ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Economía y Negocios

Proyecto de Grado

"EXPORTACIÓN DE PLANTAS VIVAS A DUBAI EN EL 2009"

Presentada por:

María José Campuzano

Gabriela García Vélez

Raquel Landetta Rea

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

Guayaquil – Ecuador

2008-2009

DEDICATORIA

Esta tesis es una parte de mi vida y comienzo de otras etapas por esto y más, la dedico a Dios a mis padres, familia y amigos uno de mis sueños entre otros ya cumplido.

A mis padres sabiendo que jamás existirá una forma de agradecer en esta vida de lucha y superación constante, deseo expresarles que mis ideales, esfuerzos y logros han sido también suyos y constituye el legado más grande que pudiera recibir, por los valores morales y formación profesional. Porque sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y porque nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo. Por lo que soy y por todo el tiempo que les robé pensando en mi… Gracias los amo.

Lo que hoy es utópico mañana es real. Mundos Posibles. La utopía es lo que ha conducido a que seamos posibles. Jerome Bruner.

Gabriela García

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico especialmente a Dios que cada día me va fuerzas para alcanzar mis metas y me acompaña cada segundo.

A mis padres y hermana durante el desarrollo de este trabajo y durante toda mi vida han estado junto a mí para alentarme y ayudarme por que este logro no es mío sino nuestro, en todo momento los llevo conmigo.

María José Campuzano

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por las oportunidades y bendiciones que me brinda.

Quisiera expresar mi agradecimiento a mis padres por su amor, dedicación, compresión en cada etapa de mi vida y en esta la meta de hoy la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir; también quiero agradecer a nuestros profesores y amigos que cumplen con nosotros esta meta, en especial al Ing. Marco Tulio Mejía nuestro director de tesis por su guía y enseñanzas.

Maria José Campuzano

Agradezco en primer lugar a Dios porque sin el no tuviera la fuerza que me ha dado y no hubiese sido posible este sueño, a mis padres que son mi ejemplo, adoración y mi orgullo, a mis hermanos que los amo con mi vida y mi familia. No es fácil llegar, se necesita ahínco, lucha y deseo, pero sobre todo el apoyo de mis amigos que he recibido durante este tiempo, en especial a Christian Véliz muchas gracias por ayudarme con los imprevistos que se me presentaron y supiste ayudarme a resolverlos. Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

Un especial agradecimiento a mi director Ing. Marco Tulio por la paciencia y el tiempo invertido en nosotras.

Gabriela García

Agradezco en primer lugar a Dios que me da y me seguirá dando fortaleza para seguir adelante todos los días.

Un profundo agradecimiento a mi mamá y hermana por su apoyo incondicional a lo largo de esta etapa de mi vida, y a todos los profesores quienes de alguna manera aportaron a mi formación profesional y me alentaron a logar esta hermosa realidad.

Raquel Landetta

TRIBUNAL DE GRADO

ING. OSCAR MENDOZA MACÍAS, DECANO

PRESIDENTE

ING. MARCO TULIO MEJIA

DIRECTOR DE PROYECTO

EC. IVAN RIVADENEIRA

VOCAL

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, corresponde exclusivamente a las autoras; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral"

María José Campuzano

Gabriela García Vélez

Raquel Landetta Rea

RESUMEN

Ciertos sectores de la economía de un país están relacionados entre si; las decisiones y cambios de un sector pueden promover diversos cambios que se transmiten en variaciones de los montos exportados e importados en un determinado periodo de uno o algunos tipos de productos de otro sector. En este trabajo se estudia el crecimiento observado en las exportaciones de plantas vivas a Dubai como una necesidad indirecta que surgió en el sector de la construcción, que los últimos años ha tenido un gran crecimiento. El comportamiento de la demanda de las plantas vivas esta relacionada con el comportamiento de la demanda de los proyectos de construcción, ya que las plantas son un complemento de estos proyectos. El reciente crecimiento de la economía de este país ha abierto oportunidad de negocios que usualmente en otros países ya se encuentran saturados por la oferta externa e interna.

INDICE GENERAL

Capítulo III: ESTUDIO FINANCIERO

ABREVIATURAS

PIB Producto Interno Bruto

EAU Emiratos Árabes Unidos o sus siglas en inglés UAE United Arabian Emiratos

DDIA Siglas en inglés Autoridad del Desarrollo e Inversión del Gobierno de Dubai

M² metros cuadrados

CANT. Cantidad

HRS. Horas

REP. Reproducción

CM. Centímetros

ETC. Etcetera

FOB Free On Board

TM Grupo Mobiliario Especialista en la Construcción

IPM Iniciativa de Elaboración Interactiva de las Políticas

CCG Consejo de Cooperación del Golfo

AED Cambio de moneda

ONU Organización de las Naciones Unidas

DIC Dubai Internet City

INDICE DE CUADROS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO I: ESTUDIO TÉCNICO

En esta parte se define la capacidad de las instalaciones, se detalla el proceso productivo que necesitan las plantas para su reproducción como equipo de riego, mano de obra e insumos; permite conocer el índice de productividad de cada operario que saca al máximo provecho frente al tiempo estándar de trabajo.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de la construcción ha tenido gran crecimiento en Dubai-Emiratos Árabes debido a dos factores: el crecimiento de la demanda de hoteles por el alto porcentaje de visitas de turistas a este país y por el crecimiento del sector mobiliario debido al crecimiento de la población de Dubai. Este auge en la demanda del sector de la construcción y creación de nuevos proyectos de este sector ha creado una demanda de plantas y flores para adornar y complementar los diferentes proyectos que se están llevando acabo. El problema que se busca resolver con este estudio es conocer el mercado, sus necesidades y buscar planteamientos de producción para satisfacer esta demanda.

1.2 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado realizada se pretende dé al proyecto una idea cercana de la cantidad demandada que existe en Dubai para las plantas vivas. En la investigación no se puede detallar de manera minuciosa las preferencias, gustos y pensamientos del consumidor ya que la investigación no ha sido directa a los posibles interesados sino que este proyecto se ha basado en datos históricos de importaciones desarrolladas en años anteriores que nos ayuden a dar una ponderación de la demanda y de una idea general del mercado objetivo; sin embargo el análisis de mercado arrojara los principales factores que los importadores de plantas buscan para la negociación, comercialización y todos los puntos que den a conocer el mercado y saber como se debe negociar con los posibles clientes y las características que debe tener el producto para introducirlo en el mercado. Con esta ponderación de la demanda se clasifica al proyecto como rentable o no y así conocer la aceptación de las plantas vivas en el mercado de Dubai. Este estudio de mercado busca dar una clara idea del eventual nivel de aceptación que tendrá el producto en el mercado.

El estudio de mercado proveerá las herramientas necesarias y suficientes al momento de estimar la demanda, así como la participación de mercado del producto; ejes fundamentales al momento de construir el flujo de caja proyectado para evaluar la factibilidad económica del proyecto. Por otro lado los resultados que arroje este estudio permitirán delinear estrategias de comercialización óptimas para establecer producto en el mercado y en la mente del consumidor.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

- **Objetivos Generales:**

- Identificar las oportunidades para la oferta de plantas vivas a Dubai, para a través de herramientas de medición comprobar la atractividad financiera del proyecto.

- **Objetivos Específicos**

- Estudiar los efectos y variaciones que pueden producirse en un sector de la economía debido a los cambios en el comportamiento de otro sector.
- Identificar posibles proyectos de construcción en los cuales se pueda participar como proveedores de plantas vivas.
- Definir el canal óptimo para la distribución e introducción del producto al mercado.
- Medir la productividad y eficiencia del proceso de reproducción.

1.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Emiratos Árabes Unidos

La riqueza de los Emiratos Árabes Unidos está en gran medida basada en la explotación de petróleo y gas natural, que representan alrededor del 20% de su PIB. La nación árabe es el tercer mayor productor de petróleo en el Golfo Pérsico después de Arabia Saudita e Irán. Desde 1973, los EAU han sufrido una profunda transformación, pasando de ser una región empobrecida de pequeños principados a un estado moderno con altos estándares de vida. (1)

En años recientes, el gobierno ha buscado la diversificación de sus fuentes de ingreso para disminuir su dependencia en las reservas limitadas de petróleo. Un resultado de estos esfuerzos ha sido el desarrollo sostenido del turismo, basado en infraestructura hotelera costera, desértica y deportiva. (1)

Dubai

La ciudad de Dubai es famosa por sus cientos de atracciones turísticas y su gran zona de rascacielos, entre ellos el Burj Dubai, el rascacielos más alto del mundo, y bloques de edificios en Sheikh Zayed Road, situada en el distrito financiero de Dubai. (2)

En el emirato se han construido grandes rascacielos entre los que se encuentra el Burj Dubai, la construcción más alta del mundo, Dubai se ha convertido en una puerta muy importante para Occidente que entre otras ventajas constituye un centro financiero de envergadura mundial en una zona de tiempo que no contaba con semejante infraestructura, estratégicamente localizada entre las capitales financieras de Londres y Singapur. Además, se celebran convenciones y conferencias internacionales, una de sus grandes fuentes de ingresos es el turismo, especialmente el de lujo. Dentro de los grandes proyectos de urbanización y de turismo, así como de vivienda de lujo, se encuentran las Palm Islands, con tres diferentes ambientes; en Jumeirah, que es el primero de los proyectos; en Jebel Ali, que es el segundo (50% más grande) y Deira, tres veces mayor que el primero. Asimismo, circundando la palmera Jebel Ali se encuentra el desarrollo del Waterfront que con su forma de media luna abarca todo el lado izquierdo de la segunda palmera y el territorio costero occidental a esta sirviendo de puerto de entrada al Arabian canal que consiste en una red de canales que conectarán a desarrollos interiores en pleno desierto replicando el éxito del antiguo Creek, otro mega proyecto es The World, compuesto por 300 islas de arena artificial, que serán ocupadas por residencias, centros comerciales y por hoteles de cinco estrellas. (2)

El idioma oficial es el árabe pero también se habla inglés, alemán, hindi/urdu, malayalam, tamil, persa y tagalo. La religión mayoritaria de los emiratos es el Islam, con una amplia mayoría de sunníes y una minoría chiíta digna de mención. Muchos de los extranjeros son de confesión hindú, sikh y cristiana. (2)

La ciudad de Dubai, se ha convertido en la reina de los proyectos más lujosos, ambiciosos y extraordinarios del mundo. (3) El deseo de los responsables de la Autoridad del Desarrollo e Inversión del Gobierno de Dubai -DDIA-, es Dubai se convierta en el primer destino turístico del Oriente Medio, razón por la que se construye como una iniciativa prioritaria para el país y sus fechas de finalización se estiman entre los años 2015 y 2018. (3)

La decisión del gobierno de Dubai ha sido diversificar su actividad de una economía basada en el comercio pero dependiente del petróleo a una orientada al sector de servicios y al turismo provocando que la construcción resulte más rentable, lo que se ha traducido en un boom inmobiliario en 2004-2006. La construcción a gran escala ha hecho de Dubai una de las ciudades con mayor crecimiento del mundo, comparable sólo con las grandes urbes chinas. Dubai se ha autoproclamado "La ciudad más rápida en crecer" Este boom constructor se centra en gran medida en megaproyectos. Hay actualmente en construcción un edificio llamado Burj Dubai, y se especula que tendrá 800 metros de altura, y será el rascacielos más alto del mundo. (4)

Los expatriados de distintas nacionalidades también han inyectado capital en los últimos años en Dubai, contribuyendo enormemente a la prosperidad de la ciudad. Tan sólo los inmigrantes de origen iraní han invertido unos 200 mil millones de dólares en Dubai. Dubai ha adquirido asimismo importantes propiedades en países extranjeros, en concreto inmuebles "Premium" en el centro urbano de ciudades como Nueva York y Londres. (4)

1.5 LOCALIZACIÓN

Se planifica implementar el proyecto en la ciudad de Guayaquil, en la Vía Samborondón por razones entre las que se destacan las condiciones ambientales controladas tales como la luz, su temperatura templada entre los 30 a 32 grados, en temporada invernal y de 22 a 25 grados en época de verano, humedad del sector, la disponibilidad de la mano de obra y materia prima, accesibilidad del lugar y costo de los servicios básicos. (5)

Se considera beneficioso contar con una fuente de agua natural (río) ya que esta agua contiene las sales y minerales que necesitan las plantas para su desarrollo, fuente en la cual se instalará un equipo de bombeo que permita succionar el agua que se conducirá por medio de tubos (regaderos) para optimizar el riego de las plantas, siendo este método un recurso para minimizar costos.

1.5.1 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

En la matriz de localización se evalúan dos posibles opciones de ubicación según las variables que influyen en el desarrollo del proyecto.

Cuadro 1.1

Matriz de localización del vivero

Factores Relevantes	Peso Asignado	Vía a la Costa		Samborondon	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Costo de Servicios Básicos	0,10%	7,00	0,7	9,00	0,9
Mano de Obra Disponible	0,40%	5,00	2,0	8,00	3,2
Costo del Terreno	0,20%	5,00	1,0	8,00	1,6
Accesibilidad a la localización	0,10%	7,00	0,7	5,00	0,5
Materia Prima Disponible	0,20%	7,00	1,4	7,00	1,4
Total	1,00%		5,8		7,6

Elaborado: Autoras

1.6 ESQUEMA DE LAS INSTALACIONES

Se planifica arrendar un lote de 2000 m^2 de superficie. Este terreno deberá poseer como mínimo una caseta segura de guardianía y aproximadamente 60 m^2 de bodegas para materiales y 24 m^2 para insumos químicos. Deberá edificarse un área de 40 m^2 de oficina.

Adicionalmente el terreno deberá tener facilidad de acceso para movilidad y carga.

El área para reproducción de las plantas está calculada en aproximadamente 800 m^2, divididos en 2 segmentos de 400 m^2 cada uno. El primer segmento será para la reproducción de la especie Gold Mound y el segundo segmento de la especie Fucshia. Adicionalmente, deberán establecerse 200 m^2 de áreas con piso de hormigón para circulación del personal y manipulación.

También se debe considerar la asignación de un área de 788 m^2 para la cuarentena de las plantas.

