): (2011): Precios de la competencia: URL: <http://www.winndixie.com/>. Descargado 26/05/2011.

Yanuq (2010): Recomendaciones para la preparación y envasado de jaleas. URL: <http://www.yanuq.com/>. Descargado 15/02/2011.

Zapata, S. (2005): Contabilidad General.McGraw-Hill Interamericana. Colombia. Colombia.

Zurita, Rosa (2010): Diseño de la ruta turística del Chagra para el cantón Mejía, provincia de Pichincha. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Machachi 2010.

Anexas



ANEXO 1

Tabla 2.2. Cantidad de ácido cítrico a añadir según el pH de la pulpa de macadamia

| pH de la pulpa | Cantidad de Ácido Cítrico a añadir |
|----------------|------------------------------------|
| 3,5 a 3,6 | 1 a 2gr./kg de pulpa |
| 3,6 a 4,0 | 3 a 4gr./kg de pulpa |
| 4,0 a 4,5 | 5 gr./kg de pulpa |
| Más de 4,5 | Más de 5 gr./kg de pulpa |

Fuente: Procesamiento de alimentos para pequeñas y micro empresas agroindustriales
(Coronado, M.; Hilario R. 2001)

Elaborado: Autora

ANEXO 2

Mejores candidatos a exportar Macadamia



Mejores Países

- Demas frutos de cascara, excepto almendras, avellanas, nueces de nogal, castañas y pistachos, frescos o secos, incluso sin cascara o mondados

080290

| País | Cualificador | Índice |
|------------------------|--------------------|--------|
| ESTADOS UNIDOS | Potencial muy alto | 100.00 |
| HONG KONG | Potencial muy alto | 99.23 |
| ESPAÑA | Potencial muy alto | 98.46 |
| CANADA | Potencial muy alto | 97.69 |
| JAPON | Potencial muy alto | 96.92 |
| REINO UNIDO | Potencial muy alto | 96.15 |
| HOLANDA (P.BAJOS) | Potencial muy alto | 95.38 |
| ITALIA | Potencial muy alto | 94.62 |
| CHINA, REP. POPULAR DE | Potencial muy alto | 93.85 |
| ALEMANIA, RCA. FED | Potencial muy alto | 93.08 |
| FRANCIA | Potencial muy alto | 92.31 |
| BELGICA | Potencial muy alto | 91.54 |
| PAKISTAN | Potencial muy alto | 90.77 |
| LUXEMBURGO | Potencial alto | 90.00 |
| SUIZA | Potencial alto | 89.23 |
| ALBANIA | Potencial alto | 88.46 |
| AUSTRALIA | Potencial alto | 87.69 |
| DINAMARCA | Potencial alto | 86.92 |
| INDIA | Potencial alto | 86.15 |
| ISRAEL | Potencial alto | 85.38 |
| SINGAPUR | Potencial alto | 84.62 |
| TAILANDIA | Potencial alto | 83.85 |
| GRECIA | Potencial alto | 83.08 |
| MEXICO | Potencial alto | 82.31 |
| AUSTRIA | Potencial alto | 81.54 |

FUENTE: CORPEI (2010)

ELABORADO POR: CORPEI

ANEXO 3

Proveedores Mundiales de Macadamia

PROVEEDORES MUNDIALES DE MACADAMIA

| PAÍS | PARTICIPACION DE MERCADO |
|------------------------|--------------------------|
| AUSTRALIA | 42% |
| ESTADOS UNIDOS (HAWAY) | 20% |
| SUDÁFRICA | 16% |
| OTROS: | 22% |
| GUATEMALA | 4% |
| COSTA RICA | 6% |
| KENYA | 1% |
| MALAWI | 1% |
| BRASIL | 8% |

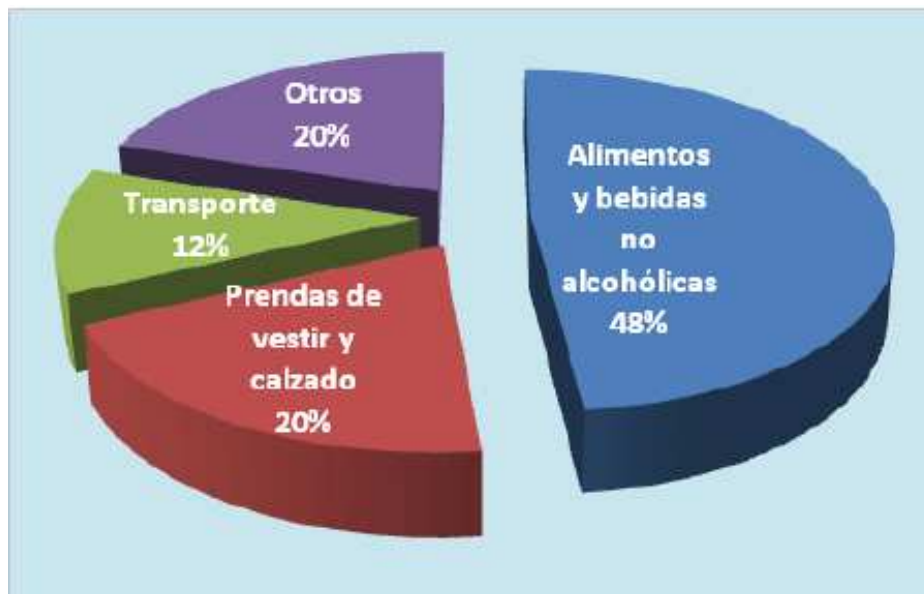
FUENTE: INTERNATIONAL NUT AND DRIED FRUIT FOUNDATION (2010)

ELABORADO POR: AUTORA

ANEXO 4

Inflación por división de producto

Mes: febrero 2011



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

ANEXO 4.1

Artículos de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas que contribuyen al aumento de precios.

| ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS | |  | | | |
|------------------------------------|-----------------|---|-------------|-------------------|-----------|
| Mensual: 0,93% Anual: 5,27% | | | | | |
| Producto | Valor de aporte | Porcentaje de aporte | Ponderación | Índice febrero 11 | Inflación |
| Pan corriente | 0,1434 | 37,19% | 0,085 | 183,43 | 1,87% |
| Aceite vegetal | 0,0371 | 9,63% | 0,060 | 187,44 | 0,65% |
| Naranja | 0,0263 | 6,83% | 0,136 | 170,36 | 0,24% |
| Tomate de arbol | 0,0245 | 6,36% | 0,124 | 127,60 | 0,33% |
| Azucar refinada | 0,0183 | 4,75% | 0,032 | 188,97 | 0,59% |
| Camarones | 0,0112 | 2,91% | 0,081 | 130,27 | 0,22% |
| Pescados frescos | 0,0098 | 2,56% | 0,014 | 144,59 | 0,91% |
| Cebolla paiteña | 0,0095 | 2,47% | 0,032 | 155,45 | 0,37% |
| Carne de res sin hueso | 0,0094 | 2,44% | 0,007 | 168,58 | 1,46% |
| Avena | 0,0089 | 2,31% | 0,080 | 145,63 | 0,16% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas, la cual contribuyo con una inflación de 48.49% para el mes de febrero del 2011.

ANEXO 4.2

Artículos de la división de prendas de vestir y calzado que contribuyeron al aumento de precios.

| PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO | |  | | | |
|------------------------------------|-----------------|---|-------------|---------------|-----------|
| Mensual: 1,30% Anual: 5,23% | | | | | |
| Producto | Valor de aporte | Porcentaje de aporte | Ponderación | Índice feb-11 | Inflación |
| Zapatos deportivos (hombre) | 0,0106 | 2,76% | 0,0048 | 154,39 | 2,76% |
| Camiseta (hombre) | 0,0106 | 2,75% | 0,0031 | 162,51 | 4,05% |
| Blue jean (mujer) | 0,0082 | 1,61% | 0,0062 | 115,07 | 1,64% |
| Blue jean (hombre) | 0,0059 | 1,53% | 0,0060 | 127,50 | 1,47% |
| Calzonaria (panty) | 0,0049 | 1,28% | 0,0024 | 152,11 | 2,61% |
| Medias nylon | 0,0049 | 1,28% | 0,0011 | 139,81 | 6,28% |
| Camiseta (niño) | 0,0040 | 1,03% | 0,0015 | 117,41 | 4,29% |
| Calzoncillo (hombre) | 0,0035 | 0,92% | 0,0020 | 164,43 | 2,09% |
| Brazier | 0,0035 | 0,91% | 0,0022 | 155,62 | 1,93% |
| Confeccion de traje de mujer | 0,0028 | 0,72% | 0,0005 | 157,91 | 7,03% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de prendas de vestir y calzado, la cual contribuyó a la inflación en 19.75% para el mes de febrero del 2011.

ANEXO 4.3

Artículos de la división de Transporte que contribuyeron al aumento de precios.

| TRANSPORTE <i>Mensual: 0,54% Anual: 1,69%</i> | | | | | |
|---|-----------------|----------------------|-------------|-------------------|-----------|
| Producto | Valor de aporte | Porcentaje de aporte | Ponderación | Índice febrero 11 | Inflación |
| Transporte urbano | 0,0416 | 10,79% | 0,0339 | 102,86 | 2,29% |
| Neumáticos | 0,0072 | 1,87% | 0,0027 | 186,70 | 2,69% |
| Cambio de aceite y lubricantes | 0,0052 | 1,34% | 0,0043 | 188,29 | 1,21% |
| Lavado, engrasado y pulverizado | 0,0039 | 1,02% | 0,0022 | 130,57 | 2,63% |
| Afinamiento (a b c) | 0,0011 | 0,30% | 0,0044 | 150,15 | 0,32% |
| Bicicleta | 0,0008 | 0,21% | 0,0010 | 112,80 | 1,28% |
| Aceite | 0,0003 | 0,09% | 0,0006 | 200,59 | 0,50% |
| Alineación y balanceo de llantas | 0,0002 | 0,06% | 0,0007 | 151,47 | 0,39% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de transporte, la cual contribuyo a la inflación en 11.88% para el mes de febrero del 2011.