Esquema de cómo sería la edificación del proyecto (Anexo 1)

1.7 PERSONAL REQUERIDO

En el proyecto laborarían inicialmente 15 personas, ocupando los siguientes cargos:

Gerente General:

Sexo: Indistinto

Edad: 28-38 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Superior

Área de estudio: Comerció exterior, Administración de Empresas, Contabilidad / Auditoria, Marketing / Comercialización

Funciones:

- Definición de planes estratégicos
- Planeación y desarrollo de metas, objetivos y proyecciones anuales
- Evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento y desarrollo de las metas
- Supervisión de estados financieros
- Asignar los recursos de la empresa
- Análisis de crédito
- Motivar al personal
- Crear y mantener buenas relaciones con instituciones
- Visita a clientes

Requisitos Necesarios:

- Dominio avanzado del Idioma Inglés
- Pasaporte vigente
- Disponibilidad para viajar al exterior

Experiencia: 3 años en Administración de empresas *mínimo

Aptitudes de liderazgo

<u>Administrador:</u>

Sexo: Indistinto

Edad: 23 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Superior

Área de estudio: Comerció exterior, Administración de Empresas, Contabilidad.

Funciones:

- Control de flujo de efectivo y gastos
- Interpretación de Estados financieros
- Dirección y manejo del personal
- Contratación y pago a proveedores

Requisitos Necesarios:

- Conocimiento medio del Idioma Inglés
- Manejo de Office e Internet
- Experiencia: 1 años en Administración de empresas *mínimo

Coordinador de Operaciones:

Sexo: Indistinto

Edad: 22 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Superior

Área de estudio: Ingeniería

Funciones:

- Supervisión del cumplimiento de los procedimientos, políticas y normas de control de las operaciones
- Garantizar la adecuación de pedidos, a las políticas de precios, escalas y cupos de ventas, previamente a su despacho
- Planificación de cargas, y establecimiento de la logística de despachos
- Supervisión de almacén y despacho
- Coordinar con ventas, lo referente a saldos, pedidos pendientes y nuevos pedidos
- Análisis de costos operativo

Requisitos Necesarios:

- Manejo de Office
- Experiencia: 1 año en posiciones similares

Vendedor:

Sexo: Indistinto

Edad: 25 años

Estado civil: Soltero

Educación: Superior

Área de estudio: Marketing ó Comercialización

Funciones:

- Seguimiento a clientes
- Cotización y ventas
- Facturación y cobranza
- Atención de los requerimientos de los clientes
- Presentación de cuentas ante el directorio
- Estudio de mercado
- Proponer estrategias comerciales y de promoción

Requisitos Necesarios:

- Dominio avanzado del Idioma Inglés
- Pasaporte vigente
- Disponibilidad para viajar al exterior
- Manejo de Office e internet

Experiencia: 2 años en ventas *mínimo

Habilidad para expresarse y comunicarse al teléfono

Actitud de servicio

Jornalero:

Sexo: Masculino

Edad: 18 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Indistinto

Funciones:

- Reproducción y cuidado de plantas
- Embalaje de plantas para exportación
- Carga y descarga de mercancía e insumos

Requisitos Necesarios:

- Referencias personales

Mínimo 3 recomendaciones

Experiencia: 6 meses *mínimo

Chofer:

Sexo: Masculino

Edad: 20 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Indistinto

Funciones:

- Transporte de mercancía e insumos
- Carga y descarga de mercancía e insumos

Requisitos Necesarios:

- Licencia profesional
- Referencias personales
- Mínimo 3 recomendaciones

Experiencia: 1 año *mínimo

Guardia:

Sexo: Masculino

Edad: 22 años

Estado civil: Indistinto

Educación: Indistinto

Funciones:

- Salvaguardar la seguridad del Terreno

Requisitos Necesarios:

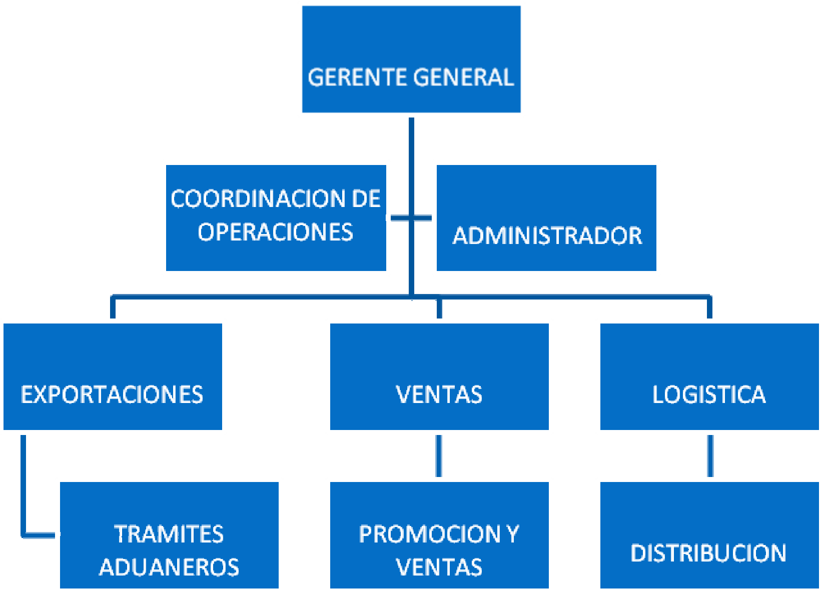
- Referencias personales

Mínimo 3 recomendaciones

Experiencia: 6 meses *mínimo

Cuadro 1.2

Esquema del personal



1.8 CAPACIDAD

Para la reproducción de las plantas no se necesitará herramientas de alta tecnología ni maquinarias especializadas ya que para su reproducción requiere sólo de equipos de riego y mano de obra.

Sólo para la reproducción y cuidado de las plantas se empleara 10 personas, para explicar la producción obtenida nos ayudaremos con la siguiente tabla.

Cuadro 1.3

Cuadro de producción

Hombre	Funda	Unid. de Medidas	Cant. Rep. x Hombre Diario	Rep. Diaria	Rep. Semanal	Rep. Mensual	Rep. Anual
10	8x12	cm.	187	1870	9350	37400	448800

Elaborado: Autoras

1.9 TIEMPO NOMINAL

El periodo de trabajo será de 5 días a la semana en jornada de 8 horas diarias. La capacidad de horas de reproducción de la planta será de 1600 horas/ mes

8 horas * 5 días * 4 semanas* 10 hombres = 1600 horas / mes

1.10 TIEMPO IMPRODUCTIVO

Retraso del proceso de producción 110 horas / mes.

Tiempo Productivo = Tiempo Nominal – Tiempo Improductivo

1490 = 1600 - 110

Para medir la productividad existen 2 factores:

1.10.1 EFICIENCIA

Es el índice de comportamiento ante un estándar establecido, el tiempo estándar en este caso será el proceso de reproducción. Las unidades reproducidas al mes serán de 37.900 esto se lo divide para 20 que son los días trabajados al mes que es igual a 1.890 y la hora q se demoran por reproducir cada planta es de 30 minutos.

$$\text{Eficiencia} = \frac{\text{Tiempo Estándar x Unidades Producidas}}{\text{Horas Productivas}}$$

$$\text{Eficiencia} = \frac{(30/60) \times 1890}{1490}$$

Eficiencia = 63.42%

1.10.2 UTILIZACIÓN

Es el índice o grado con el que se aprovechan los recursos.

$$\text{Utilización} = \frac{\text{Tiempo productivo}}{\text{Tiempo Nominal}}$$

$$\text{Utilización} = \frac{1490}{1600}$$

Utilización = 93.13%

1.10.3 NIVEL DE PRODUCTIVIDAD

Productividad = Eficiencia x Utilización

59.06% = 63.42% x 93.13%

1.11 PROCESO DE REPRODUCCIÓN DE PLANTAS

Regar las plantas progenitoras unas pocas horas antes, de forma que el tejido esté turgente.

- Preparar la mezcla de la tierra de sembrado y arcilla en las respectivas fundas de tamaño 8x12, antes de iniciar la poda.
- Se realiza la poda de los esquejes elegidos.
- Se planta los esquejes rápidamente, evitando de este modo la pérdida de humedad por transpiración, manteniendo siempre húmeda la tierra durante el enraizamiento.
- La poda se inserta a 5 cm. de profundidad en la funda.

Estas especies crecen mejor en ambientes con temperaturas entre 65 y 80 grados, por lo que es aconsejable ponerlas a pleno sol.

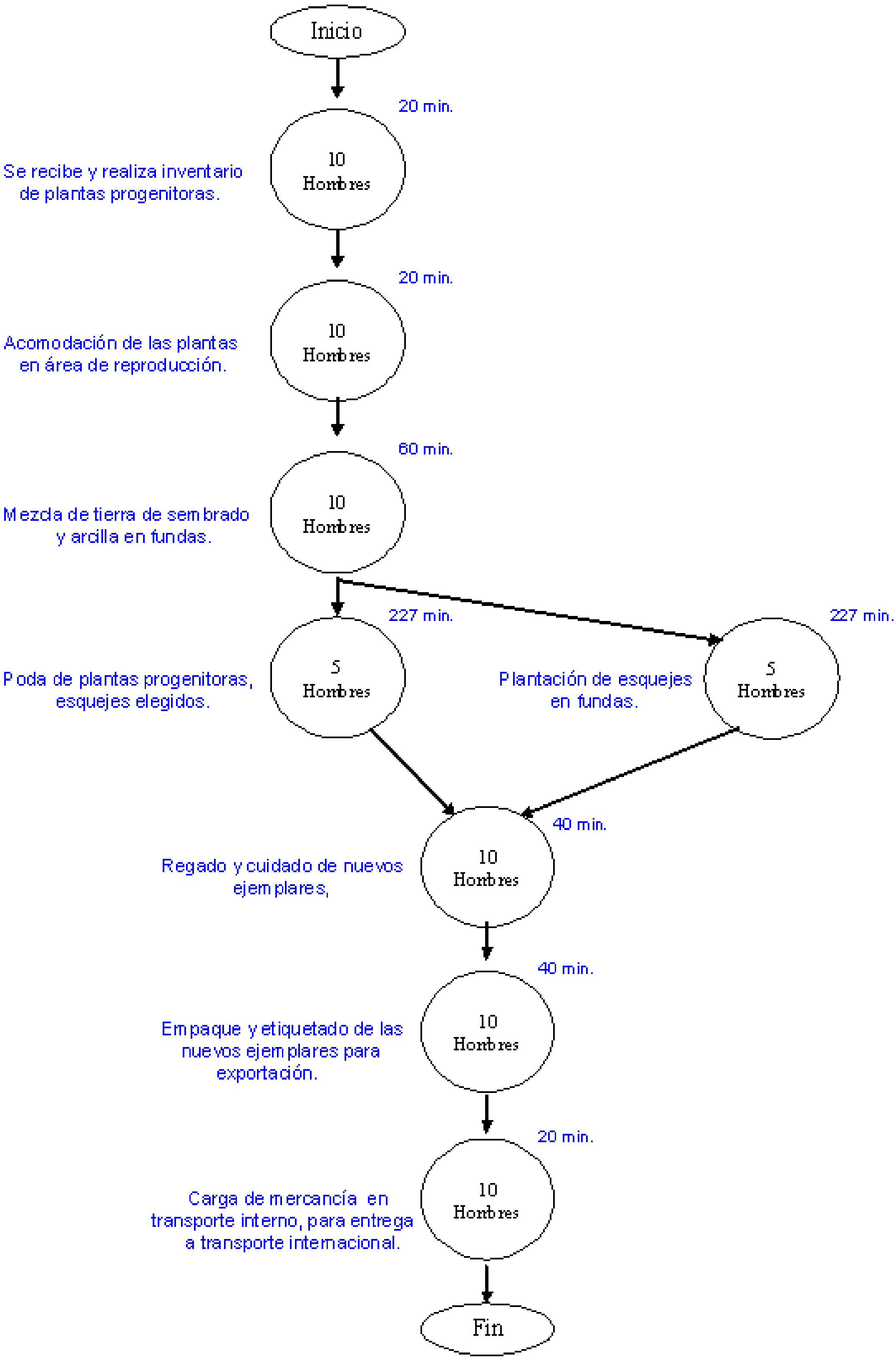
El riego de las plantas debe ser cada 2 días, asegurándose que el suelo este seco antes de regar otra vez.

El tiempo de reproducción de estas especies es de 5 semanas en el cual la planta se presenta en su estado final.

En el siguiente flujo de procesos se detalla las actividades y personal necesario para la reproducción de las plantas, diseñado de tal forma que se aprovecha la máxima productividad de cada empleado.

Cuadro 1.4

Flujo operativo de procesos



1.12 ELIMINACIÓN DE RESIDUOS O DESPERDICIOS

No se eliminará ni se desperdiciará nada debido a que los sobrantes de la reproducción de las plantas servirán como material para la procreación de los nuevos injertos.

El índice de muerte de estas especies es del 30% de toda la producción.

1.13 INSUMOS

La siguiente tabla muestra presenta los insumos que se van a utilizar para el implemento del vivero.

Cuadro 1.5

Insumos y unidades por cada respectivo insumo

INSUMOS	UNIDADES
BOMBA C.P.3	2
TIJERAS	10
PALAS	10
BOMBA DE MOCHILA	10
FERTILIZANTES	15
STOCK INICIAL DE PLANTAS	3970
PIEDRA CHISPA	1m^3

Elaborado: Autoras

1.14 ANALISIS FODA

FORTALEZAS:

- Precios competitivos en el mercado.
- Actualización y capacitación constante de los cultivadores de las plantas.
- Buena base de recursos naturales y biodiversidad. El Ecuador es un país con tierra muy fértil para el sembrado de diferentes tipos de plantas. Capacidad de producir nuevos tipos de plantas gracias a la biodiversidad y recursos naturales.
- Ecuador tiene muy desarrollado el mercado de exportación agrícola. La política comercial exportadora de este producto protege el sector agrícola y le brinda oportunidades.
- Existencia de motivación de los sectores para innovar.
- Disponibilidad de mano de obra y a bajos costos.
- Creciente interés en la siembra de plantas ornamentales y árboles ornamentales por la preocupación en torno a la contaminación ambiental de las principales ciudades.

DEBILIDADES:

- En el proyecto la principal debilidad que se presenta es la falta de disponibilidad de transporte aéreo que les de facilidad a los importadores de llevar las plantas desde Ecuador hasta Dubai. Si no hay facilidades de negociación, los importadores optaran por otros países para realizar negociaciones para importar las plantas vivas
- Por no haber un gremio formado de exportadores en el Ecuador para este producto, no se registran estudios ni base de datos en la CORPEI y es más difícil obtener datos vía Internet, aunque si posee numero de partida arancelaria y registros por lo que si se exportan las plantas vivas desde Ecuador.