ANEXO 4.4

Artículos de la división de bienes y servicios diversos que contribuyeron a la reducción de precios.

| BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS | | | | | |  |
|-------------------------------------|------------------------|-----------------------------|--------------------|----------------------|------------------|---|
| Mensual: -0,05% Anual: 0,33% | | | | | | |
| Producto | Valor de aporte | Porcentaje de aporte | Ponderación | Índice ene-11 | Inflación | |
| Desodorante | -0,00786 | -4,64% | 0,0043 | 128,86 | -5,67% | |
| Toallas sanitarias | -0,00167 | -0,98% | 0,0030 | 158,09 | -1,46% | |
| Papel higienico | -0,00102 | -0,60% | 0,0069 | 128,82 | -0,49% | |
| Fijador | -3,8E-05 | -0,02% | 0,0005 | 108,42 | -0,31% | |

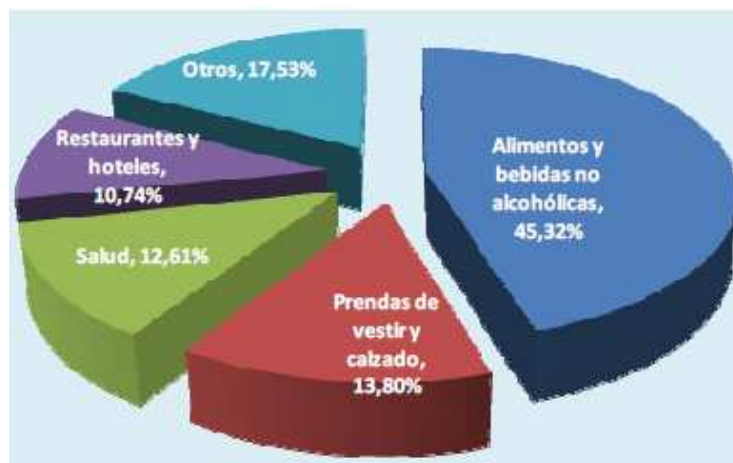
FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división otros, la cual contribuyo a la inflación en 19.77% para el mes de febrero del 2011. Esta influyo para que el IPC (Indice de Precios al Consumidor) disminuya dentro del mes de febrero del presente año, siendo la división de bienes y servicios diversos la que más se destaco dentro del mes de febrero.

ANEXO 5

Inflación por división de producto Mes: marzo 2011



FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

ANEXO 5.1

Artículos de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas que contribuyen al aumento de precios.

| ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS <i>Mensual: 0,55% Anual: 5,37%</i> | | | | |
|---|-------------|------------------|----------------------|-----------|
| Artículo | Ponderación | Valor del aporte | Porcentaje de aporte | Inflación |
| Pescados frescos | 0,0091 | 0,0421 | 18,40% | 6,18% |
| Aceite vegetal | 0,0065 | 0,0402 | 17,55% | 6,29% |
| Cebolla paiteña | 0,0037 | 0,0382 | 16,70% | 12,63% |
| Tomate de árbol | 0,0033 | 0,0202 | 8,84% | 9,36% |
| Queso de cocina | 0,0050 | 0,0138 | 6,04% | 4,12% |
| Fideos | 0,0026 | 0,0107 | 4,67% | 4,37% |
| Mora | 0,0009 | 0,0098 | 4,30% | 20,39% |
| Naranja | 0,0024 | 0,0084 | 3,66% | 3,92% |
| Mandarina | 0,0007 | 0,0060 | 2,63% | 8,00% |
| Col | 0,0009 | 0,0052 | 2,27% | 8,29% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas, la cual contribuyo con una inflación de 45.32% para el mes de marzo del 2011

ANEXO 5.2

Artículos de la división de prendas de vestir y calzado que contribuyeron al aumento de precios.

| PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO <i>Mensual: 0,57% Anual: 5,55%</i> | | | | |
|--|-------------|------------------|----------------------|-----------|
| Artículo | Ponderación | Valor del aporte | Porcentaje de aporte | Inflación |
| Camiseta (hombre) | 0,0031 | 0,0049 | 2,13% | 1,84% |
| Zapatos de cuero (hombre) | 0,0058 | 0,0040 | 1,74% | 1,12% |
| Calzoncillo (hombre) | 0,0020 | 0,0037 | 1,63% | 2,22% |
| Camisa (hombre) | 0,0045 | 0,0027 | 1,18% | 1,00% |
| Brazier | 0,0022 | 0,0027 | 1,18% | 1,50% |
| Sandalias (mujer) | 0,0023 | 0,0027 | 1,17% | 2,17% |
| Calzonaria (panty) | 0,0024 | 0,0026 | 1,16% | 1,41% |
| Zapatos deportivos (mujer) | 0,0022 | 0,0024 | 1,05% | 1,61% |
| Medias (hombre) | 0,0015 | 0,0021 | 0,90% | 1,87% |
| Camiseta (niño) | 0,0015 | 0,0020 | 0,87% | 2,12% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de prendas de vestir y calzado, la cual contribuyo a la inflación en 13.80% para el mes de marzo del 2011.

ANEXO 5.3

Artículos de la división de Salud que contribuyeron al aumento de precios.

| SALUD <i>Mensual: 0,81% Anual: 3,20%</i> | | | | |
|--|-------------|------------------|----------------------|-----------|
| Artículo | Ponderación | Valor del aporte | Porcentaje de aporte | Inflación |
| Médico especialista (consulta) | 0,0056 | 0,0167 | 7,28% | 3,80% |
| Radiografías | 0,0144 | 0,0115 | 5,00% | 1,25% |
| Vasotop | 0,0036 | 0,0020 | 0,89% | 1,16% |
| Comtrex | 0,0020 | 0,0008 | 0,36% | 0,81% |
| Examen de laboratorio | 0,0037 | 0,0007 | 0,32% | 0,28% |
| Aspirina | 0,0020 | 0,0007 | 0,31% | 0,70% |
| Preservativos | 0,0003 | 0,0007 | 0,30% | 3,44% |
| Acrosin-b | 0,0016 | 0,0005 | 0,22% | 0,62% |
| Mylanta | 0,0005 | 0,0004 | 0,15% | 1,43% |
| Garamicina | 0,0010 | 0,0002 | 0,10% | 0,50% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división de salud, la cual contribuyo a la inflación en 12.61% para el mes de marzo del 2011.

ANEXO 5.4

Artículos de la división de recreación y cultura que contribuyeron a la reducción de precios.

| RECREACIÓN Y CULTURA | | <i>Mensual: -0,27% Anual: -1,30%</i> | | |
|------------------------------------|-------------|--------------------------------------|----------------------|-----------|
| Artículo | Ponderación | Valor del aporte | Porcentaje de aporte | Inflación |
| Discoteca | 0,0022 | -0,0033 | -3,03% | -5,53% |
| Televisor a color | 0,0062 | -0,0010 | -0,97% | -1,06% |
| Suscripción a televisión por cable | 0,0049 | -0,0009 | -0,86% | -0,68% |
| Balón de futbol | 0,0011 | -0,0004 | -0,38% | -1,02% |
| Auto de juguete | 0,0011 | -0,0002 | -0,18% | -0,68% |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

Dentro de la división otros, la cual contribuyo a la inflación en 28.26% para el mes de marzo del 2011. Esta influyo para que el IPC (Indice de Precios al Consumidor) disminuya dentro del mes de febrero del presente año, siendo la división de recreación y cultura la que más se destaco.

ANEXO 6

Variación porcentual del Índice de precios al productor

| Meses | Mensual | | Anual | | En lo que va del año | |
|------------|---------|-------|-------|------|----------------------|------|
| | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 |
| ENERO | -0.13 | 1.05 | 1.58 | 7.93 | -0.13 | 1.05 |
| FEBRERO | 2.90 | 1.59 | 5.21 | 6.57 | 2.76 | 2.66 |
| MARZO | 1.11 | -0.79 | 5.24 | 4.56 | 3.91 | 1.85 |
| ABRIL | -0.11 | | 5.48 | | 3.79 | |
| MAYO | -1.45 | | 4.92 | | 2.28 | |
| JUNIO | 1.10 | | 5.39 | | 3.41 | |
| JULIO | 0.74 | | 5.99 | | 4.17 | |
| AGOSTO | 1.35 | | 8.55 | | 5.58 | |
| SEPTIEMBRE | -1.38 | | 7.91 | | 4.11 | |
| OCTUBRE | 0.54 | | 9.53 | | 4.67 | |
| NOVIEMBRE | 1.69 | | 6.64 | | 6.44 | |
| DICIEMBRE | 0.22 | | 6.67 | | 6.67 | |

FUENTE: INEC (2011)

ELABORADO POR: INEC

ANEXO 7 Población Económicamente Activa (según sexo)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (POR SEXO)

Poblacion Economicamente Activa

Fuente: Inec, Censo de Poblacion y Vivienda 2001

| PROV | CANTON | PARROQUIA | PEA | | |
|------------------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|--------------|
| | | | PEA (MUJERES) | PEA (HOMBRES) | TOTAL PEA |
| Pichincha | Mejía | Alóag | 1091 | 2914 | 4005 |
| | | Aloasí | 883 | 1762 | 2645 |
| | | Cutuglahua | 1235 | 2509 | 3744 |
| | | El Chaupi | 210 | 362 | 572 |
| | | Machachi | 3523 | 5913 | 9436 |
| | | Manú | 236 | 947 | 1183 |
| | | Tambillo | 908 | 1656 | 2564 |
| | | Uyumbicho | 497 | 958 | 1455 |
| | | Total Mejía | 8583 | 17021 | 25604 |
| | Quito | Alangasí | 2790 | 4449 | 7239 |
| | | Amaguaña | 3748 | 6731 | 10479 |
| | | Atahualpa (Habaspamba) | 162 | 548 | 710 |
| | | Calacalí | 503 | 1058 | 1561 |
| | | Calderón (Carapungo) | 12739 | 21821 | 34560 |
| | | Chavezpamba | 148 | 247 | 395 |
| | | Checa (Chilpa) | 1146 | 2016 | 3162 |
| | | Conocoto | 8832 | 13399 | 22231 |
| | | Cumbayá | 3872 | 5612 | 9484 |
| | | El Quinche | 2037 | 3644 | 5681 |
| | | Gualea | 206 | 702 | 908 |
| | | Guangopolo | 285 | 576 | 861 |
| | | Guayllabamba | 1752 | 3533 | 5285 |
| | | La Merced | 719 | 1538 | 2257 |
| | | Llano Chico | 819 | 1527 | 2346 |
| | | Lloa | 285 | 447 | 732 |
| | | Nanegal | 215 | 791 | 1006 |
| | | Nanegalito | 196 | 741 | 937 |
| | | Nayón | 1693 | 2577 | 4270 |
| | | Nono | 293 | 609 | 902 |
| | | Pacto | 380 | 1475 | 1855 |
| | | Perucho | 81 | 227 | 308 |
| | | Pifo | 1836 | 3502 | 5338 |
| | | Píntag | 1704 | 4047 | 5751 |
| Pomasqui | 3168 | 5094 | 8262 | | |
| Puéllaro | 468 | 1759 | 2227 | | |
| Puambo | 1587 | 3083 | 4670 | | |
| Quito | 244071 | 362543 | 606614 | | |
| San Antonio | 2696 | 5253 | 7949 | | |
| San José de Minas | 684 | 2090 | 2774 | | |
| Tababela | 307 | 620 | 927 | | |
| Tumbaco | 5978 | 10253 | 16231 | | |
| Yaruquí | 2102 | 3816 | 5918 | | |
| Zambiza | 425 | 799 | 1224 | | |
| Total Quito | 307927 | 477127 | 785054 | | |
| Total Pichincha | 316510 | 494148 | 810658 | | |
| Total general | 316510 | 494148 | 810658 | | |