- Limitada capacidad de producción lo que no permite ofertar mayores cantidades de producto y así obtener más rápido un posicionamiento en el mercado al comienzo.
- Crisis de productividad del agro ecuatoriano, que tiene como principales causas: Poca utilización de semillas certificadas, sistemas productivos son poco tecnificados, bajo nivel de educación de los productores agrícolas.
- Poca prioridad e insuficiente inversión por parte del gobierno para el sector agrícola ecuatoriano.
- Marco legal confuso. En algunos casos existen vacíos legales y en otros casos existen leyes que se contraponen además de la existencia de la no aplicación de normas.

OPORTUNIDADES:

- No existen barreras de entradas para el comercio en Dubai.
- Dubai es un gran importador de productos agrícolas entre los que se encuentran las plantas y las flores.
- Se espera una tasa de crecimiento para el sector de la construcción para el periodo 2007-2010 de un 6,8 % de media que permita aumentar el crecimiento de las importaciones de plantas vivas para decorar y complementar los proyectos de las construcciones.
- Procesos de apertura comercial con terceros países, que finalmente pueden ser traducidos como potenciales mercados para los plantas vivas.
- Oportunidad por parte de la asociatividad como mecanismo para mejorar el poder de negociación obtener economías de escala en la provisión de servicios.
- Posición geográficamente estratégica en el mercado andino hacia mercados externos. Producción permanente con consecuentes ventanas de exportación.

- No requiere fuerte capital de inversión para la implementación del proyecto ya que las plantas vivas son sembradas de forma manual.
- Los aranceles que posee EAU son los más bajos del mundo. Las barreras comerciales, incluyendo barreras para arancelarias e impuestos de importación, en los EAU fueron elevadas en 1994 desde un 1% por ciento a 4%. Actualmente la tasa está en 5 % del valor C.I.F (costo, seguro y carga).
- Poco número de competidores en el mercado ecuatoriano. No hay muchas empresas en Ecuador que exporten plantas vivas a Dubai.
- El hecho que hayan mas empresas en Latinoamérica o Ecuador interesadas en entrar al negocio de las exportaciones de plantas vivas vendría a ser una oportunidad en corto plazo hasta abrir el mercado en Ecuador ya que se podría hacer el envío de cargas juntas para aminorar el gasto de transportación y así solicitar a las aerolíneas de carga de Dubai para que habrán una nueva ruta directa Ecuador- Dubai. El jeque Agmed Al Maktun, propietario de la aerolínea Emiratos, tiene planes a corto plazo de desarrollar rutas de carga y pasajeros hacia Latino-américa. La idea es organizar vuelos de carga que trasporten cerca de 110 toneladas de productos de Colombia y Ecuador, y para ello, se debe garantizarle a la aerolínea unos volúmenes mínimos que justifiquen el viaje. (12) Si se concreta este plan de corto plazo, se resolvería el problema de costos en la transportación para los importadores de plantas vivas a Dubai. Por ello la competencia que se tenga en Latinoamérica representaría un beneficio y una ayuda el comienzo para las exportaciones hasta que se abra el mercado de las plantas vivas y haya más aerolíneas y rutas de Latinoamérica a Dubai.

AMENAZAS:

- Inestabilidad política, económica y jurídica que disminuya la confiabilidad de negociación con empresas ecuatorianas.
- Uso de otros tipo de plantas como las artificiales para adornar los proyectos.
- Utilización de normas y medidas sanitarias como barreras no arancelarias
- Fenómeno natural o plagas en las plantas que disminuyan la producción o la eliminen para un periodo y haga perder el mercado.
- Mayor inclinación por plantas exóticas y palmeras

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 INTRODUCCION

La biodiversidad y los múltiples pisos climáticos que posee Ecuador han permitido desarrollar la producción de plantas de follaje desde hace varios años, actividad que busca establecer nuevas oportunidades de comercio con el extranjero. Estas plantas debido a su tamaño son de utilidad decorativa y ornamental, adecuadas para decoraciones en amplios espacios, como halls, restaurantes, auditorios, patios, lugares abiertos, etc., y pueden utilizarse en arreglos conjuntos con flores tradicionales.

La idea del proyecto surge de la oportunidad de exportar plantas vivas a Dubai que se ha abierto gracias al crecimiento en el sector turístico y de construcción. El crecimiento en el sector turístico ha hecho que se construyan más hoteles para satisfacer la demanda de turistas; y al mismo tiempo ha aumentado la construcción de lugares turísticos y de esparcimiento. Desde 1993 al 2003 el total de llegadas de pasajeros en vuelos regulares y charters, ha tenido un crecimiento promedio anual del 12%, rebasando en 2003 los 18 millones de pasajeros. (6) La creciente oferta de hoteles y aparta hoteles del emirato repuntó un 25,8% en 2007, sumando más de 50.000 unidades nuevas. Esa cifra podría aumentar un 3,4% para 2010. (7) El aeropuerto internacional de Dubai, por su parte, recibió más de 34 millones de pasajeros el pasado año. (8)

Este crecimiento turístico ha hecho que se abran muchos proyectos arquitectónicos en Dubai donde se demandan una gran cantidad de plantas vivas paisajistas y flores para complementar los diseños de estas edificaciones.

Se puede mencionar como dato que en el 2006 la aportación del sector de la construcción al PIB de los Emiratos Árabes Unidos fue del 7,05 % ascendiendo a un total 10.100 millones de dólares en términos absolutos. Además se espera una tasa de crecimiento para el sector de la construcción para el periodo 2007-2010 de un 6,8 % de media. (9) Sus inversiones están enfocadas a la construcción de lugares recreativos y de ocio. Este boom constructor se centra en gran medida en megaproyectos. (9)

Las empresas encargadas de los proyectos están demandando plantas paisajistas para darle el toque final a su obra.

Un sector que es importante mencionar también es el sector de la agricultura en ambos países para tener conocimiento de la capacidad comercial y productiva de los mismos. El sector de la agricultura es el sector donde se desarrollan las plantas vivas y es el ministerio de agricultura el que regulariza cualquier punto relacionado con las mismas. El sector de la agricultura ha sido ampliamente explotado en el Ecuador. Es así como de los 4.152 millones de dólares exportados en el cuatrimestre mayo-agosto 2006, valor FOB el petróleo crudo contribuyó con el 64.2%, el Sector Agropecuario y Piscícola con 24.5%, la diferencia del 11,3 % fue comercializado por otros sectores productivos del país. (10)

El Sector Agropecuario y Piscícola, de mayo a agosto del 2006 exportó 1.9 miles toneladas métricas por un valor de 1,015 millones de dólares FOB, reflejando con relación al mismo periodo del 2005, un incremento en el volumen de 1.6% (30 mil TM) y del 7.7% (72.3 millones de dólares) en términos monetarios. (10)

En la tabla de los 29 productos agrícolas mas exportados no se aprecia a las plantas vivas (Anexo 2), lo que nos deja ver que este tipo de producto no ha sido muy exportado por Ecuador y se podría tomar ventaja de esto para comenzar un nuevo mercado en Dubai. Así como es una oportunidad de que este producto no sea muy comercializado afuera de Ecuador, esto también es una desventaja; ya que se podría decir que las plantas ecuatorianas no son muy conocidas en el extranjero por la falta de exportación. Por eso para llevar a cabo este proyecto hay que realizar un fuerte análisis del mercado donde se desea vender las plantas vivas y ver las oportunidades que hayan de lograr un buen margen de ventas y un futuro posicionamiento en el mismo. En el cuadro mostrado en el (Anexo 3) se ve los datos estadísticos de exportación de plantas vivas a otras partes del mundo en el que no se encuentra Dubai. Aquí nos indica que Ecuador si exporta plantas pero no a gran escala o no han sido registrados como uno de los 29 productos mas exportados.

El proyecto por ser de objetivo económico busca obtener ganancias que permitan cubrir los costos, poseer liquidez, rentabilidad y posesionarse en el mercado objetivo siendo lideres. Este proyecto tiene objetivos no solo a corto plazo sino a largo, manteniéndose en el mercado de Dubai como el líder y cubrir la demanda constante de plantas vivas que posee este país.

2.2 MERCADO OBJETIVO

Dubai va a convertirse en eje internacional para las negociaciones de flores y plantas. Los UAE no sólo están atestiguando un embriagador crecimiento en industrias convencionales como el turismo, la hospitalidad, la venta al por menor y propiedades inmobiliarias. El crecimiento exponencial también se está considerando en sectores más inusuales como ajardinar. Así lo afirma “El planetfair”, los organizadores del Primera Exposición Internacional de plantas del Oriente Medio (IPM) en Dubai. (11) El mercado de la flor del GCC se valora en aproximadamente 200 millones de euros y se fija actualmente su crecimiento entre 1.5 -- 2 mil millones euros durante los próximos años, según la importación alemana de flores y la organización al por mayor. (11)

La aviación civil de Dubai ha invertido alrededor de US$70 millones en el centro de la flor de Dubai en el aeropuerto internacional de Dubai, que es capaz de manejar 180.000 toneladas de productos perecederos anualmente. Encaminando mercancías a través de Dubai exento de impuestos, los expedidores pueden ahorrar tiempo y dinero en la cadena de entrega que conecta más de 15 países productores con los mercados asiáticos, africanos y medio-orientales, así lo afirma el director gerente de LLC del planetfair de Dubai. (11)

El centro de la flor es un paso grande para Dubai que lo ayudara a convertirse en un eje para el comercio de plantas y flores de corte para el Oriente Medio y África. El tamaño de la zona urbana de Dubai es alrededor de 60.478 hectáreas, y el municipio de Dubai ha estimado áreas ajardinadas para representar el cerca de ocho por ciento de la zona urbana total de Dubai antes del 2012. De acuerdo a informes el municipio de Dubai planea construir 44 parques de la comunidad y del patio, durante los próximos años. Esto demuestra que el ajardinar es una industria cada vez mayor en el UAE y que crece rapidamente. (11)

El crecimiento en curso de Dubai representa un auge para las importaciones de flor y de plantas-- los UAE estaban entre los 30 primeros importadores de flores de corte en el 2003, según las últimas estadísticas del centro del comercio internacional, junto a Japón, a Hong Kong, y a Singapur. (10)

El comercio global de la flor se estima esta valorado en alrededor de US$4.7 mil millones (AED17.26 mil millones). Egon Gallinis, director gerente, Messe Essen GmbH, afirman que según investigaciones, los países del GCC importaron más de 30.000 toneladas de plantas y de flores en 2005. Alrededor del 50 por ciento de esto fue importado por los UAE solamente. Con la creciente demanda de hoteles, las autoridades gubernamentales, los compradores privados y de mega proyectos de propiedades inmobiliarias, se estima este segmento de la industria experimenta un crecimiento regional significativo. Los negocios horticulturales locales importan actualmente flores, plantas de semillero y las semillas. Las plantas de maceta importadas populares incluyen las orquídeas y las plantas tropicales. (11)

La demanda floreciente ha hecho que Dubai atraiga el comercio internacional principalmente para la “industria” verde a Dubai. La Exposición de

Plantas Internacionales en Oriente Medio se diseña especialmente para la industria floreciente de la horticultura en la región y de la floricultura del mismo, y la demostración proporcionará una penetración en tendencias internacionales, nuevas tecnologías, el empaquetado y técnicas de la preservación. Además, los clientes conseguirán una ojeada de la gran variedad de plantas, de semillas y de flores cortadas. (11)

El IPM de Dubai tendrá una zona de visualización de más de 4.000 metros cuadrados, y las punterías de la exposición para atraer a los visitantes comerciales de la industria verde; incluyendo productores de plantas, jardineros de paisaje, centros y comerciantes al por menor, reveladores de propiedades inmobiliarias, gobierno local y la industria de la hospitalidad. (11)

La importancia que tendrá Dubai en las negociaciones de plantas vivas y flores para el mercado internacional ha hecho que para este proyecto se tome a Dubai como el mercado objetivo a donde se busca exportar las plantas vivas y desarrollar un mercado que aun no esta saturado como en otras economías y que tiene un gran nivel de beneficio de diferentes factores puntualizados en este análisis. Además de esto, es un excelente mercado en donde sus diferentes sectores están en vías de crecimiento debido al desarrollo de la economía de este país y la demanda turística que ha aumentado la demanda de muchos sectores. Uno de los sectores que esta mas enfocado el proyecto es el sector de construcción que esta ligado al sector turístico de una manera indirecta. El gran crecimiento en el porcentaje promedio de turistas que visitan Dubai, ha llevado a que el gobierno de Dubai realice más centros de ocio y esparcimiento que permitan a los turistas disfrutar de momentos de descanso mientras aprecian la belleza de las arquitecturas de Dubai que están decoradas de plantas y flores para darles un toque de una ciudad moderna pero a su vez de con vista natural.

Imagen1: Dubai Visit

2.3 SEGMENTO DE MERCADO

2.3.1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

El proyecto se ha enfocado en el sector de la construcción como segmento de mercado donde se busca llegar con el producto, ya que es en este sector donde se demanda la mayor cantidad de plantas para uso de decoración de proyectos y existen también proyectos que están centrados casi el 80% solo áreas verdes y de jardinería, los cuales detallaremos mas adelante.

El sector de la construcción ha alcanzado una gran importancia en la economía del país, derivada del esfuerzo por diversificar las fuentes de ingresos tradicionalmente procedentes del petróleo. El sector de la construcción ha sido el principal beneficiado del "boom" del petróleo y el incremento consecuente de la inversión. El número de proyectos a gran escala en curso y los planeados configuran un sector con un robusto crecimiento en los años venideros. Muchos de los nuevos proyectos se encuadran en el sector servicios, incluyendo la expansión y remodelación de los aeropuertos del país, además de nuevos hoteles y centros comerciales. (9)

En los últimos años la economía emirato ha ido creciendo a una tasa media del 10%, impulsada por los sectores no ligados a la explotación de hidrocarburos (representan con todo un 26% del PIB emiratí). Los sectores que más han impulsado el crecimiento del PIB han sido: el financiero, el transporte, las telecomunicaciones, la distribución comercial y el sector de la construcción, incluido en el sector inmobiliario. En 2006 la aportación del sector de la construcción al PIB de los Emiratos Árabes Unidos fue del 7,05 % (9)

En el 2005, el total de la inversión en este sector alcanzó 35.580 millones de dólares, lo que representó el 63,7 % del total de inversiones ligadas a la construcción en los países del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG). (9)

Algunos de los proyectos a desarrollarse en Dubai con su valor de inversión:

- EL Waterfront: 50 mil millones de dólares

- Dubai Marina: 10 mil millones de dólares

- Burj Dubai: 20 mil millones de dólares

- Dubailand: 5 mil millones de dólares

- International City: 2.500 millones de dólares

- Dubai Healthcare City: 1.800 millones de dólares

- Bawadi: 54.400 millones de dólares (9)

2.4 MARKETING MIX

	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
AUMENTA DEMANDA	Mejorar continuamente la técnica de reproducción de la planta. Orientarnos a los hábitos y volumen de consumo de los clientes.	Se mantiene, se obtiene incremento en la rentabilidad por la disminución del costo. Las ventas se manejarán por medio de: Cash in advance Document. Carta de crédito confirmada a la vista	Poner el producto al alcance de todos los clientes. Mantener una distribución eficaz.	Se mantiene las actividades y presencia en ferias internacionales para captar potenciales clientes, conocer a la competencia y exhibir el producto para su promoción. Oportuno seguimiento a los clientes y satisfacción de sus necesidades.