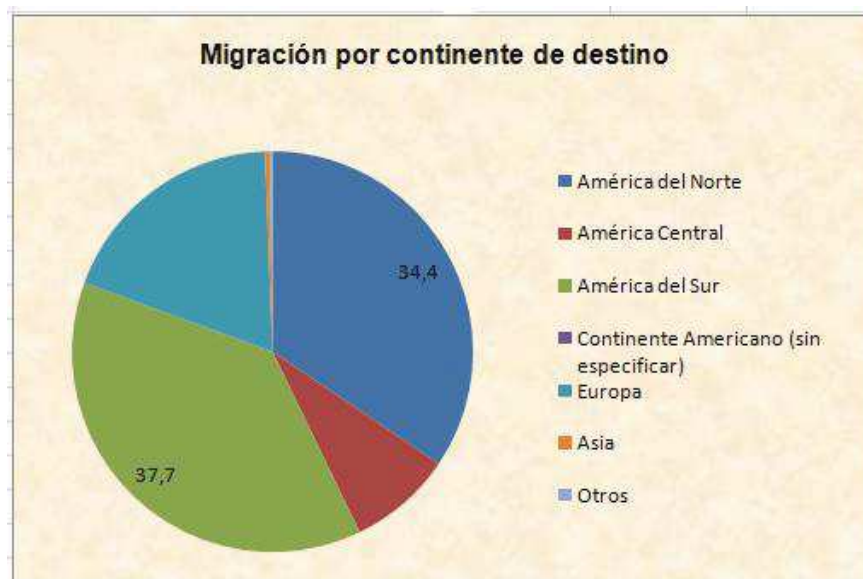
ANEXO 8

Salida de ecuatorianos por continente de destino

| CONTINENTE DE DESTINO | NÚMERO | % |
|--|---------------|------------|
| América del Norte | 280199 | 34,4 |
| América Central | 68440 | 8,4 |
| América del Sur | 306451 | 37,7 |
| Continente Americano (sin especificar) | 3 | 0 |
| Europa | 153098 | 18,8 |
| Asia | 3537 | 0,4 |
| Otros | 1909 | 0,2 |
| Total Salidas | 813637 | 100 |

FUENTE: INEC (2009)

ELABORADO POR: AUTORA.



FUENTE: INEC (2009)

ELABORADO POR: AUTORA.

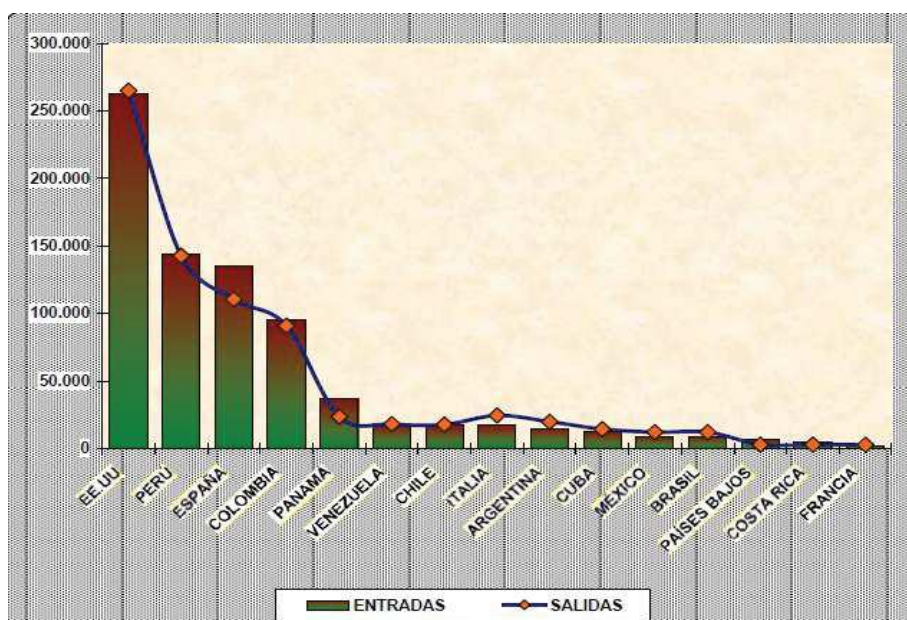
ANEXO 9

Entradas y Salidas de ecuatorianos por principal país de procedencia o destino

| Nº | PAÍS DE PROCEDENCIA O DESTINO | ECUATORIANOS | | | |
|----|-------------------------------|-----------------------|------|----------------------|------|
| | | Entradas ¹ | | Salidas ² | |
| | | Número | % | Número | % |
| 1 | Estados Unidos | 262373 | 32,0 | 264861 | 32,6 |
| 2 | Perú | 143644 | 17,5 | 142820 | 17,6 |
| 3 | España | 134967 | 16,5 | 110446 | 13,6 |
| 4 | Colombia | 95723 | 11,7 | 91030 | 11,2 |
| 5 | Panamá | 36701 | 4,5 | 23694 | 2,9 |
| 6 | Venezuela | 18632 | 2,3 | 18232 | 2,2 |
| 7 | Chile | 17715 | 2,2 | 17884 | 2,2 |
| 8 | Italia | 17385 | 2,1 | 24583 | 3,0 |
| 9 | Argentina | 14932 | 1,8 | 19865 | 2,4 |
| 10 | Cuba | 12730 | 1,6 | 14376 | 1,8 |
| 11 | México | 8704 | 1,1 | 12152 | 1,5 |
| 12 | Brasil | 8598 | 1,0 | 12270 | 1,5 |
| 13 | Países Bajos | 6347 | 0,8 | 2946 | 0,4 |
| 14 | Costa Rica | 5291 | 0,6 | 3053 | 0,4 |
| 15 | Francia | 1648 | 0,2 | 2904 | 0,4 |
| | Total ³ | 820292 | | 813637 | |

¹ corresponde al total de movimientos migratorios de entradas y salidas de ecuatorianos
¹ según país de procedencia
² según país de destino

FUENTE: INEC (2009)
 ELABORADO POR: AUTORA.



FUENTE: INEC (2009).
 ELABORADO POR: INEC.

ANEXO 10

Entradas y Salidas de ecuatorianos y extranjeros según sexo

| Movimientos Migratorios | SEXO | ECUATORIANOS | | EXTRANJEROS | | TOTAL |
|-------------------------|----------|--------------|--------|-------------|--------|---------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | |
| Entradas | Hombres | 427802 | 52,20 | 554666 | 57,30 | 1788791 |
| | Mujeres | 392490 | 47,80 | 413833 | 42,70 | |
| | Subtotal | 820292 | 100,00 | 968499 | 100,00 | |
| Salidas | Hombres | 420925 | 51,70 | 529843 | 57,00 | 1742611 |
| | Mujeres | 392712 | 48,30 | 399131 | 43,00 | |
| | Subtotal | 813637 | 100,00 | 928974 | 100,00 | |
| TOTAL | | 1633929 | | 1897473 | | 3531402 |

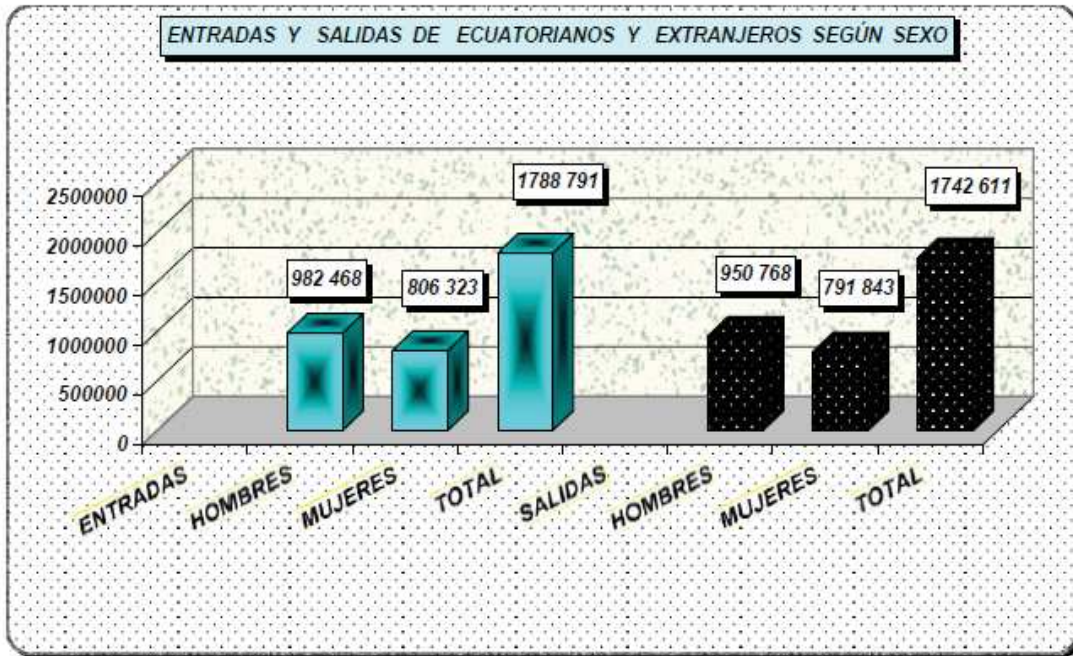
FUENTE: INEC (2009)

ELABORADO POR: AUTORA.



FUENTE: INEC (2009).

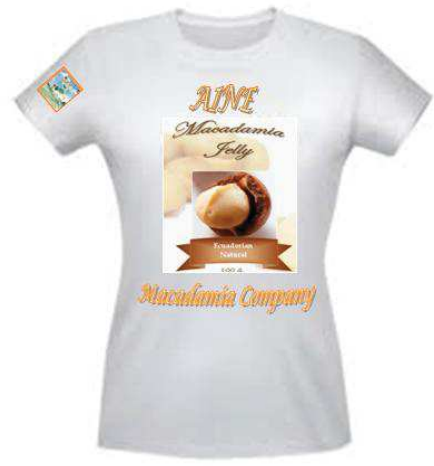
ELABORADO POR: INEC.



FUENTE: INEC (2009).

ELABORADO POR: INEC.

ANEXO 11
Publicidad AINE MACADAMIA COMPANYY







ANEXO 12

Documentación requerida para la exportación del producto “jalea de macadamia” a Illinois, Estados Unidos

Para el envío del producto a Illinois, Estados Unidos se requiere cumplir varios trámites y tener lista la siguiente documentación:

- Registro en la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- RUC de exportador.

Documentos de Pre-embarque

- ❖ Bota de cotización
- ❖ Factura proforma
- ❖ DAU (Declaración Aduanera Única)
- ❖ Póliza de seguro

Documentos post embarque

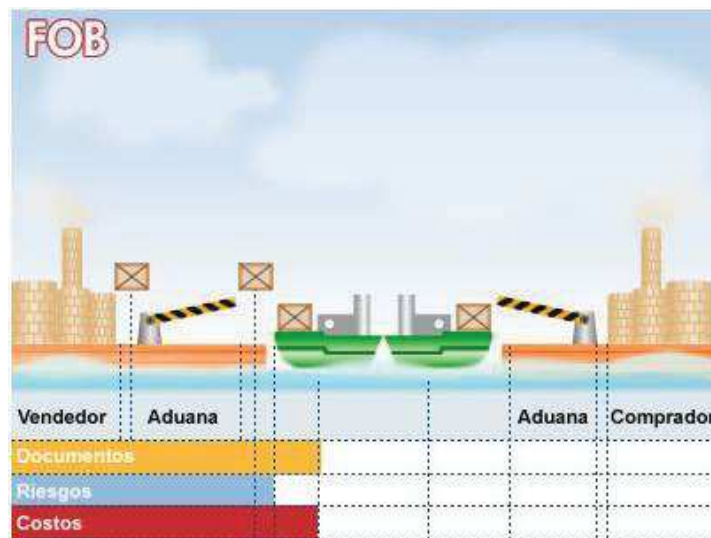
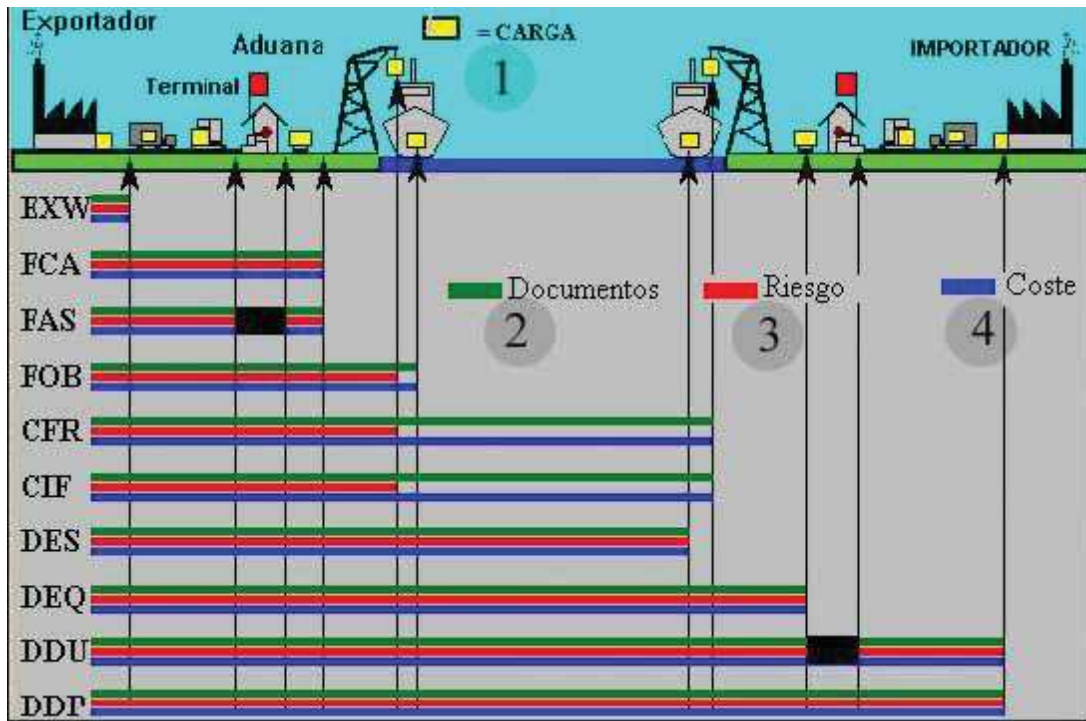
- Factura comercial
 - ❖ Lugar y fecha de emisión
 - ❖ Número de factura que emite
 - ❖ Direcciones, teléfonos y fax, tanto para el comprador como para el vendedor.
 - ❖ Descripción de la mercadería
 - ❖ Cantidad de bulto
 - ❖ Marcas
 - ❖ Peso neto en kilogramos y peso bruto en kilogramos
 - ❖ Nombre de la compañía transportadora
 - ❖ Precio o valor de la mercadería
 - ❖ Partida arancelaria

- ⇒ Para el cobro documentarios, cartas de crédito o cualquier otro tipo de negociación, generalmente se exigen entre 1 o 2 originales más las copias necesarias de la factura comercial.
 - ⇒ La factura comercial debe estar firmada por el vendedor o embarcador o su agente.
 - ⇒ Los pagos se puede realizar en: efectivo, o por medio de bancos ecuatorianos como: Banco del Pichincha, Banco Internacional y Banco de Guayaquil.
-
- Conocimiento de embarque
 - Lista de empaque
 - Certificado de Origen
 - Certificado Fitosanitario
 - Otros certificados (autorizaciones, certificados de calidad ISO 9001, certificado ambiental, etc.)

INCOTERM

El Incoterm a utilizar para la exportación de la “jalea de macadamia ecuatoriana” es el FOB, terminando el cargo de la logística de transporte y trámites de aduana hasta embarcar la mercadería en el tipo de transporte que el comprador elija.

Se trabaja con este tipo de Incoterm para minimizar los costes, disminuir la responsabilidad y agilizar las exportaciones.



ANEXO 12.1

Transporte de muestras sin valor comercial

La finalidad es demostrar sus características y que carecen de valor comercial por la misma

Estrategia de Exportación

Alianza a través de un acuerdo inter-empresarial dominar el conocimiento del mercado a través de un distribuidor local para la distribución del producto

Embalaje

Para la exportación del producto previamente envasado en recipientes de vidrio, se los empacará en cartón en orden de filas por columnas 12 x 12 unidades. Luego se procede al sellado del cartón donde lleva impreso las especificaciones del manejo y la simbología correspondiente del producto.

ANEXO 13

Para realizar los cálculos económicos y financieros, se ha propuesto una vida útil del proyecto de 13 años, dentro de los últimos 3 años con proyecciones. Y teniendo como terreno en el cantón Machachi 50 hectareas.

13. Calendario de Producción

Si se compra las plantas injertadas; las mismas que tendrán un año y medio de vida en promedio, se ahorraría tiempo en entrar a la primera producción, con lo cual se estima terminar de plantar los árboles en un máximo de dos meses, a inicios de la estación invernal, para aprovechar la época de lluvia y obtener un mayor rendimiento de plantas. Con las plantas injertadas, se tendrá producciones al cuarto año después de la siembra, aunque en pequeñas cantidades, pero estas irán incrementándose anualmente. La vida económica del cultivo se estima en 50 a 60 años. La producción es continua y permanente durante la vida útil del proyecto, el periodo máximo de cosecha está entre los meses de Febrero hasta Agosto, teniendo así:

Calendario mensual estimado de producción de Macadamia

| Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| | | | | | | | | | | | |

| | |
|--|--------------------------------------|
| | Periodo de menor cantidad de cosecha |
| | Periodo de mayor cantidad de cosecha |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

13.1. Infraestructura.

En lo que se refiere a requerimiento de infraestructura para el proyecto se empleará 50 hectáreas, tanto para la producción y para la infraestructura de la compañía.

Requerimientos de infraestructura y terreno para el proyecto

| Rubro | Costo Unitario | Valor | Vida útil |
|--|----------------|---------------------|-----------|
| Terreno (Ha) 50 | \$2,000.00 | \$100,000.00 | |
| Vivienda - oficina (80 m2) | \$75.00 | \$6,000.00 | 20 |
| Guardiania (40 m2) | \$50.00 | \$2,000.00 | 15 |
| Bodega agrícola (76 m2) | \$52.00 | \$3,952.00 | 15 |
| Galpón para maquinaria (50 m2) | \$18.00 | \$900.00 | 5 |
| Galpón de poscosecha (76 m2) | \$20.00 | \$1,520.00 | 5 |
| Silo con atmósfera controlada | | \$9,000.00 | 10 |
| Cercas | | \$11,400.00 | 10 |
| Caminos | | \$7,600.00 | 10 |
| Batería baños | | \$2,280.00 | 15 |
| Instalación eléctrica y equipo de agua | | \$11,400.00 | 20 |
| TOTAL | | \$156,052.00 | |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo Herrera Marío. Administrador Hacienda Patichubamba.

Elaborado por: Autora.

13.2. Mano de Obra.

Se utilizará mano de obra no calificada procedente del cantón Machachi, y se deberá dar una pequeña capacitación sobre el manejo del cultivo. La mano de obra se pagará a USD 5.00 el jornal, la cosecha se pagará por medio de avance, a USD 0.06 centavos por kilogramo de nuez. Tomando en cuenta que la utilización de personal en la cosecha será el costo más importante en la mano de obra directa.

Mano de Obra directa (jornales por hectárea)

| Labor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|--------------------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Muestreo de suelo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Limpieza del terreno | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alineada | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hoyada | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Plantación | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fertilización | | | | | | | | | | | | | |
| Fondo | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Química (4/año) | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Foliar (3/año) | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Formación de coronas | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Podas y deschuponadas | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Deshierbas (3/año) | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Controles fitosanitarios | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Cosecha | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 10 | 16 | 27 | 35 | 41 | 49 | 53 | 55 |
| Poscosecha | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Totales Jornales | 36 | 11 | 16 | 20 | 28 | 34 | 41 | 52 | 60 | 66 | 74 | 78 | 80 |
| Totales USD. | 180 | 55 | 80 | 100 | 140 | 170 | 205 | 260 | 300 | 330 | 370 | 390 | 400 |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

Para la elaboración de los productos finales que la empresa “AINE Macadamia Company”, el punto de partida es la materia prima que se transformará en producto terminado; y la mano de obra directa de producción, que esta dada por la suma de sueldos, salarios y prestaciones de los empleados que hacen posible la fabricación de la “jalea de macadamia ecuatoriana”. La cantidad de obreros aumentará de acuerdo al aumento en la producción de macadamia

Mano de Obra directa inicial de fabricación

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Costo Mensual | Costo Anual |
|-------------|----------|----------------|---------------|--------------|
| Obreros | 8 | \$ 160,00 | \$ 1.280,00 | \$ 15.360,00 |
| Laboristas | 1 | \$ 350,00 | \$ 350,00 | \$ 4.200,00 |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

El segundo elemento del costo de producción, es el costo indirecto o costo general de fabricación, que no se relaciona en forma directa con la elaboración del producto final, entre ellos agua, energía eléctrica, mantenimiento de maquinaria, sueldo de personal de oficina (mano de obra indirecta, depreciación de mobiliario y equipo, y otros). Como mano de obra indirecta se requerirá a un Ingeniero Agropecuario que realice las funciones de director de la plantación; además, se necesita a un asistente, que puede ser un agrónomo de nivel medio, y a un tractorista.

Mano de Obra Indirecta, administrativa y de comercialización

| AREA | Número | Sueldo mensual | Sueldo anual |
|-------------------------------|--------|----------------|--------------|
| Mano de Obra Indirecta | | | |
| Ing. Agónomo | 1 | \$ 450,00 | \$ 5.400,00 |
| Asistente | 2 | \$ 350,00 | \$ 8.400,00 |
| Tractorista | 1 | \$ 200,00 | \$ 2.400,00 |
| Administración | | | |
| Gerente | 1 | \$ 500,00 | \$ 6.000,00 |
| Secretaria | 1 | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| Conserje | 2 | \$ 160,00 | \$ 3.840,00 |
| Comercialización | | | |
| Chofer (camión) | 2 | \$ 200,00 | \$ 4.800,00 |
| Ing. Comercial | 1 | \$ 350,00 | \$ 4.200,00 |
| Agentes vendedores | 2 | \$ 240,00 | \$ 5.760,00 |

Elaborado por: Autora.