2.4.1 PRODUCTO

El producto de exportación que se ha centrado este proyecto son las plantas vivas. Existen oportunidades de adquirirlas a precios mas económicos que los que ofrece el mercado y con alta calidad, llegando a niveles de productividad suficiente que permitan tomar parte del mercado. Estos niveles se detallan en el estudio técnico analizado y realizado en el capitulo anterior. La técnica de obtención de las plantas vivas se fundamenta en la capacidad que tienen muchas plantas para propagarse a partir de la regeneración de sus partes seccionadas. Tallos, hojas o raíces pueden crecer y convertirse en un nuevo individuo independiente. Se trata de una forma de reproducción asexual, es decir, la que necesita de un solo progenitor para dar origen a nuevos ejemplares, que serán genéticamente idénticos a él. La parte más empleada es el tallo. Gracias a este método puede formar las llamadas 'raíces adventicias', nombre con que se denomina a aquellas que se desarrollan desde estructuras distintas a las propias raíces. La principal ventaja de la reproducción vegetativa es que se puede conseguir réplicas exactas de las plantas elegidas, ya sea por que están sanas y robustas. De los tipos de reproducción vegetativa hemos elegido realizarlo por esquejes o estaquillas, las partes que se utilizan son fragmentos de tallo, de rama lignificada, de hoja o de raíz. Desarrollan raíces nuevas muy rápidamente.

Hay dos tipos de especies de plantas que se quieren exportar al mercado de Dubai al inicio del ciclo de comercialización para atraer a los potenciales consumidores y en un futuro cercano tener una amplia participación de mercado que permita ser lideres exportadores de plantas a Dubai. Estos dos tipos de plantas solo se venderán en la etapa de ingreso al mercado pero mas adelante se busca tener mas tipos de plantas según requerimiento de los potenciales clientes y según pedido, midiendo la capacidad y factores de producción que permitan satisfacer la demanda y cumplir con las exigencia de calidad para alcanzar niveles altos de satisfacción por parte de los clientes. Los tipos de plantas que se piensan producir y vender en el inicio de ciclo de comercialización son:

Spirea japonica "Goldmound"

Un híbrido de 'Goldflame', Goldmound Spirea también comienza la temporada de crecimiento con follaje que tiene un tono rojizo, pero es mucho más silenciado rojo. Follaje se marchita rápidamente a amarillo, y más tarde en la temporada puede incluso convertir un verde muy claro. Flor de flores en forma de grandes grupos de muy pequeño, de flores rosa pálido. Muerto puede resultar en la partida adicional de flores más tarde en la temporada. Arbustos con este margen de tolerancia de la mayoría de los suelos, la humedad y el sol, es una opción popular entre los dueños de casa que buscan añadir brillo a su paisaje. (12)

Imagen 2: Infojardin (12)

<u>Rhodofiala andicola “Fucsia”</u>

Las hojas de Fuchsia son opuestas en grupos de 3-5, lanceoladas simples aunque normalmente presentan márgenes serrados (enteros en algunas especies), de 1-25 cm de longitud, y pueden ser tanto hoja caduca como hoja perenne dependiendo de las especies. Posee diversos matices o colores: las hay con cáliz desde blanco a fucsia intenso. Las flores son colgantes, de pedúnculos largos que las hacen mirar hacia abajo. El cáliz es cilíndrico, con cuatro lóbulos y corola de cuatro pétalos. Tienen forma de unos decorativos pendientes, que florecen con profusión en el verano y en el otoño, y todo el año en las especies tropicales. Tienen cuatro sépalos alargados y estrechos, y cuatro pétalos cortos y anchos; en muchas especies los sépalos son de color rojo brillante, y los pétalos de color púrpura (combinación de colores que atrae a los colibríes que las polinizan), pero los colores pueden variar de blanco a rojo oscuro, azul púrpura, y naranja. Unas pocas especies tienen tonos amarillos. El fruto es una baya pequeña (5-25 mm) rojo-verdosa oscura a rojo intensa, es comestible y presenta numerosas semillas pequeñas en su interior. (13)

Imagen 3: Infojardin (12)

El embalaje del producto será en fundas pláticas que contienen la planta y la tierra, con etiquetas que identifique el tipo de especie y sus características técnicas. El embalaje en el cual viajaran las plantas al mercado de destino, en este caso Dubai, debe cumplir con todos los requerimientos para la entrada y salida sin problemas del país de origen al país de destino. Además de cumplir con los requerimientos se adquirirá los empaques necesarios que permitan que las plantas lleguen en perfecto estado y forma. El proyecto define claramente que la comercialización es por incoterm FOB, es así como es responsabilidad de la empresa exportadora de elegir el embalaje y empaques que permitan que las plantas lleguen en las condiciones solicitadas por el cliente y que lo satisfaga.

Uno de los subproductos de la plantas son las flores, las cuales si tienen un mercado ganado en el extranjero y son reconocidas en el mundo siendo Ecuador el quinto exportador mundial luego de Holanda, Colombia, Israel y Kenya. En estos últimos once años (1989-2000) las flores han logrado convertirse en el quinto producto de exportación del país, en el principal cultivo agrícola no tradicional de exportación, en la principal fuente de divisas privadas para la región Sierra. (14)

No se toma por competencia a las flores ya que a pesar de pertenecer a la misma rama no son competencia. Ambas cumplen diferentes funciones en la decoración de las estructuras. Las plantas le dan forma y las flores el color. En el mercado en general las flores son compradas para decoración de áreas pequeñas y como presentes. Las plantas por su parte, son utilizadas como decoración en general.

2.4.2 PRECIO

Este será determinado por las siguientes variables:

- Costo de los procesos y los insumos
- Calidad
- Presentación
- Vistosidad
- Precio de mercado

Las plantas vivas que se busca comercializar se identificará de la competencia por vistosidad y resistencia a la temperatura alta del Golfo Pérsico, pero manteniendo costos de producción bajos. De esta manera los precios se mantendrán de bajo nivel con respecto a los del mercado y permitirá aumentar la participación de mercado. Aun cuando la producción permita obtener y comercializar el producto a precios bajo, la calidad sera de alto nivel para poder competir en el mercado y obtener ventaja

Como estrategia inicial, estos precios bajos ayudaran a que el producto sea primero adquirido por su costo bajo, segundo por su calidad y tercero por sus características y vistosidad que necesitan para complementar los diferentes proyectos que son de gran escala. Muchos de estos proyectos que se llevan a cabo o se llevaran a cabo en Dubai miran a las plantas como un producto de decoración y de darle un valor agregado a cada proyecto dándoles las características de proyectos de relax y distracción.

En un principio nuestros precios serán relativamente bajos en comparación de la competencia con la finalidad de ganar participación en el mercado, pero en un futuro esperamos igualarnos a Holanda en su distribución y posición en el mercado, quien es actualmente líder de mercado.

Cuadro 1.6

Tabla de precios por tipo de plantas

Tipo de Establecimiento	***Precio Base***
Fucsia Gold Mound	$ 1.72 $ 1.85

Como observamos en el cuadro, se pronostica que se venderá el producto al importador a un precio $1.72 la planta Fucsia y de $1.85 la Gold Mound. Estos valores no incluyen el valor del flete y gastos adicionales en destino, gastos que serán responsabilidad del cliente que adquiera el producto. El precio en el mercado es de $5.95 (15)

2.4.3 PLAZA

La plaza donde se va a distribuir, promocionar y vender las plantas es Dubai. Este es el mercado que se ha elegido por las posibilidades de comercialización que se han abierto en este país y según datos que se presentan a lo largo de este estudio que muestran las oportunidades de éxito dentro del mercado aun cuando existan países que ya estén posesionados en el mismo. No esta muy desarrollado el mercado de venta de plantas y aun se puede ingresar con una buena promoción y estrategia de marketing para obtener una buena participación de mercado que permita competir con los países ya posesionados.

El producto se pondrá a disposición de los clientes de la siguiente forma:

El canal de distribución que se empleará será “Proveedor-Empresa Constructora”. Las negociaciones se harán directamente con las empresas constructoras sin intermediarios; es decir el contacto será directamente con el comprador final y la promoción y marketing será basada en las necesidades y exigencia de los mismos.

El producto cumplirá con las normas requeridas en la industria y satisfaciendo las necesidades de los potenciales clientes. Para tener un previo conocimiento de que ofrecerle a las empresas constructoras que son el cliente final, se puede analizar las tendencias de los proyectos de construcción que existen en el mercado y las exigencias requeridas de estos para adquirir las plantas que estarán como parte de decoración de los proyectos o como en algunos proyectos en donde las plantas son el factor esencial y no son solo elementos de decoración. No requerirá sistema especializado de almacenamiento dado que es resistente a las condiciones climáticas del sector donde se requiere ingeniosos sistemas de acopio.

El canal de distribución empieza en el vivero de plantas ubicado en la vía Samborondón, las plantas se transportan vía terrestre hasta el aeropuerto de Guayaquil en donde el producto es entregado a los operadores de carga quienes se ocupan del embarque en el avión y se dirige hasta el aeropuerto de destino en donde el comprador procede a retirarlo.

Los costos de aduana en origen son cubiertos por cuenta del exportador y los de destino por cuenta del importador. Los costos de traslado de la mercadería a partir de que es embarcada en el avión corren por cuenta del importador. Todos los gastos de transporte, seguridad y demás a partir de la entrega en la aduana corren por cuenta del importador según los términos con los que se trabaja en la negociación.

Las empresas constructoras son los potenciales clientes a los que se espera llegar en Dubai porque son quienes demandan las plantas para complemento de las construcciones de los proyectos que se espera llevar a cabo para el desarrollo de esta moderna ciudad. Usualmente los productos de consumo masivo son difíciles de que lleguen por sus propios medios a todo tipo de tiendas o plazas, pero las plantas por no ser un producto de este tipo, no necesitan de grandes y permanentes esfuerzos para “empujar” a las mismas a que viajen por los canales de distribución y al mismo tiempo que los consumidores las estén “halando” al consumo. Por eso el medio de distribución directo de fabricante a cliente es un medio con el que se puede trabajar sin problema para que sean de fácil acceso a los posibles compradores en el mercado objetivo.

2.4.4 PROMOCIÓN

Una parte esencial del éxito de un proyecto es la forma en que se promociona el producto o servicio dentro del mercado de introducción en el que se ha hecho el análisis. En este caso, una de las principales formas de promoción será a través de la página web, aqui se mostrara información de la empresa, las características técnicas del producto y los tipos de especies que la empresa distribuye. Se llamara a las principales empresas constructoras para promocionar el producto. Otro principal medio de promoción es en las ferias internacionales de flores y plantas que se realizan en diferentes países, donde asisten un sinnúmero de empresas interesadas en obtener datos y conocer los diferentes tipos de especies que cada empresa o institución promociona.

La Asamblea de la Asociación Internacional de Productores de Horticultura (AIPH), organización mundial con más de veinticinco miembros de organizaciones de productores de flores y plantas de los cinco continentes, representa los intereses comunes de los productores hortícolas y entre sus principales actuaciones figura la organización de las exposiciones internacionales de horticultura para promocionar los diferentes productos. Una de estas exposiciones es la Expo Paisajes, en la que se espera participar para promocionar los dos tipos de especie que se mencionan en este proyecto. Esta exhibición está considerada de larga duración. Solo puede celebrarse una al año y cuatro en la década. La duración ha de ser de entre tres y seis meses. Al menos el 5% de la zona de exposición ha de estar reservada para participantes internacionales (un mínimo de diez países). (16)

Mas adelante en el futuro del proyecto se busca promocionar nuevas especies de plantas de acuerdo a la que este en boga en el mercado para acaparar mas participación de mercado dentro de Dubai.

La estrategia de promoción será manejar un precio de penetración que se encuentre por debajo del precio del mercado como incentivo de preferencia. Otra forma de promocionarse será a través de anuncios publicitarios en la Web, haciendo llamadas a las principales empresas constructoras.

En la EUA y especialmente en Dubai se realizan una serie de ferias comerciales, que son un buen sistema para evaluar el mercado. La publicidad juega un rol importante en las ventas. El material promocional en inglés es aceptado, aunque en inglés y árabe puede tener especial importancia, ya que los importadores de Dubai apreciarán el esfuerzo desplegado. (17)

Existen 4 diarios en inglés y una serie de publicaciones semanales y mensuales, que pueden ser una buena alternativa para llegar al mercado consumidor. En cualquier medio que se escoja, es importante considerar las características culturales, evitando así ofensas contra la cultura y religión de este país. (17)

El Internet está disponible sin problemas, y el Gobierno promueve fuertemente el uso del e-commerce. (En Dubai se estableció el DIC (Dubai Internet City), el primero en una zona franca, esperando logre un gran desarrollo y atraiga inversionistas). Actualmente existe un solo ejemplo de negocios on line (market place) en el medio oriente, y es elTejari.com, en el que ya participan 125 empresas y algunas organizaciones gubernamentales. (17)

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.5.1 SITUACIÓN DEL MERCADO COMPETIDOR

El mercado exportador de plantas vivas se ha venido desarrollando y creciendo en el Ecuador de forma lenta, la CORPEI tiene registro de exportaciones de plantas vivas de Ecuador desde el 2.000 al 2.007 (Anexo4) pero en Ecuador no existe un gremio de exportadores del producto que se encargue de oficializar y publicar datos en este centro para mayor información histórica, estadística y legal actualizada.

El mercado de importación de plantas vivas en Dubai es creciente, en Ecuador dos empresas han realizado exportaciones de plantas a este destino según los registros de la CORPEI, estas empresas representarían la competencia ecuatoriana hacia los Emiratos.

El principal proveedor de flores y plantas a los Emiratos Arabes es Holanda, se diferencia de los demás por su calidad, variedad y seriedad a la hora de hacer negocios. Los importadores de EAU prefieren la seguridad de los Países Bajos (18)

Los demás competidores no esta suficientemente identificado por las diferencias en calidad, homogeneidad y cantidades ofrecidas.

Ante la marcada representación del líder del mercado, es imprescindible llevar acabo el proyecto bajo una estricta política de calidad.