Como mano de obra administrativa se deberá contratar a una secretaria-contadora. Además, se requerirá de los servicios de dos conserjes: uno para las oficinas y otro para la planta. También se contratará a un gerente general con experiencia en el manejo de plantas agroindustriales. Para el departamento de comercialización, se contará con un ingeniero comercial, que desempeñará el cargo de jefe de ventas, y tendrá bajo su mando a dos choferes, uno para llevar la nuez de macadamia hacia la planta y otro para trasladar los productos finales para su posterior exportación al estado de Illinois, Estados Unidos. Para las negociaciones con los mayoristas y con posibles compradores internacionales de la “jalea de macadamia ecuatoriana”, se contará con la asistencia de dos agentes vendedores que ganarán un sueldo fijo, más comisiones por venta.

13.3. Maquinaria, equipos y herramientas

Maquinarias, Equipos y Herramientas para el proyecto.

| Rubro | Cantidad | C.Unitario | Valor Total | Vida Útil |
|---|---------------|------------|---------------------|-----------|
| Tractor | 1 | \$9,500 | \$9,500 | 10 |
| Equipo de fumigación | 1 | \$2,500 | \$2,500 | 5 |
| Carretón | 1 | \$2,000 | \$2,000 | 5 |
| Vehículo (camión) | 2 | \$16,500 | \$33,000 | 5 |
| Equipo y herramientas agrícolas | Varios | | | |
| Bombas de fumigación de mochila | 4 | \$65 | \$260 | 3 |
| Bomba de fumigación de motor | 2 | \$520 | \$1,040 | 3 |
| Tijeras podadoras | 10 | \$12 | \$120 | 3 |
| Machetes | 11 | \$6 | \$61 | 3 |
| Palas | 6 | \$8 | \$48 | 3 |
| Sierra | 6 | \$11 | \$66 | 3 |
| Excavadoras | 5 | \$12 | \$58 | 3 |
| Carretillas | 4 | \$32 | \$128 | 3 |
| Balanza romana | 1 | \$950 | \$950 | 3 |
| Baldes | 10 | \$1 | \$10 | 3 |
| Barra | 3 | \$18 | \$54 | 3 |
| Gavetas | 20 | \$9 | \$180 | 3 |
| Hacha | 2 | \$13 | \$26 | 3 |
| Máquina, herramientas y equipo para planta industrial | Varias | | | |
| Lavadora de aspersión | 1 | \$1,000 | \$1,000 | 10 |
| Máquina descascaradora | 1 | \$3,500 | \$3,500 | 10 |
| Máquina de esterilización y sellado | 1 | \$10,000 | \$10,000 | 10 |
| Mesón de trabajo | 1 | \$900 | \$900 | 5 |
| Estibas para esterilizadora | 1 | \$300 | \$300 | 5 |
| Equipo para verificar vacío | 1 | \$300 | \$300 | 5 |
| Ventilador | 1 | \$500 | \$500 | 5 |
| Utensilios para empleados | Varios | | \$141 | 3 |
| Muebles y enseres de oficina | Indispensable | | \$5,265 | 5 |
| Total | | | \$ 71.906,00 | |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge y con el Ing. Agrónomo Herrera Marío. Administrador Hacienda Patichubamba.

Elaborado por: Autora.

13.4. Materiales directos

Los requerimientos de los materiales directos, para una hectárea de cultivo se detallan en el siguiente cuadro:

Materiales directos requeridos para una hectárea

| Rubro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Planta | 156 | 2 | | | | | | | | | | | |
| Fertilizante | | | | | | | | | | | | | |
| Inicial (kg) | 24 | 0,3 | | | | | | | | | | | |
| Completo (kg) | 78 | 156 | 234 | 312 | 390 | 468 | 546 | 624 | 702 | 780 | 858 | 936 | 936 |
| Foliar (Its.) | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Fungicida (Kg) | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Insecticida (Its) | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Herbicida (Its) | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Fijador | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

Costo unitario del material directo (USD)

| Materiales Directos | Unidades | Precio |
|----------------------|---------------|--------|
| Plantas | materia prima | 7 |
| Fertilizante químico | sacos 50 kg | 12 |
| Fertilizante Foliar | litros | 5 |
| Fungicida | kilogramos | 15 |
| Insecticida | litros | 13 |
| Herbicida | litros | 5 |
| Fijador | litros | 7 |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

Costo de los Materiales directos durante la vida útil (USD/Has)

| Rubro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|-------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Planta | 1092 | 14 | | | | | | | | | | | |
| Fertilizante | | | | | | | | | | | | | |
| Inicial (kg) | 6 | 0,07 | | | | | | | | | | | |
| Completo (kg) | 19 | 37 | 56 | 75 | 94 | 112 | 131 | 150 | 168 | 187 | 206 | 225 | 225 |
| Foliar (Its.) | 5 | 5 | 5 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| Fungicida (Kg) | 45 | 45 | 45 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Insecticida (Its) | 26 | 26 | 26 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Herbicida (Its) | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| Fijador | 7 | 7 | 7 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Total | 1215 | 149 | 154 | 213 | 232 | 250 | 274 | 293 | 311 | 330 | 349 | 368 | 368 |

Fuente: Investigación junto con el Ing. Agrónomo León Jorge.

Elaborado por: Autora.

13.5. Materiales indirectos

Se considera materiales indirectos todos aquellos que entran a formar parte del producto terminando como: cajas, plástico, etiquetas, etc., y todo lo material que interviene con el material del empaque. Dado que el producto final se exportará a Illinois, Estados Unidos, será necesario adquirir material de empaque para su traslado.

Costo Unitario de materiales indirectos

| Rubro | Costo Unitario (USD) |
|-----------------------------------|----------------------|
| Cajas de cartón (rejas) de 25 Kg. | 0.03 |
| Empaques pequeños de cartón | 0.05 |

Elaborado por: Autora.

13.6. Suministros y servicios

Dentro de los suministros y servicios se tiene el pago de energía eléctrica, agua potable, combustibles para la maquinaria, lubricantes, etc., los cuales se detallan a continuación:

Consumo de suministros y servicios (USD)

| Rubro | Pre-operativo | Operativo |
|-------------------|----------------------|----------------------|
| Energía eléctrica | \$ 50.00/mes | \$ 75.00/mes |
| Agua potable | \$ 30.00/mes | \$ 45.00/mes |
| Teléfono | \$ 50.00/mes | \$ 50.00/mes |
| Combustible | \$ 90.00/mes | \$ 150.00/mes |
| Lubricantes | \$ 75.00/mes | \$ 100.00/mes |
| Total | \$ 295.00/mes | \$ 420.00/mes |

Elaborado por: Autora.

13.7. Mantenimiento

El tipo de mantenimiento aplicado por una empresa que requiere de una inversión fuerte es correctivo y preventivo. Si se observa con detenimiento la maquinaria de la empresa, se verá que hay equipo muy especializado como la envasadora al vacío, la etiquetadora y el esterilizador; el resto del equipo es relativamente sencillo, ya que son equipos que operan de forma manual y no automática o semiautomatizadas como las anteriormente mencionadas.

Por tal razón, debe decidirse si se instalará un departamento especializado para que se realice el mantenimiento a todos estos equipos con absoluta seguridad de su funcionamiento. Con el equipo sencillo, no existiría mayor problema, porque incluso el proceso productivo en sí es relativamente sencillo. El tanque de mezcla de ingredientes (almacenamiento) y el equipo sanitario de acero inoxidable debe ser limpiado con detergentes especiales al terminar el turno de trabajo, pero eso es una rutina. El problema radica con los equipos especializados, pues no cualquier persona puede mantenerlos y repararlos adecuadamente. Para ellos se sugiere contratar un servicio de mantenimiento, quien normalmente está disponible a brindarlo a la hora que sea necesario.

Para el resto de los equipos, se propone contratar a un técnico electricista con conocimientos de mecánica, que se encargue no solo de los equipos sencillos, sino del cuidado de las instalaciones de la planta en general. La inversión que se requiere para aplicar el mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos sencillos y a las instalaciones de la planta es mínima.

13.8. Otros

En este rubro se tiene principalmente a un porcentaje de la inversión destinada para los imprevistos que pudieran surgir en el transcurso del proyecto que será del 3% (porcentaje estandar).

13.9. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La característica principal de una empresa de este tamaño es que cuenta con personal calificado y no tecnificado. Algunos puestos que aparecen en el siguiente organigrama son multifuncionales, es decir, una sola persona, los ejerce; por ejemplo, el gerente general, tendrá que desempeñar la función de dirigir la empresa, salir a vender el producto, probablemente realizar algunos cobros, etc. A continuación se establece el personal administrativo total a contratar.

El personal administrativo está constituido por una gerencia y dos jefaturas.

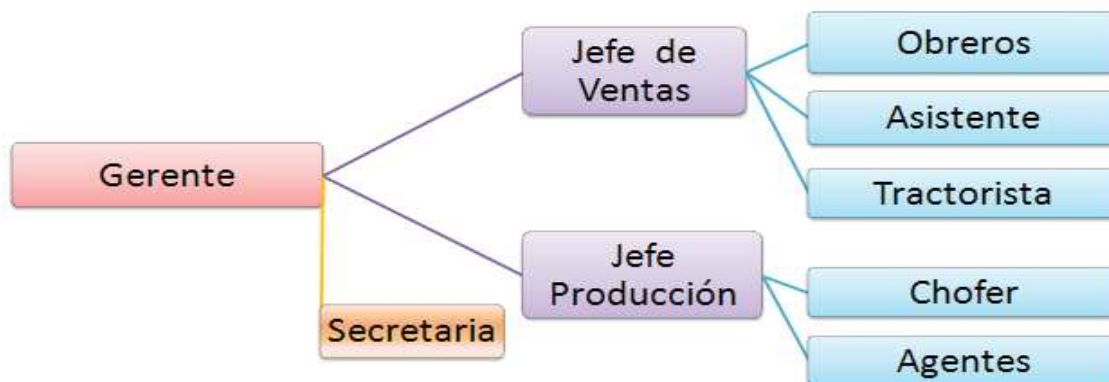
- Gerencia General
- Jefe de producción
- Jefe de ventas y comercialización

Se contará con una secretaría que apoyará las necesidades de la gerencia general. Por otro lado, se tiene al personal técnico y de apoyo administrativo, para lo que se contará con:

- Un técnico agrónomo
- Dos asistentes de plantación
- Dos agentes vendedores (uno para el mercado local y otro para el mercado externo)
- Un tractorista
- Dos chóferes que ayuden a los vendedores en la distribución del producto
- Dos personas encargadas de la limpieza de la planta

Tomando en cuenta la mano de obra directa que se requiere cada año de acuerdo al rendimiento por hectárea de la macadamia (Ver Anexo 13.2). Las funciones de contabilidad, guardianía, y parcialmente de control de calidad, las realizarán despachos externos a la empresa. Con estos datos, se construye el siguiente organigrama:

Organigrama de la empresa “Los Reyes de la Macadamia”



Elaborado por: Autora.

Se propone un personal mínimo, para que funcione adecuadamente la empresa, tanto en su parte operativa, como productiva y administrativa. Si la demanda del producto llega a incrementarse más de lo previsto, lo cual sería deseable, el jefe de ventas tendrá la obligación de expandir el mercado, así como el jefe de producción, junto con el gerente general, tendrán la función de planear adecuadamente el aumento de los turnos de trabajo y de la capacidad instalada de la empresa.

13.10. Aspectos legales.

La empresa no tiene impedimentos legales para ser instalada y funcionar adecuadamente; no es una industria contaminante ni consumidora de recursos escasos, en vías de extinción. El único aspecto legal que debe tener presente es que, dado que es una empresa productora de alimentos procesados, debe sujetarse estrictamente a las normas exigidas por la Subsecretaria de Salud e Higiene y a los normas INEN de calidad, obteniendo un Registro Sanitario que certifique las características organolépticas, físico-químicas y bacteriológicas del producto; además, debe contar con el aval de constitución y funcionamiento por parte de la Superintendencia de Compañías (2011), y estar afiliado a la Cámara de la Industria (2011).

14. Inversiones en activos fijo y diferido

La inversión en activos se puede diferenciar claramente, según su tipo.

Se define la inversión monetaria sólo en los activos fijo y diferido, que corresponden para operar la empresa desde los puntos de vista de producción, administración y ventas. El activo circulante (o capital de trabajo), que es otro tipo de inversión, se determina en otro apartado. De acuerdo a la ley Tributaria vigente, el impuesto al valor agregado (IVA) no se considera como parte de la inversión inicial.

Activos fijos: Son aquellos bienes tangibles cuya vida útil sea mayor a un año. Se dividen en activos productivos y de administración; son susceptibles de depreciarse. (Meigs et al.,2000: pp.371-374.)

Activos diferidos: Comprende los bienes intangibles (servicios) necesarios para la instalación del proyecto, susceptibles de amortizarse a 5 años. Se clasifican en:

- Gastos preoperativos, dentro de los cuales esté el sueldo para el personal administrativo en el período previo a la cosecha de la Macadamia.
- Gastos de Organización y permisos de funcionamiento, previos a la puesta en marcha de la compañía que se creará con el proyecto.
- Dentro de los activos diferidos también se consideran a los bienes cuya vida útil fuere menor a un año, como los suministros de oficina. (Zapata , P. 2005: pp.164-165).

A continuación, se presentan las inversiones iniciales en activo fijo y diferido realizadas en el proyecto durante la fase preoperativa.

| DETALLE | INVERSION EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS | | | |
|---|--|-----------------|------------------|------------------|
| | FASE OPERATIVA (AÑOS) | | | TOTAL |
| Activos Fijos Netos | 1 | 2 | 3 | |
| Terreno | 100000,00 | 0,00 | 0,00 | 100000,00 |
| Fomento Agrícola | 88266,00 | 28160,00 | 29670,00 | 146096,00 |
| Guardianía (40m²) | 2000,00 | 0,00 | 0,00 | 2000,00 |
| Cercas | 19000,00 | 0,00 | 0,00 | 19000,00 |
| Batería de baños | 2280,00 | 0,00 | 0,00 | 2280,00 |
| Bodega Agrícola (120m²) | 3952,00 | 0,00 | 0,00 | 3952,00 |
| Galpón para maquinaria (50m²) | 900,00 | 0,00 | 0,00 | 900,00 |
| Galpón de poscosecha (120m²) | 0,00 | 0,00 | 1520,00 | 1520,00 |
| Vivienda - Oficina (80m²) | 6000,00 | 0,00 | 0,00 | 6000,00 |
| Silo con atmósfera controlada | 0,00 | 0,00 | 9000,00 | 9000,00 |
| Instalación eléctrica y equipo de agua | 11400,00 | 0,00 | 0,00 | 11400,00 |
| Tractor | 9500,00 | 0,00 | 0,00 | 9500,00 |
| Implementos del tractor | 4500,00 | 0,00 | 0,00 | 4500,00 |
| Equipo de fumigación | 2500,00 | 0,00 | 0,00 | 2500,00 |
| Carretón | 0,00 | 0,00 | 2000,00 | 2000,00 |
| Vehículo (camión) | 0,00 | 0,00 | 33000,00 | 33000,00 |
| Equipo y herramientas agrícolas | 3000,00 | 0,00 | 0,00 | 3000,00 |
| Equipo y maquinarias para planta | 0,00 | 0,00 | 16500,00 | 16500,00 |
| Utensilios para empleados | 0,00 | 0,00 | 141,00 | 140,00 |
| Muebles y enseres de oficina | 5265,00 | 0,00 | 0,00 | 5265,00 |
| Imprevistos (3%) | 7757,00 | 844,00 | 2755,00 | 11357,00 |
| SUBTOTAL | 266320,00 | 29004,00 | 94586,00 | 389910,00 |
| Activos Diferidos | | | | |
| Gastos pre-operativos | 12840,00 | 12840,00 | 12840,00 | 38520,00 |
| Suministros de oficina | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 1500,00 |
| Permisos de Funcionamiento | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 600,00 |
| Gastos de la Empresa | 420,00 | 240,00 | 240,00 | 900,00 |
| SUBTOTAL | 13960,00 | 13780,00 | 13780,00 | 41520,00 |
| INVERSION INICIAL EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS | 280280,00 | 42784,00 | 108366,00 | 431430,00 |

Fuente: (Meigs et al.,2000: pp.371-415; Zapata , P. 2005: pp.155-168)

Elaborado por: Autora.

El equipo, las herramientas agrícolas, el costo de las máquinas y equipos para el procesamiento con sus respectivos costos se resumen en el Anexo 13.3.

El fomento agrícola comprende las inversiones vinculadas al desarrollo de la planta, desde la preparación del suelo hasta la primera producción. A continuación, se presentan los rubros que se consideraron dentro del fomento agrícola:

Costo del fomento agrícola para el proyecto de nuez de Macadamia

| Costo Total de Fomento Agrícola (miles usd) | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Periodos | 1 | 2 | 3 | Total |
| Preparación terreno | 0.30 | 0.30 | 0.30 | 0.90 |
| Materiales directos | 59.54 | 7.30 | 7.55 | 74.39 |
| Mano de obra directa | 8.82 | 2.70 | 3.92 | 15.44 |
| Mano de obra indirecta | 17.04 | 17.04 | 17.04 | 51.12 |
| Imprevistos (3%) | 2.57 | 0.82 | 0.86 | 4.26 |
| Total | 88,27 | 28,16 | 29,67 | 146,10 |

Fuente: Anexos 13.2 y 13.4. Investigación junto con el Ing. Agrónomo Herrera Mario

Elaborado por: Autora.

Los costos de los utensilios para los empleados de la planta, se resumen a continuación:

Utensilios para obreros de la planta industrial

| Descripción | Cantidad | Precio Unitario | Costo Total |
|--|----------|-----------------|------------------|
| Mandiles | 8 | \$10.00 | \$80.00 |
| Gorros de cabello (en cajas de 50 u.) | 1 | \$5.00 | \$5.00 |
| Guantes | 8 | \$3.00 | \$24.00 |
| Botas | 8 | \$5.00 | \$40.00 |
| Total | | | \$ 149,00 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autora.

El costo de muebles y enseres para las oficinas administrativas, que funcionarán en la empresa, se presentan en el siguiente cuadro:

Muebles y enseres de oficinas administrativas

| Descripción | Cantidad | P unitario | C. Total |
|-----------------------------|----------|------------|--------------------|
| Computadoras | 4 | \$650.00 | \$2,600.00 |
| Copiadora-scanner-impresora | 2 | \$90.00 | \$180.00 |
| Escritorios | 3 | \$75.00 | \$225.00 |
| Escritorio Gerencial | 1 | \$150.00 | \$150.00 |
| Sillas | 5 | \$45.00 | \$225.00 |
| Sillas ejecutivas | 1 | \$60.00 | \$60.00 |
| Sillón de 3 personas | 1 | \$85.00 | \$85.00 |
| Fax-teléfono | 4 | \$110.00 | \$440.00 |
| Línea telefónica | 1 | \$100.00 | \$100.00 |
| Central de Aire | 1 | \$1,200.00 | \$1,200.00 |
| Total | | | \$ 5.265,00 |

Fuente: Investigación Propia (cotizaciones)

Elaborado por: Autora.

Los gastos organizacionales (activos diferidos), están constituidos por:

Gastos de la Empresa

| Rubro | Valor |
|--------------------------------|------------------|
| Superintendencia de Compañías | \$ 140,00 |
| Obtención del RUC | \$ 0,00 |
| Afiliación Cámara de Comercio | \$ 20,00 |
| Inscripción Registro Mercantil | \$ 30,00 |
| Número Patronal IESS | \$ 10,00 |
| TOTAL | \$ 200,00 |

Fuente: Investigación Propia (cotizaciones)

Elaborado por: Autora.

Finalmente, los permisos de funcionamiento se estimaron en USD 200 anuales, de acuerdo a información proporcionada por el Municipio de Quito(2011), Sri(2011), Superintendencia de Compañías (2011), Cámara de comercio (2011).

14.1. Financiamiento

Para la ejecución del proyecto, el componente del financiamiento constituye uno de los rubros más importantes. De acuerdo a lo expuesto en los puntos anteriores, la inversión inicial total para el proyecto, incluyendo el capital de trabajo, sería de:

Inversión Inicial Total para el proyecto de Industrialización de Macadamia

| Inversión Inicial Total | | | | |
|--------------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| Fase Pre-operativa | | | | |
| Rubro | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
| Activos | | | | |
| Fijos Netos | 266320 | 29004 | 94586 | 389910 |
| Diferidos | 13960 | 13780 | 13780 | 41520 |
| Capital de trabajo | 32718 | 32718 | 32718 | 98154 |
| INVERSION TOTAL | 312998 | 75502 | 141084 | 529584 |

Fuente: (Meigs et al.,2000: pp.371-374; Zapata , P. 2005: pp.164-165)

Elaborado por: Autora.

Capital social: El aporte del inversionista para la ejecución del proyecto representa el 70% del costo de la inversión inicial, lo que corresponde a \$379,586. ((Ross et al.,2006: pp.20-24).

Crédito: El crédito de instituciones financieras a largo plazo, representa el 30% del costo de la inversión, aunque para proyectos a largo plazo y con una fase pre-operativa extensa, se puede financiar el costo del terreno y el fomento agrícola. En el caso de la empresa, el costo del terreno corre a cuenta del inversionista. (Ross et al.,2006: pp.671-672).