Empresas ecuatorianas que exportan plantas vivas a Emiratos Árabes:

❖ <u>AGROSERVICIOS ANDINOS CAMACHO CIA. LTDA.</u>

Información de la empresa:

- RUC: 1791256999001
- Fecha de constitución: 22/Sep/1993
- KM. 2.5 VIA TUPIGACHI TABACUNDO – PICHINCHA
- Telf.: 02-2360-752 02-2362-762 Fax: 02-2360-752 02-2362 tesoreria@agroserviciosandinos.com

Contactos: SR. JOSÉ ROBERTO CAMACHO, GERENTE GENERAL Telf. 02-2360752

Tamaño de la empresa en el año 2007:

Número de empleados: 400

Participación en las exportaciones totales FOB: 0.07 %

Clasificación de la empresa : PEQUEÑA (entre 0.01% y 0.12%)

Mercados de exportación:

Mercados exportados : ALEMANIA, AUSTRIA, CANADA, COLOMBIA, EMIRATOS ARABES UNIDOS, ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS, FRANCIA, HOLANDA(PAISES BAJOS), INDONESIA , KUWAIT, REINO UNIDO, RUSIA.

❖ ROSAS DEL COTOPAXI CIA. LTDA.

Información de la empresa:

- RUC: 1791339649001
- Fecha de constitución: 13/Feb/1997
- AV. LOS SHIRIS N37-313 Y EL TELEGRAFO EDIFICIO RUBIO 5TO PISO QUITO – PICHINCHA
- Telf.: 02-2922-626 02-2922 Fax: 02-2922-626 02-2922
- sales@nativeblooms.com http://www.nativeblooms.com

Contactos: ING. RENE BUCARAM, PRESIDENTE Telf. 02-2922626; MARIBEL TAPIA, ASISTENTE DE COMERCIO EXTERIOR Telf. 02-2922626; SR. ASSAAD ZARD, GERENTE GENERAL Telf. 02-2922626

Tamaño de la empresa en el año 2007:

Número de empleados: 97

Participación en las exportaciones totales FOB: 0.02 %

Clasificación de la empresa: PEQUEÑA (entre 0.01% y 0.12%)

Mercados de exportación:

Mercados exportadores: ALEMANIA, ARGENTINA, BULGARIA, CANADA, CHILE, EMIRATOS ARABES UNIDOS, ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS, FRANCIA, HOLANDA(PAISES BAJOS), INDONESIA , ITALIA, RUSIA, SUIZA.

Es difícil tener estadísticas detalladas, ya que los puertos y autoridades aduaneras de cada Emirato manejan sus estadísticas en forma individual, y no son publicadas de manera regular. Las instituciones privadas, como bancos, no están autorizadas para entregar esa información a público. (13)

Los principales importadores de plantas vivas de Dubai son presentados en el (Anexo 4).

2.6 ANALISIS DE LA DEMANDA

El boom de la construcción en Dubai genera también una gran demanda de árboles y plantas, ya que, en esta ciudad de los Emiratos Árabes, cada una de las obras se acompaña de un proyecto paisajístico.

Este análisis busca identificar potenciales clientes, conocer cuáles son sus requerimientos y estimar la cantidad demanda para el 2.009.

El análisis de la demanda se ha realizado mediante la recopilación de fuentes de información primarias y secundarias, la recopilación de la fuente de información primaria ha sido contactar directamente a potenciales clientes y consultarle sobre su interés en el producto y requerimientos de compras, las fuentes secundarias de información han sido las publicaciones en Internet sobre la apertura del mercado de plantas vivas en Dubai y datos obtenidos de los socios comerciales, esta información no solo ha sido útil, si no también la única disponible para la estimación de las cantidades demandadas en el año 2.009, tiempo en el cual se ha fijado el proyecto.

La demanda de plantas vivas esta muy ligada al crecimiento de la construcción en Dubai, por lo que también se hará referencia a la evolución de este sector. (Anexo 5)

La expansión esperada en el crecimiento de la población de Dubai creará demanda para más de 43.000 unidades residenciales adicionales al año hasta el 2010, según la estimación de la Cámara de Comercio e Industria de Dubai. Basado en los ritmos actuales de crecimiento, en el año 2010 la población se estima que llegue a la cifra de 1.845.000 habitantes, lo que supondría un incremento anual de 108 mil personas por un período de cuatro años. La estimación se basa en que una unidad residencial en Dubai alberga a una media de 2,5 personas, con lo que se necesitarían más de 43.00 unidades anuales adicionales para satisfacer a la nueva población. Se apoya en un estudio de EGF-Hermes, que dice que saldrán entre 40.000 y 50.000 unidades anuales.

Dubai Properties, la sección inmobiliaria de la empresa inversora gubernamental Dubai Holding, invitará a finales de año a empresas locales y extranjeras a convertirse en aliados estratégicos para el proyecto conocido como Mohammed Bin Rashid Gardens, valorado en 54.454 millones de dólares (34.950 millones de euros). (18)

Estos aliados invertirían alrededor del 40% del presupuesto total, porcentaje éste que podría ascender, ya que el proyecto tardará entre cinco y siete años en completarse, este proyecto a desarrollarse en Dubai es una gran oportunidad de exportación de plantas ya que el 73% de su extensión total esta destinado íntegramente a jardines, parques y espacios públicos abiertos, la dimensión “verde” del proyecto es la primera de esa naturaleza en Dubai. Sólo el 10% del área del proyecto contendrá zonas residenciales, comerciales y de oficinas. (18)

Actualmente se desarrolla dos proyectos de construcción con gran esencia y enfoque en áreas verdes; de los cuales se busca ser partícipe como proveedores de las plantas demandadas para estos proyectos detallados:

• *La Palmarrosa:* Dubailand es la mas grande organización dedicada a los servicios y lugares de ocio, es una destinación turística y de hospitalidad. Esta destinación turístca asignó 2.5 millones m² para el proyecto de Palmarrosa, la primera comunidad de la forma de vida del balneario en el Oriente Medio. El innovador proyecto tiene un presupuesto de 1.5 mil millones que es manejado por Mohammed Al Habbai, Vicepresidente mayor de Dubailand®, y de Gaurav Goel, CEO de la Palmarrosa.

Está diseñado como maravilla botánica primaria de Dubai, La Palmarrosa ofrecerá las palmas majestuosas, las fuentes que burbujean y la variedad única de plantas y de flores seleccionadas meticulosamente para inspirar paz al cuerpo, a la mente y al alma.

Los casi 3 mil millones m² de tierra que tiene como meta principal el desarrollo y para catalizar la posición de Dubai como eje internacional del turismo familiar, apelando a los segmentos turísticos a través de géneros, de la categoría de edad, de regiones del mundo y de preferencias de la actividad. DUBAILAND® se proyecta para atraer a millones de turistas anualmente de alrededor del mundo.

Los proyectos diversos debajo de DUBAILAND® incluyen los parques temáticos, los proyectos del turismo ecológico, las alamedas de compras, los restaurantes y las unidades residenciales que están siendo desarrollados por los UAE, el GCC y los inversionistas internacionales.

• *Un jardín del Balinese en Dubai, Al Barari:* No son muchos los proyectos bajo construcción en los UAE que se jacten de tanto verdor como el desarrollo de este proyecto en Dubailand. Según Al Barari, la compañía detrás del proyecto dedicará un 80% masivo de tierra en la fase uno del desarrollo bifásico a los jardines y a las áreas comunes. El proyecto será el desarrollo de la densidad más baja de la región, basados en la demanda de la firma. El número exacto de plantas requeridas por Al Barari, que será situado en la esquina del noreste de Dubailand, no está disponible aunque se conoce el dato exacto de la inversión que es de US$381.68 millones en verdor en la fase uno. La razón por la que el Al Barari decide asignar tanta parte de la tierra al verdor y al espacio abierto es que la compañía quiso crear un desarrollo residencial de gama alta sin parecido a cualquier otro.

El factor de venta único del desarrollo de este proyecto, sin embargo, es que ofrecerá 16 jardines botánicos. Temático por el diseño, seises de éstos - un jardín del Balinese, un jardín contemporáneo, un jardín del agua, un jardín del arbolado, un jardín del renacimiento y un jardín mediterráneo - se fijan para ser incluidos en la fase uno. Las historias de amor, las cascadas, los jardines islámicos, y los jardines del descubrimiento están entre los jardines destinados para la fase dos. Los jardines botánicos se han creado para dar a residentes una oportunidad de experimentar paisajes únicos en su propio ambiente residencial.

La fabricación de los distintos jardines a partir uno al otro es uno de los desafíos dominantes para la segunda naturaleza, la práctica del paisaje que trabaja en el proyecto. Para apoyar el desarrollo y su programa extenso del verdor, Al Barari ha fijado 50,000 m^2 en el sitio, que contendrá sobre éste 800 especies de plantas, unas 200 que según la firma nunca antes han hecho negociaciones en los UAE.

Por la importancia que tienen plantas para estos proyectos, se identifica claramente a las empresas constructoras de los mismos como potenciales clientes, sus requerimientos son la alta calidad y biodiversidad.

Según se muestra en el siguiente cuadro las estadísticas de exportación de plantas vivas a Emiratos Árabes, Holanda es el principal país proveedor del mercado total, con lo que la información que hemos obtenido de los contactos telefónicos y sus comentarios quedan bien corroborados por los datos estadísticos.

La demanda total de plantas vivas estimada par el año 2.009 por los Emiratos Árabes es de 1’670,553 Kg.

Cuadro 1.7

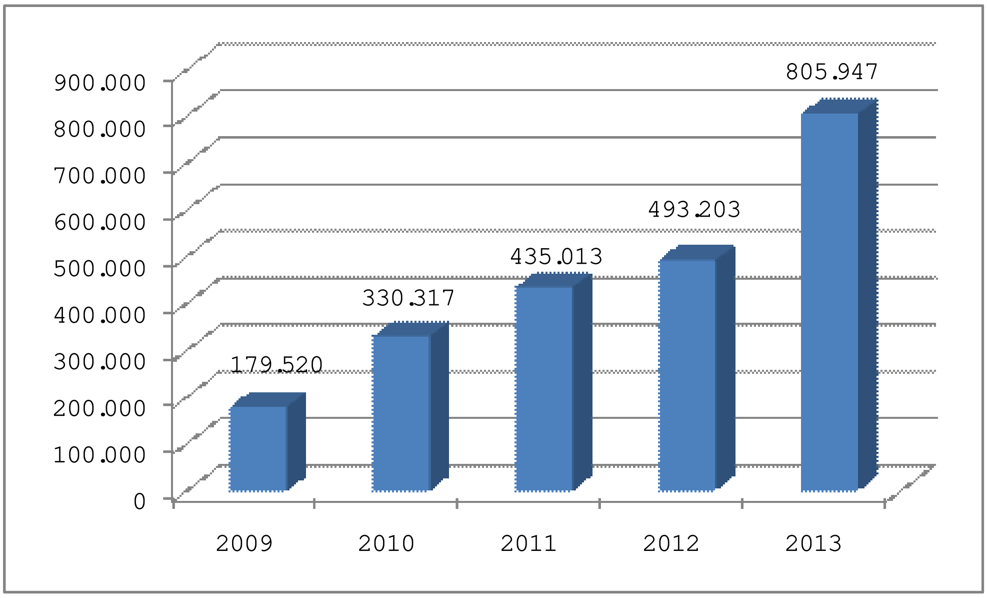
Exportaciones de plantas vivas a EAU

Observación	Ecuación	Total general	Holanda	España	Italia	Alemania	Bélgica
2002		765,6	723,600	7,300	20,000	900,000	13,800
2003		752,7	679,900	4,200	67,100	100,000	1,400
2004		715,5	704,500	700,000	2,600	100,000	7,600
2005		877,7	845,200	6,000	8,200	1,600	16,700
2006		1,247,700	1,043,300	72,500	92,900	3,000	36,000
2007		1,274,440	1,114,400	133,900	9,900	1,140	15,100
2008	1.48E+06	1,478,687					
2009	1.67E+06	1,670,553					

Nota: Emiratos Árabes Unidos no ha registrado datos de comercio a COMTRADE, de modo que la información esta basada en datos obtenidos de la exportación de socios comerciales.

Gráfico 1.1

Cuantificación de la demanda



Nota: En el grafico podemos observar una proyección de las cantidades requeridas de las plantas Gold Mound y Fucsia el cuál se ha elaborado tomando como referencia la cantidad demandada inicialmente y el porcentaje de crecimiento del sector de la construcción aplicado a las cantidades producidas.

2.7 COMERCIALIZACION

2.7.1 ANALISIS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION

El canal de distribución que se empleará será “Proveedor-Empresa Constructora”. El proyecto tiene como base la comercialización bajo el incoterm FOB esto quiere decir que su responsabilidad termina una vez la mercadería se carga en el transporte internacional, a partir de ese momento el responsable es el importador quien debe cubrir costos de flete, seguro y cualquier incidente que se suscite en el transporte hasta el país de destino. Los términos serán dados en el contrato compra-venta.

2.7.2 EXPORTACION Y REQUISITOS Y TRÁMITES PARA EXPORTAR

2.7.2.1 ARANCELES

Los aranceles que posee EAU siguen siendo de los más bajos del mundo. Las barreras comerciales, incluyendo barreras para arancelarias e impuestos de importación, en los EAU fueron elevadas en 1994 de un 1% a 4%. Actualmente la tasa está en 5 % del valor C.I.F (costo, seguro y carga). Sin embargo, sobre 75% de importaciones todavía entra libre de impuestos. (17)

Los aranceles y las políticas generales, se coordinan a través del Comité Nacional, sin embargo, cada Emirato funciona con su propia autoridad aduanera. Solamente las compañías con apropiada licencia comercial, pueden importar en EAU. (17)

Los requisitos de la documentación para la importación siguen estándares internacionales y atrasos en aduana por falta de papeles son poco frecuentes. La competencia entre las instalaciones portuarias de los distintos emiratos ha mantenido en un mínimo el costo de las tarifas del usuario y ha logrado un servicio de calidad. El arancel máximo en los EAU es de 5% de valor C.I.F para la mayoría de las mercancías. (17)

2.7.2.2 LICENCIAS DE IMPORTACIÓN

Los EAU son fuertemente dependientes en las importaciones y esto se refleja en la regulación de la importación. Las licencias de la importación, generalmente, no son requeridas para la importación de bienes previstos para el uso personal. Los importadores de productos previstos para la reventa, pueden importar solamente el tipo de productos para los que cuentan con licencia. Las importaciones del GCC gozan de un tratamiento especial y no están sujetos a ningún impuesto de aduana. (17)

2.7.2.3 DOCUMENTOS IMPORTACIÓN

Para las importaciones y exportaciones se requiere presentar la documentación estándar de comercio:

- certificado del país de origen
- certificado fitosanitario
- orden de embarque
- factura comercial
- Bill of lading o guía area
- Packing list. (17)

2.7.2.4 PROCEDIMIENTO DE IMPORTACIÓN

EAU se caracteriza por tener algunos de los aeropuertos y puertos marítimos más modernos del mundo. A pesar de estar generalmente recargados, la inspección por oficiales de sanidad y aduana se realiza a pocas hora de llegada al puerto (los puertos de Dubai son la primera entrada de productos alimentarios a EAU). El cargamento es sujeto al análisis en laboratorio al azar. (17)

2.7.2.5 ANIMALES Y PLANTAS VIVAS

La importación de la plantas y de animales vivos se debe certificar por el Ministerio de Agricultura como libre de enfermedades, de parásitos, de radiación y/o de ciertos pesticidas. (17)

2.7.2.6 EMBALAJE Y ETIQUETADO

El embalaje debe proteger contra calores extremos y humedad, almacenaje en exterior y lluvias.