Financiamiento para el proyecto “jalea de macadamia ecuatoriana”

| FINANCIAMIENTO | PERIODO PRE-OPERATIVO | | | TOTAL |
|-----------------------------|-----------------------|--------------|---------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| Propio | 162998 | 75503 | 141085 | 379586 |
| Terceros | | | | |
| credito proveedores | 0 | 0 | 0 | |
| credito mediano plazo | 0 | 0 | 0 | |
| credito largo plazo | 150000 | 0 | 0 | |
| Total Terceros | 150000 | 0 | 0 | 150000 |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | 312998 | 75503 | 141085 | 529586 |

Fuente: Ross et al.,2006: pp.670-685

Elaborado por: Autora.

Como se observa, el monto de inversión inicial es bastante elevado, debido principalmente al costo del terreno, la construcción de la empresa y el precio de la planta de macadamia, este último rubro está dentro del fomento agrícola como material directo, en el primer año. El crédito solicitado corresponde al 30% de la inversión inicial sin financiamiento, con una tasa de interés del 12%, con un plazo de 10 años y sin años de periodo de gracia parcial, según estipula la línea de crédito Multisectorial otorgada por la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2011), como institución de primer y segundo piso.

14.2. Depreciaciones, mantenimiento y seguros

La política de depreciaciones, mantenimientos y seguros será como se detalla a continuación, de acuerdo a las leyes y tasas vigentes en el mercado.

Depreciación, mantenimiento y seguros de los activos fijos

| ACTIVOS FIJOS NETOS | Valor (USD) | VIDA UTIL | Mantenim. % | Seguro % | Total Depreciac. | Total Mantenim. | Total Seguro |
|--|-------------|-----------|-------------|----------|---------------------|--------------------|--------------------|
| Terreno | 100,000 | | | | | | |
| Fomento Agrícola | 146,096 | 20 | 0.00% | 0.00% | \$7,304.78 | \$0.00 | \$0.00 |
| Guardiania (40m2) | 2,000 | 15 | 1.50% | 0.40% | \$133.33 | \$30.00 | \$8.00 |
| Cercas y caminos | 19,000 | 10 | 1.50% | 0.10% | \$1,900.00 | \$285.00 | \$19.00 |
| Batería de baños | 2,280 | 15 | 1.50% | 0.40% | \$152.00 | \$34.20 | \$9.12 |
| Bodega agrícola (120 m2) | 3,952 | 15 | 1.50% | 0.40% | \$263.47 | \$59.28 | \$15.81 |
| Galpón para maquinaria (50 m2) | 900 | 15 | 1.50% | 0.40% | \$60.00 | \$13.50 | \$3.60 |
| Galpón de poscosecha (120 m2) | 1,520 | 15 | 1.50% | 0.40% | \$101.33 | \$22.80 | \$6.08 |
| Vivienda-oficina (80 m2) | 6,000 | 10 | 1.50% | 0.40% | \$600.00 | \$90.00 | \$24.00 |
| Silo con atmósfera controlada | 9,000 | 10 | 1.50% | 0.40% | \$900.00 | \$135.00 | \$36.00 |
| Instalación eléctrica y equipo de agua | 11,400 | 10 | 2.00% | 0.40% | \$1,140.00 | \$228.00 | \$45.60 |
| Tractor | 9,500 | 5 | 5.00% | 5.00% | \$1,900.00 | \$475.00 | \$475.00 |
| Implementos del tractor | 4,500 | 3 | 3.00% | 0.40% | \$1,500.00 | \$135.00 | \$18.00 |
| Equipo de fumigación | 2,500 | 5 | 3.00% | 0.20% | \$500.00 | \$75.00 | \$5.00 |
| Carretón | 2,000 | 5 | 5.00% | 5.00% | \$400.00 | \$100.00 | \$100.00 |
| Vehículo (camión) | 33,000 | 5 | 5.00% | 5.00% | \$6,600.00 | \$1,650.00 | \$1,650.00 |
| Equipo y herramientas agrícolas | 3,000 | 3 | 3.00% | 0.20% | \$1,000.00 | \$90.00 | \$6.00 |
| Equipo y máquinas para planta industr | 16,500 | 10 | 3.00% | 0.20% | \$1,650.00 | \$495.00 | \$33.00 |
| Utensilios para empleados | 141 | 3 | 3.00% | 0.20% | \$47.00 | \$4.23 | \$0.28 |
| Muebles y enseres de oficina | 5,265 | 5 | 1.50% | 0.00% | \$1,053.00 | \$78.98 | \$0.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 27.204,92 | \$ 4.000,99 | \$ 2.454,49 |

Fuente: Ross et al.,2006: pp.305-308. Datos Anexo 14.

Elaborado por: Autora.

14.3. Tabla de amortización

El crédito total requerido asciende a USD 150,000 los cuales se pagará en un plazo de 10 años y con una tasa de interés del 12%. La tabla de amortización del crédito se expone en el siguiente cuadro:

Tabla de amortización del préstamo

| CREDITO DE LARGO PLAZO (USD) | | | | |
|------------------------------|----------|----------------------|----------------------|----------------------|
| MONTO INICIAL | | | \$ 150.000,00 | |
| PLAZO (SEMESTRAL) | | | 20 | |
| GRACIA (SEMESTRAL) | | | 0 | |
| INTERÉS NOMINAL (SEMESTRAL) | | | 6% | |
| PERIODO | PAGO | INTERESES | ABONO | SALDO |
| 0 | | | | \$150,000 |
| 1 | \$13,078 | \$9,000 | \$4,078 | \$145,922 |
| 2 | \$13,078 | \$8,755 | \$4,322 | \$141,600 |
| 3 | \$13,078 | \$8,496 | \$4,582 | \$137,018 |
| 4 | \$13,078 | \$8,221 | \$4,857 | \$132,162 |
| 5 | \$13,078 | \$7,930 | \$5,148 | \$127,014 |
| 6 | \$13,078 | \$7,621 | \$5,457 | \$121,557 |
| 7 | \$13,078 | \$7,293 | \$5,784 | \$115,773 |
| 8 | \$13,078 | \$6,946 | \$6,131 | \$109,641 |
| 9 | \$13,078 | \$6,578 | \$6,499 | \$103,142 |
| 10 | \$13,078 | \$6,189 | \$6,889 | \$96,253 |
| 11 | \$13,078 | \$5,775 | \$7,303 | \$88,950 |
| 12 | \$13,078 | \$5,337 | \$7,741 | \$81,210 |
| 13 | \$13,078 | \$4,873 | \$8,205 | \$73,005 |
| 14 | \$13,078 | \$4,380 | \$8,697 | \$64,307 |
| 15 | \$13,078 | \$3,858 | \$9,219 | \$55,088 |
| 16 | \$13,078 | \$3,305 | \$9,772 | \$45,316 |
| 17 | \$13,078 | \$2,719 | \$10,359 | \$34,957 |
| 18 | \$13,078 | \$2,097 | \$10,980 | \$23,977 |
| 19 | \$13,078 | \$1,439 | \$11,639 | \$12,337 |
| 20 | \$13,078 | \$740 | \$12,337 | \$0 |
| TOTAL | | \$ 111.554,00 | \$ 150.000,00 | \$ 261.554,00 |

Fuente: Meigs et al.,2000: pp.423-425.

Elaborado por: Autora.

14.4. Balance General Inicial

El balance general inicial mostrará la aportación neta que deberán realizar los accionistas o promotores del proyecto. La aportación inicial de los accionistas es menor que los USD 560,000 que aporta la institución financiera para la inversión en activo fijo (excluyendo el terreno) y diferido (excluyendo los gastos organizacionales). Teniendo así:

Balance General Inicial
(Al 31 de diciembre del 2011)
"AINE Macadamia Company"

| ACTIVO | | PASIVO | |
|-----------------------------|-------------------|------------------------------|-------------------|
| Activo circulante | | Pasivo Circulante | |
| Caja, Banco | 32,718 | Sueldos, deudores, impuestos | 0 |
| Valores e inversiones | 0 | | |
| Subtotal | \$32,718 | Pasivo Largo Plazo | |
| Activo fijo | | Préstamo a diez años | \$150,000 |
| Equipo de producción | 107,766 | | |
| Equipo de oficinas y ventas | 13,022 | | |
| Terreno y obra civil | 145,532 | CAPITAL | |
| Subtotal | \$266,320 | Capital social | \$162,998 |
| Activo diferido | \$13,960 | | |
| Total Activos | \$ 312.998 | Pasivo + Capital | \$ 312.998 |

Fuente: Meigs et al.,2000: pp.39-41; Zapata , P. 2005: pp.70-80; Ross et al.,2006: pp.21-25.

Elaborado por: Autora.

14.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

El proyecto desarrollado en primeros años de operación de la empresa, no produce ingresos suficientes para cubrir los costos, lo que obliga a una aportación de capital de trabajo en dichos años. El estado de pérdidas y ganancias de la empresa se detalla a continuación, en donde se podrá observar que desde el sexto año del proyecto se obtiene saldos positivos, así:

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado (USD)

| DETALLE | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|--|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ventas Netas | 22,072 | 132,432 | 220,721 | 353,153 | 618,017 | 794,594 | 927,026 | 1,103,603 | 1,191,891 | 1,235,626 |
| Costo de ventas | 36,684 | 48,172 | 60,901 | 77,792 | 101,455 | 127,871 | 159,767 | 201,745 | 252,949 | 317,467 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | -14,612 | 84,261 | 159,820 | 275,360 | 516,562 | 666,723 | 767,259 | 901,858 | 938,942 | 918,159 |
| Costos indirectos | 67,448 | 70,913 | 65,382 | 69,541 | 77,859 | 83,404 | 87,563 | 93,108 | 95,880 | 97,267 |
| Gastos de administración y de ventas | 46,870 | 54,827 | 61,193 | 70,741 | 89,838 | 102,569 | 112,117 | 124,849 | 131,214 | 134,367 |
| UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL | -128,929 | -41,480 | 33,245 | 135,079 | 348,866 | 480,750 | 567,579 | 683,901 | 711,847 | 686,525 |
| Gastos Financieros | 14,240 | 12,767 | 11,112 | 9,253 | 7,164 | 4,816 | 2,179 | | | |
| Otros ingresos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Otros egresos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES PARTICIP. | -143,169 | -54,247 | 22,133 | 125,826 | 341,702 | 475,934 | 565,400 | 683,901 | 711,847 | 686,525 |
| 15% Participación trabajadores | 0 | 0 | 3,320 | 18,874 | 51,255 | 71,390 | 84,810 | 102,585 | 106,777 | 102,979 |
| UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES IMP. RENTA | -143,169 | -54,247 | 18,813 | 106,952 | 290,447 | 404,543 | 480,590 | 581,316 | 605,070 | 583,546 |
| Impuesto a la renta (25%) | 0 | 0 | 4,703 | 26,738 | 72,612 | 101,136 | 120,148 | 145,329 | 151,268 | 145,886 |
| Utilidad Neta | -143169 | -54247 | -14110 | 80214 | 217835 | 303408 | 360443 | 435987 | 453803 | 437659 |

Fuente: Meigs et al.,2000: pp.91,110; Zapata , P. 2005: pp.73-80; Ross et al.,2006: pp.25-29.

Elaborado por: Autora.