El etiquetado de los productos importados debe llevar, en inglés y árabe, la siguiente información:

- Producto y marca.
- Ingredientes, en orden decreciente de proporción.
- Aditivos.
- Origen de las grasas animales.
- Contenido neto en unidades métricas.
- Fecha de producción y fecha de vencimiento.
- País de origen.
- Nombre y dirección del productor/ exportador.
- Instrucciones de almacenaje, si corresponde Seguros.
- Prácticas habituales, pero la aseguradora NO puede tener ninguna conexión israelita.
- Requerimientos sanitarios. (17)

2.7.2.7 INSPECCIONES

Todos los productos están sujetos a inspección (17)

2.7.2.8 NEGOCIOS

Para hacer negocios en los EAU fuera de una de las zonas francas, una empresa extranjera debe tener un sponsor, agente o distribuidor local. En términos de exportación directa sin establecer una empresa en EAU, la empresa exportadora puede: (17) Exportar directamente al comprador final o nominar un agente local o nominar un o más distribuidores locales. Ninguna de estas tres opciones tiene un procedimiento complicado y se puede tramitar toda la parte contractual en unos pocos días hábiles. (17)

2.7.2.9 PERSPECTIVAS FUTURAS

La empresa realizará su proceso distributivo en Dubai, donde se desarrolla la demanda del producto, se estima que el desarrollo de proyectos de construcción está creciendo a la par con la industria lo que nos llevara a buscar proveedores para aumentar la capacidad distributiva.

2.7.2.10 SITUACIÓN FUTURA

Aunque los clientes potenciales son todas las empresas constructoras que sientan la necesidad de adquirir plantas paisajistas, también se puede encontrar un mercado secundario en los importadores del nicho que le interese distribuir el producto a nivel nacional o expandirse a nuevos horizontes.

2.8 ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES, ¿MEJOR OPCIÓN PARA EXPORTAR?

Por las múltiples limitaciones que existen en el país, las posibilidades de los pequeños productores e incluso medianos y grandes productores de abrirse paso en los mercados de exportación o enfrentar la competencia, en los actuales momentos, son muy bajas.

Asociarse como pequeños productores da varias ventajas, por ejemplo: un poder de negociación con compradores y para comprar maquinarias insumos, servicios y maquinarias, realización de economías de escala y volúmenes, etc.

Según el estudio realizado por la CORPEI mostrado en las tablas a continuación, los productores que se asocian tienen mayores posibilidades de rentabilidad en sus negocios, es por esto que actualmente esta institución ofrece capacitación y asesoría en este campo.

Según CORPEI: la asociatividad puede hacer superar las barreras para la exportación de tipo técnico, de producción, de recursos humanos y limitantes para el desarrollo de estudios relativos a la adecuación del producto al mercado, tendencias al consumo, canales de distribución, promoción; y de otro tipo.

La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas, medianas o grandes, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros integrantes para la búsqueda de un objetivo común.

Asociatividad en este sentido es un instrumento de mejora de la competitividad, y ayuda a implementar las innovaciones necesarias para enfrentar los cambios en los mercados internacionales.

Desde un enfoque empresarial existen tres formas de asociatividad:

Asociatividad vertical, asociatividad horizontal y asociatividad gremial.

Formas de asociatividad

Tipo	Descripción	Ejemplos	Ventajas
Asociatividad vertical	Empresas que ocupan diferentes eslabones de la cadena pero consecutivos, que se asocian para alcanzar una ventaja competitiva que n pueden obtener de forma individual	-Cadenas productivas -Cadena de valor -Programas de proveedores -Acuerdos de comercialización	-Mejoramiento de la productividad -Mejoramiento de calidad y el control de calidad -Acceso a mercados (especiales) -Compartir riesgos -Acceso a financiamiento, tecnología -Bajar costos de transacción
Asociatividad horizontal	Empresas que ocupan el mismo eslabón de la cadena, de tamaños similares y que producen un mismo tipo de bien y que buscan asociarse	-Consorcios de exportación/ importación, -Asociaciones de productores, -Redes de aprendizaje e innovación	-Generar economías de escala -Mejorar condiciones de compra de insumos y materia prima, maquinarias y tecnologías -Reunir capacidades de producción para pedidos de mayor volumen

			-Incrementar el poder de negociación -Mejora del acceso a financiamiento
Asociatividad gremial	Organización de empresas con miras a la consecución de objetivos comunes compartidos. La gremial es el medio para lograr objetivos de representatividad y / o reivindicación de intereses de los asociados	-Consejos consultivos -Asociaciones locales, regionales o nacionales -Cámaras de agricultura -Foros sectoriales	-Incidencia a nivel de medidas y políticas sectoriales -Participación preactiva en negociación internacional -Brindar servicios a los asociados (lobby, información, capacitación)

Ventajas de la asociatividad

Línea de acción	**Lección**
Diferenciación de cadenas	
Enfoque a nichos especiales	Para alcanzar mercados especiales es importante desarrollar conceptos de producción que aseguren volúmenes y calidades adecuadas para el segmento. Para pequeños productores además asociarse horizontalmente es vital para realizar el acceso a mercados.
Enfoque en tendencias específicas	Productos de fácil uso para los consumidores finales pueden significar una base para diferenciación y valor agregado. Además, es importante involucrar proveedores de servicios e insumos en la innovación de nuevos productos para acortar el tiempo de desarrollo.

Promoción y marketing	La asociatividad puede mejorar e intensificar las acciones comerciales, de marketing y de promoción a través de un mayor presupuesto para estas actividades, compartir gastos y complementar gamas de productos.
Control de calidad integral	
Proceso de productos de alta calidad consistentes	Para proveer productos de alta calidad es importante implementar sistemas integrales, que manejan y aseguran la calidad en toda la cadena.
Optimización de cadenas	
Eficiencia en logística	A través de generar valor en países en desarrollo, se puede alcanzar reducciones de transporte importantes.
Programas de proveedores	Los grandes exportadores en un país pueden jugar un rol importante a través de la promoción de alianzas verticales entre proveedores y empresas exportadoras grandes.
Servicios para la cadena	
Fortalecimiento de asociaciones	Para mejorar la competitividad de asociaciones de pequeños productores es importante trabajar en el mejoramiento de proveeduría de servicios de calidad y producción, planes de negocios para la asociación y sistemas de financiamiento.
Servicios financieros	Programas de proveedores entre compradores y sus (pequeños) proveedores son una manera eficiente de dar asistencia técnica en temas de calidad, certificaciones, producción y asistencia financiera
Servicios	Asociarse para la exportación permite crear centros de servicios para las empresas miembros exportadoras como por ejemplo servicios logísticos, trámites aduaneros participación en ferias.

Capitulo III: ESTADOS FINANCIEROS

3.1 INVERSION INICIAL

El análisis financiero es de gran importancia para evaluar la tasa de rentabilidad del proyecto y además nos da a conocer en cuantos años se proyecta recuperar las inversiones del mismo.

3.1.1 ACTIVOS FIJOS

Estos activos son los que se van a utilizar para la reproducción de las plantas así como para la implementación de las instalaciones en el espacio físico. Los activos anunciados son: Maquinarias, muebles de oficina, equipos de oficina, equipos de computación y vehículo.

Cuadro 1.8

Activos Fijos

MAQUINARIA			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
SISTEMA DE RIEGO	1	$2.000,00	$2.000,00
BOMBA C.P.3	2	$30,00	$60,00
BOMBA DE MOCHILA	10	$7,20	$72,00
TOTAL	**13**		**$2.132,00**

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
ESCRITORIO	4	$305,00	$1.220,00
SILLAS	12	$35,00	$420,00
ARCHIVADORES	4	$15,30	$61,20
EXTINTORES	4	$20,00	$80,00
TOTAL	**24**		**$1.781,20**

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
TELEFONO	4	$42,00	$168,00
TELEFONO CELULAR	2	$48,00	$96,00
FAX	1	$80,00	$80,00
SUMADORAS	4	$45,00	$180,00
AIRE ACONDICIONADO	4	$698,96	$2.795,84
TOTAL	**15**		**$3.319,84**

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
COMPUTADORA DOBLE DUAL CORE	3	$1.048,00	$3.144,00
LAPTOP	1	$1.200,00	$1.200,00
TOTAL	**4**		**$4.344,00**

VEHICULO			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
CAMIONETA	1	$15.000,00	$15.000,00
TOTAL	**1**		**$15.000,00**

ELABORADO: AUTORAS

3.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Estos activos son considerados a lo largo del tiempo, en el siguiente cuadro se detalla las instalaciones del terreno.

Cuadro 1.9
Activos Diferidos

ACTIVO DIFERIDO		
INSTALACION ELECTRICA	$	150
CONSTRUCCION DE OFICINA	$	8.000
PIEDRA CHISPA	$	180
ARRIENDO DEL LOCAL	$	1.400
TOTAL	**$**	**9.730**

ELABORADO: AUTORAS

3.1.3 CAPITAL DE OPERACIÓN

Es el capital que se va a utilizar para la inversión del primer mes.

Cuadro 1.10
Capital de Operación

CAPITAL DE OPERACIÓN		
GASTOS GENERALES	$	1.500,50
MANO DE OBRA DIRECTA	$	47.172,28
MANO DE OBRA INDIRECTA	$	49.125,59
MATERIAL INDIRECTO (COMBUSTIBLE)	$	99,95
SUMINISTROS DE OFICINA	$	100,00
STOCK INICIAL DE PLANTAS	$	2.331,50
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	**$**	**100.329,82**

ELABORADO: AUTORAS

3.1.4 CAPITAL DE TRABAJO

En el desarrollo del capital de trabajo encontraremos la parte administrativa, así como la mano de obra directa e indirecta.

Cuadro 1.11

Costo de Mano de Obra Directa

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					
CARGOS		**SUELDO**	**# DE PUESTOS**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Coordinador de Operaciones	Mes	761,27	1	$761,27	$9.135,20
Jornalero	Mes	288,16	10	$2.881,60	$34.579,16
Chofer	Mes	288,16	1	$288,16	$3.457,92
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					**$47.172,28**

Cuadro 1.12

Costo de Mano de Obra Indirecta

COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA					
CARGOS		**SUELDO**	**# DE PUESTOS**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Gerente General	Salario mens.	1875,92	1	$1.875,92	$22.511,00
Administrador	Salario mens.	1008,97	1	$1.008,97	$12.107,60
Guardia	Salario mens.	288,16	1	$288,16	$3.457,92
Vendedor	Salario mens.	451,64	1	$451,64	$5.419,70
Depreciación de Activos Fijos					$5.629,38
TOTAL COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA			**4**		**$49.125,59**

ELABORADO: AUTORAS

3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La inversión que se requiere para que se lleve a cabo el proyecto es de $136.706,86, lo cual el 40% (54.682,74) será propio y el 60% que corresponde a $ 82.024,12 con financiamiento.

FINANCIAMIENTO

MONTO: 82.024,12
INTERES: 9,21%
PERIODO: 5
GRACIA: 0
NUMERO DE PAGOS: 1
DIAS DE COBRO: ANUAL
M ONEDA: DÓLAR

Cuadro 1.13

Costo de Financiamiento

AÑOS	PAGO	INTERES	CAPITAL ARMORTIZADO	SALDO
0				$ 82.024,12
1	$ 21.202,81	$ 7.554,42	$ 13.648,39	$ 68.375,73
2	$ 21.202,81	$ 6.297,40	$ 14.905,41	$ 53.470,32
3	$ 21.202,81	$ 4.924,62	$ 16.278,19	$ 37.192,13
4	$ 21.202,81	$ 3.425,40	$ 17.777,41	$ 19.414,71
5	$ 21.202,81	$ 1.788,10	$ 19.414,71	$ -0,00

ELABORADO: AUTORAS

3.3 ESTRUCTURA DE COSTOS

3.3.1 MATERIA PRIMA

Cuadro 1.14
Costo de Materia Prima

MATERIALES		UNIDAD	COSTO UNIT. $	CANTIDAD	SUB-TOTAL
Tierra de Sembrado	45%	Sacos	1	3.740	$3.740,00
Arcilla Compostada	45%	Sacos	0,5	3.740	$1.870,00
Arena	10%	Sacos	0,6	1.210	$725,76
Fundas		Fundas	0,4	448.800	$179.520,00
Herbicidas y Fertiliz			94	12	$1.128,00
Plantas Progenitoras					
Fucsia		Unidades	0,60	1.990	$1.194,00
Gold Mound		Unidades	0,65	1.750	$1.137,50
TOTAL					**$192.196,86**

ELABORADO: AUTORAS

3.3.2COMBUSTIBLE

Se contara con una camioneta, el cual estará a cargo del traslado de las plantas cuando sean adquiridas por el proveedor, se haga el despacho de la mercadería al puerto y cuando se trasladen de un área a otra dentro del espacio físico.

Cuadro 1.15
Costo de Combustible

	PRECIO	COSTO IDA Y VUELTA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Combustible	1,32	18,93	$99,95	$1.199,40

ELABORADO: AUTORAS

3.3.3 GASTOS GENERALES

Son todos los gastos no relacionados directamente con la reproducción. Son generados de forma habitual y reflejan los gastos que la empresa necesita para llevar a cabo sus actividades ordinarias como: alquiler, gastos de administración, electricidad, etc.

Cuadro 1.16

Gastos Generales

GASTOS GENERALES			COSTO IDA Y VUELTA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Suministros de Oficina	Mes	20		$20,00	$240,00
Luz Eléctrica	kw.	0,11	3.000	$27,50	$330,00
Telefonía Celular	Minutos	398		$48,00	$576,00
Arriendo	Mes	1400		$1.400,00	$16.800,00
Internet	Mes	25		$25,00	$300,00
Gasto de Publicidad (Ferias Internacionales)	Mes				$10.392,24
Combustible	Mes	1,32	25	$660,00	$1.199,40
TOTAL					**$29.837,64**

ELABORADO: AUTORAS

3.3.4 DEPRECIACION

Los activos que se van a depreciar son los objetos físicos q conservan su tamaño y forma pero que con el tiempo se desgastan o se vuelven obsoletos.

El método de depreciación q se va a utilizar es el método lineal.

Cuadro 1.17

Depreciación

DEPRECIACIÓN	CANTIDAD	VIDA ÚTIL	VALOR DE ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
SISTEMA DE RIEGO	1	5	2000	360,00	200,00
BOMBA C.P.3	2	5	60	10,80	12,00
BOMBA DE MOCHILA	10	5	72	12,96	7,20
MUEBLES DE OFICINA	24	10	1781,2	943,63	178,12
EQUIPO DE COMPUTACION	4	3	4344	1303,20	434,40
EQUIPO DE OFICINA	15	10	3319,84	298,79	331,98
VEHICULO	1	5	15000	2700,00	1500,00
TOTAL				**5629,38**	**2663,70**
VALOR DE DESECHO					$2.153,60

ELABORADO: AUTORAS

3.4 COSTOS

3.4.1 COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad. ANEXO 1.4

3.4.2 COSTOS VARIABLES

Son aquellos que se modifican de acuerdo a variaciones del volumen de producción. ANEXO 1.4

COSTOS FIJOS
GASTOS GENERALES
MANO DE OBRA INDIRECTA
DEPRECIACION

COSTOS VARIABLES
MANO DE OBRA DIRECTA
MATERIA PRIMA
COMBUSTIBLE

ELABORADO: AUTORAS

3.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades.

En este caso el punto de equilibrio para la planta Fucsia es de $ 24.095,88 y para la planta Gold Mound $23550,89 durante el año, considerando que se reproducen 448.800 y se estima vender el primer año 179520 plantas, optando un escenario pesimista a un precio para la planta Fucsia de $1,72 y para la planta Gold Mound de $1,85. ANEXO1.5

3.6 DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

Para la determinación del costo de venta primero nos basamos en los costos que incurre la reproducción del producto y en un sondeo realizado a la competencia

Para estimar el precio, primero se obtiene el precio unitario considerando los costos fijos y cotos variables que se encuentran en el ANEXO 1. 6

Una vez determinados estos costos por cada especie Fucsia $1,31 y Gold Mound $1,36.

El precio que se va a considerar es un precio justificable para poder ingresar al mercado, tomando en cuenta los precios internacionales.

El precio que se ofrecerá para la planta Fucsia es de $1,72 y para la planta Gold Mound de $1,85.

3.7 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

3.7.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Se reproducirán 448.800 durante el primer año y se tiene proyectado vender 179520 ANEXO 1.10. Siendo la inversión de 136.706,86 ANEXO 1.8. Obteniendo una utilidad neta de $148.006,25 para el primer año descontando los gastos financieros, la participación de los empleados y el impuesto a la renta.

3.7.2 Flujo de Caja

Se contara con ingresos operacionales que son los ingresos por las ventas de plantas de $335.531,86 ANEXO 1.11

Los egresos operacionales que son el costo de venta que comprende los costos operativos del año como mano de obra directa e indirecta y los costos directos e indirectos de $323.866,77

Los egresos no operacionales comprenden: pago de intereses, amortización, participación de empleados, pago de impuesto a la renta y capital de trabajo de $13.183,80

Teniendo un flujo neto de $4.661,20 para el primer año.

3.7.3 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

Para el cálculo del Valor Actual Neto VAN se tomó una tasa de descuento del 12% aplicada para proyectos de inversión agrícola y fijada como referencia por la Corporación Financiera Nacional CFN. (22)

3.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) que es un indicador que mide la rentabilidad de un proyecto como un porcentaje y nos permite saber en que porcentaje se recupera la inversión.

Como el TIR es de 62% y es mayor a la tasa del VAN que es del 12% entonces podemos concluir que el proyecto es aceptable. ANEXO 1.1

3.7.5 Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El VAN en términos monetarios es de $ 744.298,09. ANEXO 1.11

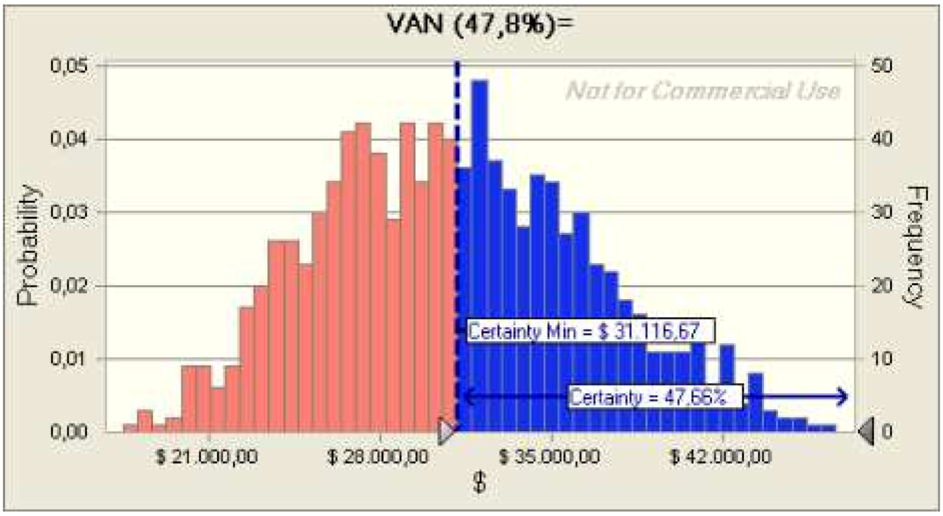
3.7.6 Análisis de Sensibilidad

Los análisis de sensibilidad de los proyectos de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

A continuación se detallan dos cuadros con el análisis de sensibilidad de cada especie de plantas y como restante la sensibilidad de ambas en un solo cuadro.

Grafico 1.2

Sensibilidad Planta FUCSIA



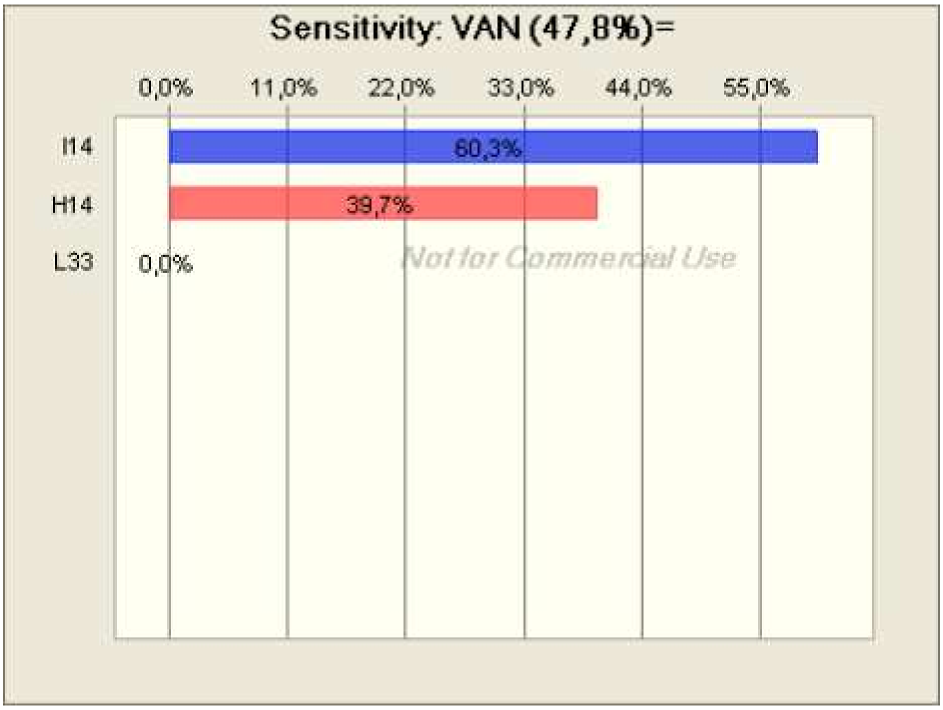
ELABORADO: AUTORAS

En la siguiente tabla podemos observar que la distribucion normar tiene un sesgo hacia la izquierda por lo tanto significa que hay una probabilidad mayor que el VAN se encuentre entre 28000 y 35000 a una tasa de descuento del 47,8%.

Con mil intentos el resultado esperado ha sido 31.036,41 como media y con un coeficiente de variabilidad de los datos sugetivamente bajo (0,1790) , podemos decir que hemos llegado a una respuesta correcta ya que el valor estimado se aproxima al valor real del VAN.

Gráfico 1.3

Sensibilidad VAN Fucsia

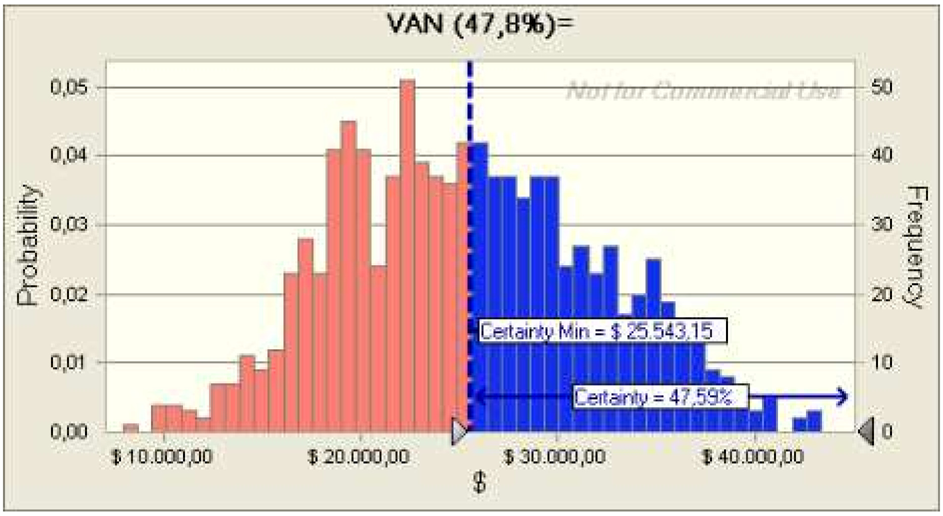


ELABORADO: AUTORAS

El VAN es un 60.3% sensible a la cantidad y un 39.7% al precio.

Gráfico 1.4

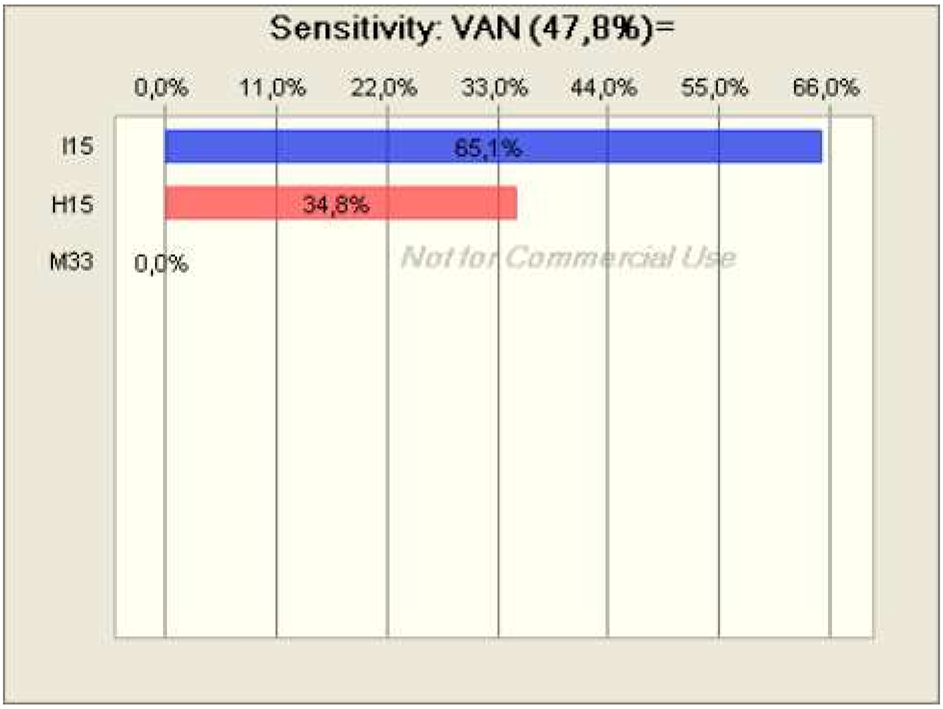
Sensibilidad GOLD MOUND



ELABORADO: AUTORAS

En este grafico encontramos una media de 25.502,32, con un coeficiente bajo de 0,2602.

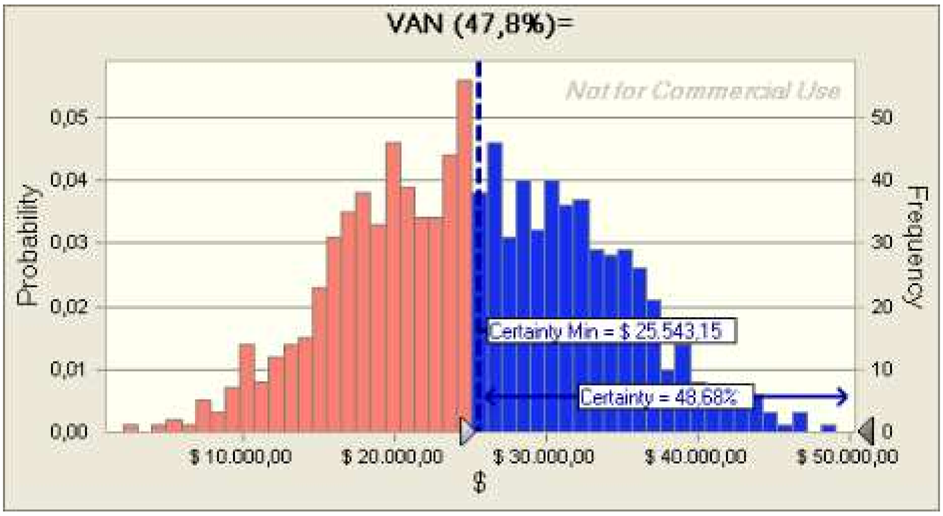
Gráfico 1.5
Sensibilidad VAN Gold Mound



ELABORADO: AUTORAS

El VAN es un 65.1% sensible a la cantidad y un 34.8% al precio.