14.6. Flujo de Caja

En el siguiente flujo de caja se puede observar que dentro de los primeros cinco años existe un saldo negativo, debido que para poder iniciar el proyecto se pide un préstamo de 150.000 USD para poder comenzar las actividades de fabricación, en el sexto año ya se cuenta con saldos positivos los cuales se van acumulando hasta llegar a un décimo tercer año (proyección) en el que ya se tendrá un valor de 3'172.518 USD.

La reinversión en capital de trabajo en el cuarto y quinto año se calculó con el método del máximo déficit acumulado, que no es más que la pérdida operativa proyectada para dichos años. Por último, el valor de rescate se lo calculó con el método económico, dado que la planta de jalea macadamia seguirá produciendo hasta los veinte y cinco años promedio. Por lo tanto, se obtuvo el flujo de efectivo basado en el penúltimo año de proyección, restándole la depreciación anual estimada, y dividiendo dicho valor por la tasa descuento, que es del 15.65%, con lo que se obtuvo el valor de salvamento y/o rescate o de desecho del proyecto. (Ross et al.,2006: pp.267, 840)

$$VD = \frac{(B - C)_K - Dep_k}{i}$$

Flujo de Caja(USD)

| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Ingresos | | | | 22072,0 | 132432,0 | 220721,0 | 353153,0 | 618017,0 | 794594,0 | 927026,0 | 1103603,0 | 1191891,0 | 1235626,0 |
| Costos Directos | | | | -36684,0 | -48172,0 | -60901,0 | -77792,0 | -101455,0 | -127871,0 | -159767,0 | -201745,0 | -252949,0 | -317467,0 |
| Costos Indirectos | | | | -31939,0 | -35404,0 | -38177,0 | -42336,0 | -50654,0 | -56199,0 | -60358,0 | -65903,0 | -68675,0 | -70062,0 |
| Gastos Administrativos y Ventas | | | | -46870,0 | -54827,0 | -61193,0 | -70741,0 | -89838,0 | -102569,0 | -112117,0 | -124849,0 | -131214,0 | -134367,0 |
| Interés Préstamo | -17755,0 | -16717,0 | -15551,0 | -14240,0 | -12767,0 | -11112,0 | -9253,0 | -7164,0 | -4816,0 | -2179,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Depreciación | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 | -27205,0 |
| Amortización Intangible | -8304,0 | -8304,0 | -8304,0 | -8304,0 | -8304,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Utilidad antes de Impuestos | -53264,0 | -5226,0 | -51059,0 | -143169,0 | -54247,0 | 22133,0 | 125826,0 | 341702,0 | 475934,0 | 565400,0 | 683901,0 | 711847,0 | 686525,0 |
| Participación de trabajadores | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | -3320,0 | -18874,0 | -51255,0 | -71390,0 | -84810,0 | -102585,0 | -106777,0 | -102979,0 |
| Impuesto a la renta | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | -4703,0 | -26738,0 | -72612,0 | -101136,0 | -120148,0 | -145329,0 | -151268,0 | -145886,0 |
| Utilidad Neta | -53264,0 | -52226,0 | -51059,0 | -143169,0 | -54247,0 | 14110,0 | 80214,0 | 217835,0 | 303408,0 | 360443,0 | 435987,0 | 453803,0 | 437659,0 |
| Depreciación | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 | 27205,0 |
| Amortización Intangible | 8304,0 | 8304,0 | 8304,0 | 8304,0 | 8304,0 | 0,0 | | | | | | | |
| Inversión Inicial | -280280,0 | -42784,0 | -108366,0 | | | | | | | | | | |
| Inversión capital de trabajo | -32718,0 | -32718,0 | -32718,0 | -32718,0 | -119576,0 | -32126,0 | | | | | | | |
| Préstamo | 150000,0 | | | | | | | | | | | | |
| Amortización de la deuda | -8400,0 | -9438,0 | -10605,0 | -10605,0 | -13388,0 | -15043,0 | -16903,0 | -18992,0 | -21339,0 | -23977,0 | | | |
| Valor de desecho | | | | | | | | | | | | | 2707653,0 |
| FLUJO DE CAJA | -189154,0 | -101658,0 | -167240,0 | -239152,0 | -64253,0 | 26271,0 | 90516,0 | 226048,0 | 309274,0 | 363671,0 | 463192,0 | 481008,0 | 3172518,0 |

FUENTE: Ross et al.,2006:# 262-320

ELABORADO POR: autora.

PERIODO DE RECUPERACIÓN

| Años | Valores FdC | Acumulado |
|------|-------------|------------|
| 1 | -189154,00 | -189154,00 |
| 2 | -101568,00 | -290812,00 |
| 3 | -167240,00 | -458052,00 |
| 4 | -123152,00 | -697203,00 |
| 5 | -64253,00 | -761456,00 |
| 6 | 26271,00 | -735185,00 |
| 7 | 90516,00 | -644668,00 |
| 8 | 226048,00 | -418620,00 |
| 9 | 309274,00 | -109347,00 |
| 10 | 363671,00 | 254325,00 |
| 11 | 463192,00 | |

FUENTE: Ross et al.,2006:# 262-320

ELABORADO POR: autora.

Para analizar si este proyecto es rentable, se obtuvieron los siguientes valores del Flujo de Caja, los cuales son analizados (Ross et al.,2006:# 262-320):

- TIR: rendimiento de los activos de un proyecto (tasa interna de retorno):23.96%
- VAN: rendimiento absoluto de los activos en términos de flujo de caja actualizados (valor actual neto): 400.248
- Tasa de Descuento: 16.76%
- El periodo de recuperación es en promedio: 10 años

Como los valores del TIR y VAN son superiores a la tasa de descuento y el VAN mayor a cero, se determina que el proyecto es rentable y el periodo de recuperación es tolerable y aceptable para la inversión del proyecto.

ANEXO 15

ENTREVISTAS CON EXPERTOS

PERFIL DEL ENTREVISTADO

León, Jorge.

Ingeniero Agrónomo.

¿Conoce algo sobre la macadamia?

La macadamia es un producto no tradicional y a la vez no conocido en nuestro país, existen solo algunas personas las cuales son de clase media alta las cuales conocen los beneficios que este producto no tradicional posee, el consumo del mismo es dentro del mercado gourmet ya sea que se lo emplee en la elaboración de chocolates, pasteles, galletas, entre otros. Cabe decirse, que existen otros usos para este producto como en campos de la medicina, de la cosmetología, entre otros. Los principales productos sustitutos y complementarios de la macadamia son: la almendra, la avellana, el marañón y el pistacho. Los chocolates, pasteles, helados, entre otros, respectivamente.

¿Qué le parece la idea de exportar jalea de macadamia al estado de Illinois, Estados Unidos?

El negocio de los productos saludables y exóticos es muy conveniente y tiene un buen índice de rentabilidad ya que hay que tomar en cuenta que éste producto se consume de diferentes maneras en diferentes presentaciones. De hecho, conozco algunas presentaciones las cuales en cierta medida satisface no solo la demanda nacional e internacional sino también la demanda por productos exóticos y saludables que muchas de las personas actualmente buscan y necesitan. Y en particular, si se establece el mercado de Estados

Unidos, no solo porque es el principal mercado con el que nuestro país comercializa sino también porque es un mercado en el cual se buscan satisfacer varios campos de necesidad de los consumidores, entre los cuales actualmente están la salud y el bienestar.

¿Cree que en los Estados Unidos se puede crear una cultura de consumo de jalea de macadamia?

Siempre, en cualquier mercado ya sea este nacional o internacional se puede considerar una cultura de consumo ya que para cualquier producto con un valor agregado es de considerado como una novedad, por lo que es muy factible para poder penetrar en otros grupos socio-económicos, que por medio de un buen sistema de producción se lograría abaratar costos y eso permitiría abarcar a la mayor parte del mercado internacional y a futuro nacional.

¿Puede la jalea de macadamia ser un sustituto de algunas otras jaleas que existan en el mercado estadounidense?

Si se logra tecnificar y desarrollar nuevas técnicas para bajar los costes de producción podría ser un sustituto ideal de jaleas, tendría una gran aceptación en el mercado por su contenido calorías, hierro, vitaminas y omega-3 y bajo nivel de colesterol. Es decir, con las nuevas tendencias de salud y por ser un mercado de consumo mucho más saludable la gente tiende a demandar un producto mucho más sano.

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Hinojosa, Gonzalo.

Máster en Administración de Empresas.

¿Cuál es su perspectiva acerca de la idea de establecer un negocio de jalea de macadamia en el Ecuador, para su posterior exportación a Illinois, Estados Unidos?

Puedo comentar que en algunos restaurantes sofisticados y bastantes diferenciados existe el consumo de macadamias, en especial en restaurantes gourmet, como aditivo e inclusive individuales dentro de las ofertas para el cliente dentro menú.

La macadamia es un producto no tradicional y muy poco conocido, el cual se está introduciendo de a poco en el país, la cual es una razón por la que, no veo el proyecto como algo lejano sino como un negocio muy factible, con una producción dirigida a una clase media alta fundamentalmente. Con respecto al nicho de mercado, que en este caso es Illinois, Estados Unidos; me parece el mejor mercado para poder exportarla, debido a que actualmente se está creando una necesidad de consumir productos saludables y de calidad. De esta forma, podríamos decir que, para que, sea un sustituto de las jaleas que existen actualmente se deben tomar medidas en la ejecución de marketing; ya que el producto aún no está totalmente posicionado ni en el mercado nacional ni en el internacional.

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Palacios, Ivan.

Ingeniero Comercial. Actualmente trabaja en el Municipio de Mejía, dentro del Departamento de desarrollo turístico y de productividad.

¿Cuál es su perspectiva acerca de la idea de establecer un negocio de jalea de macadamia en el Ecuador, específicamente en el cantón Machachi, para su posterior exportación a Illinois, Estados Unidos?

Primeramente, el hecho de querer establecer un negocio como el que me menciona, es una idea atractiva para el Ecuador y no solo para inversionistas nacionales sino a la vez internacionales; debido a que por algunos años se ha estado tratadando de introducir este y otros productos no tradicionales a diferentes mercados, tal es la razón que el gobierno actual para poder alcanzar esta meta, por así decirlo, está favoreciendo al productor ecuatoriano; por ejemplo: por medio del Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013.

Segundo, el lugar para poder producir macadamias, depende de un clima que le favorezca, de tal manera que se pueda obtener un producto de calidad y de buen tamaño, sabor y textura para poder emplearlo en la realización de una jalea; y por esto según mi criterio, en el cantón Machachi, debido al clima que este posee, sería el lugar ideal para la producción de nueces de macadamia.

Y por último, el mercado al que se pretende exportar este producto final, es un mercado dentro del cual existen algunos establecimientos de comida gourmet, los cuales consumirían este producto de manera constante; sin mencionar que a la vez existe una necesidad por parte de los consumidores, mayormente estadounidenses y posteriormente europeos, por consumir productos saludables y de calidad. Lo cual hace que este producto denominado “jalea de macadamia ecuatoriana” sea una alternativa muy atractiva, la cual rendirá en favorables ingresos no solo para la empresa sino también para el país.