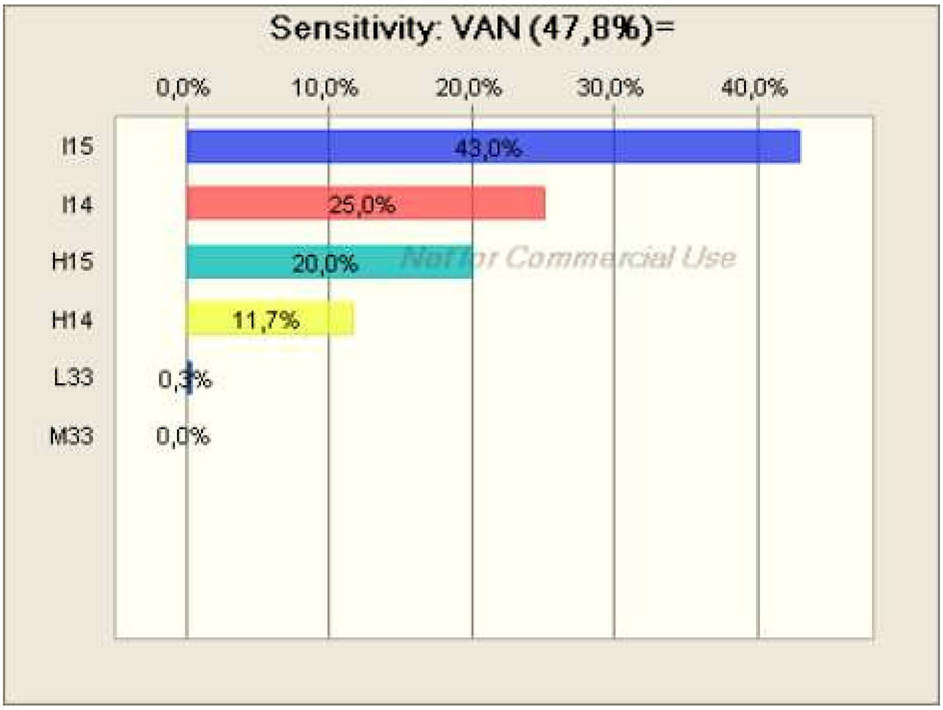
Gráfico 1.6
Sensibilidad General



ELABORADO: AUTORAS

La distribución muestra un mayor grado de frecuencia en el valor de la media que es 25.203,81, con una probabilidad muy baja, aproximada del 5%

Gráfico 1.7
Sensibilidad VAN General



ELABORADO: AUTORAS

En el grafico podemos observar que el VAN es un 43% sensible a las variaciones de la cantidad vendida para la planta Fucsia y 20% sensible al precio, y Para la planta Gold Mound el 25% sensible a las variaciones de la cantidad vendida y 11.7% al precio, con respecto a costos el porcentaje de sensibilidad es del 0.3%.

3.7.7 Índices de Rentabilidad

Las medidas de rentabilidad se las obtiene del Estado de Resultado, de la inversión y de las ventas.

El índice sobre la inversión para el primer año es de 60.66% ya para las ventas es de 28.61%

3.7.7.1 Rentabilidad sobre la Inversión

$$R.I.T = \frac{\text{Unidad Neta}}{\text{Inversión Total}} \times 100$$

3.7.7.2 Rentabilidad sobre las Ventas

$$R.S.V = \frac{\text{Unidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

Cuadro1.18

Índices de rentabilidad

AÑOS	RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION %	RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS %
1	108,27	44,11
2	317,48	73,70
3	472,97	83,37
4	560,13	87,08
5	1022,74	97,30

TABLA 1.1 ACTIVOS FIJOS

MAQUINARIA

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION	VALOR DESECHO
SISTEMA DE RIEGO	1	$2.000,00	$2.000,00	$360,00	$200,00
BOMBA C.P.3	2	$30,00	$60,00	$10,80	$6,00
BOMBA DE MOCHILA	10	$7,20	$72,00	$12,96	$7,20
TOTAL			**$2.132,00**	$383,76	$213,20

MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION	VALOR DESECHO
ESCRITORIO	4	$305,00	$1.220,00	$439,20	$122,00
SILLAS	12	$35,00	$420,00	$453,60	$42,00
ARCHIVADORES	4	$15,30	$61,20	$22,03	$6,12
EXTINTORES	4	$20,00	$80,00	$28,80	$8,00
TOTAL	24		**$1.781,20**	$943,63	$178,12

EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION	VALOR DESECHO
TELEFONO	4	$42,00	$168,00	$15,12	$16,80
TELEFONO CELULAR	2	$48,00	$96,00	$8,64	$9,60
FAX	1	$80,00	$80,00	$7,20	$8,00
SUMADORAS	4	$45,00	$180,00	$16,20	$18,00
AIRE ACONDICIONADO	4	$698,96	$2.795,84	$251,63	$279,58
TOTAL	15		**$3.319,84**	$298,79	$331,98

EQUIPOS DE COMPUTACION

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION	VALOR DESECHO
COMPUTADORA DOBLE DUAL CORE	3	$1.048,00	$3.144,00	$943,20	$314,40
LAPTOP	1	$1.200,00	$1.200,00	$360,00	$120,00
TOTAL	4		**$4.344,00**	$1.303,20	$434,40

VEHICULO

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION	VALOR DESECHO
CAMIONETA	1	$15.000,00	$15.000,00	$2.700,00	$1.500,00
TOTAL	1		**$15.000,00**	$2.700,00	$1.500,00

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.2 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN	CANTIDAD	VIDA ÚTIL	VALOR DE ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
SISTEMA DE RIEGO	1	5	2000	360,00	200,00
BOMBA C.P.3	2	5	60	10,80	12,00
BOMBA DE MOCHILA	10	5	72	12,96	7,20
MUEBLES DE OFICINA	24	10	1781,2	943,63	178,12
EQUIPO DE COMPUTACION	4	3	4344	1303,20	434,40
EQUIPO DE OFICINA	15	10	3319,84	298,79	331,98
VEHICULO	1	5	15000	2700,00	1500,00
TOTAL				**5629,38**	**2663,70**
VALOR DE DESECHO					$2.153,60

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.3 RESUMEN DE COSTOS

RUBROS	UNIDAD	COSTO UNIT. $	CANTIDAD		SUB-TOTAL
COSTOS DIRECTOS					
MATERIALES					
Tierra de Sembrado	Sacos	1	3.740		$3.740,00
Arcilla Compostada	Sacos	0,5	3.740		$1.870,00
Arena	Sacos	0,6	1.210		$725,76
Fundas	Fundas	0,4	448.800		$179.520,00
Herbicidas y Fertiliz		94	12		$1.128,00
Plantas Progenitoras					
Fucsia	Unidades	0,60	1.990		$1.194,00
Gold Mound	Unidades	0,65	1.750		$1.137,50
TOTAL COSTOS DIRECTOS					**$192.196,86**

COSTOS INDIRECTOS					
GASTOS GENERALES			**COSTO IDA Y VUELTA**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Suministros de Oficina	Mes	20		$20,00	$240,00
Luz Eléctrica	kw.	0,11	3.000	$27,50	$330,00
Telefonía Celular	Minutos	398		$48,00	$576,00
Arriendo	Mes	1400		$1.400,00	$16.800,00
Internet	Mes	25		$25,00	$300,00
Gasto de Publicidad (Ferias Internacionales)	Mes			$10.392,24	$10.392,24
Combustible	Mes	1,32	18,93	$99,95	$1.199,40
GASTOS DE EXPORTACION					
Agente de Aduana	Mes	241,6		$241,60	$2.899,20
Tramite de Aduana	Mes	39,2		$39,20	$470,40
Gasto Aforo	Mes	40		$40,00	$480,00
Gastos de Embalaje	Mes				
Gastos Locales Export.	Mes	140,4		$140,40	$1.684,80
TOTAL COSTOS INDIRECTOS					**$ 35.372,04**

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					
CARGOS		**SUELDO**	**# DE PUESTOS**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Coordinador de Operaciones	Mes	761,27	1	$761,27	$9.135,20
Jornalero	Mes	288,16	10	$2.881,60	$34.579,16
Chofer	Mes	288,16	1	$288,16	$3.457,92
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					**$47.172,28**

COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA					
CARGOS		**SUELDO**	**# DE PUESTOS**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Gerente General	Salario mens.	1875,92	1	$1.875,92	$22.511,00
Administrador	Salario mens.	1008,97	1	$1.008,97	$12.107,60
Guardia	Salario mens.	288,16	1	$288,16	$3.457,92
Vendedor	Salario mens.	451,64	1	$451,64	$5.419,70
Depreciación de Activos Fijos					$5.629,38
TOTAL COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA					**$49.125,59**
TOTAL COSTOS OPERATIVOS ANUALES					**$323.866,77**

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.4 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
GASTOS GENERALES	$18.246,00	$18.246,00	$18.246,00	$18.246,00	$18.246,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	$49.125,59	$49.125,59	$49.125,59	$49.125,59	$49.125,59
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38
TOTAL DE COSTOS FIJOS	**$73.000,97**	**$73.000,97**	**$73.000,97**	**$73.000,97**	**$73.000,97**
COSTOS VARIABLES					
MANO DE OBRA DIRECTA	$47.172,28	$47.172,28	$47.172,28	$47.172,28	$47.172,28
MATERIA PRIMA	$74.793,50	$137.620,05	$181.239,62	$205.483,48	$335.782,15
COMBUSTIBLE	$1.199,40	$1.199,40	$1.199,40	$1.199,40	$1.199,40
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	**$123.165,18**	**$185.991,73**	**$229.611,30**	**$253.855,17**	**$384.153,83**
COSTO TOTAL	**$196.166,16**	**$258.992,70**	**$302.612,27**	**$326.856,14**	**$457.154,80**

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{INGRESO UNIT- COSTOS VARIABLES}}$$

Fucsia	
CF	18246,00
CV	0,42
PU	1,72
PE=	24.095,88

Gold Mound	
CF	18246,00
CV	0,42
PU	1,85
PE=	23.050,89

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.6 PRECIO DE VENTA

	Fucsia	**Gold Mound**
Materia Prima	$0,42	$0,42
Costos Indirectos	$0,08	$0,08
M.O Directa	$0,11	$0,11
M.O Indirecta	$0,11	$0,11
Costo Planta	$0,60	$0,65
Total	$1,31	$1,36
Precio Planta	$1,72	$1,85

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.7 PROYECCION DE VENTAS

ADQUISICION DE PLANTAS

VARIEDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	SUB-TOTAL
Fucsia	1.990	0,60	1194
Gold Mound	1.800	0,65	1138
TOTAL	3.740		2332

			Producción		
	#	**Diaria**	**Semanal**	**Mensual**	**Anual**
Capacidad	**187**				
Jornalero	**10**	1870	9350	37400	448800

CANTIDADES DESARROLLO Y VENTAS 1ER AÑO

VARIEDAD	CANTIDAD	E(Q) VENDIDO	PRECIO UNIT.	SUB-TOTAL	STOCK
Fucsia	224.400	89760	1,72	168.345	134.640
Gold Mound	224.400	89760	1,85	167.187	134.640
TOTAL	448.800	179520		335.532	
CANTIDAD TOTAL PLANTAS PARA DESARROLLO					263.670

CANTIDADES DESARROLLO Y VENTAS 2DO AÑO

VARIEDAD	CANTIDAD	VENTAS	PRECIO UNIT.	SUB-TOTAL	STOCK
Fucsia	359.040	165158	1,72	283.431	193882
Gold Mound	359.040	165158	1,85	305.480	193882
TOTAL	718.080	330317		588.911	
CANTIDAD TOTAL PLANTAS PARA DESARROLLO					382153

CANTIDADES DESARROLLO Y VENTAS 3ER AÑO

VARIEDAD	CANTIDAD	VENTAS	PRECIO UNIT.	SUB-TOTAL	STOCK
Fucsia	418.282	217506	1,72	373.266	200775
Gold Mound	418.282	217506	1,85	402.304	200775
TOTAL	836.563	435013		775.570	
CANTIDAD TOTAL PLANTAS PARA DESARROLLO					395940

CANTIDADES DESARROLLO Y VENTAS 4TO AÑO

VARIEDAD	CANTIDAD	VENTAS	PRECIO UNIT.	SUB-TOTAL	STOCK
Fucsia	425.175	246602	1,72	423.197	178574
Gold Mound	425.175	246602	1,85	456.119	178574
TOTAL	850.350	493203		879.316	
CANTIDAD TOTAL PLANTAS PARA DESARROLLO					351537

CANTIDADES DESARROLLO Y VENTAS 5TO AÑO

VARIEDAD	CANTIDAD	VENTAS	PRECIO UNIT.	SUB-TOTAL	STOCK
Fucsia	402.974	402974	1,72	691.550	0
Gold Mound	402.974	402974	1,85	745.347	0
TOTAL	805.947	805947		1.436.896	
CANTIDAD TOTAL PLANTAS PARA DESARROLLO					0

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.8 INVERSION

INVERSION INICIAL

ACTIVOS FIJOS		**VALOR**
SISTEMA DE RIEGO	$	2.000,00
BOMBA C.P.3	$	60,00
BOMBA DE MOCHILA	$	72,00
HERRAMIENTAS	$	70,00
MUEBLES DE OFICINA	$	1.781,20
EQUIPO DE OFICINA	$	3.319,84
EQUIPO DE COMPUTACION	$	4.344,00
VEHICULO	$	15.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$**	**26.647,04**
ACTIVO DIFERIDO		
INSTALACION ELECTRICA	$	150,00
CONSTRUCCION DE OFICINA	$	8.000,00
PIEDRA CHISPA	$	180,00
ARRIENDO DEL LOCAL	$	1.400,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	**$**	**9.730,00**
CAPITAL DE OPERACIÓN		
GASTOS GENERALES	$	1.500,50
MANO DE OBRA DIRECTA	$	47.172,28
MANO DE OBRA INDIRECTA	$	49.125,59
MATERIAL INDIRECTO (COMBUSTIBLE)	$	99,95
SUMINISTROS DE OFICINA	$	100,00
STOCK INICIAL DE PLANTAS	$	2.331,50
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	$	100.329,82
INVERSION TOTAL	**$**	**136.706,86**

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.9 FINANCIAMIENTO

TABLA DE AMORTIZACION				
AÑOS	PAGO	INTERES	CAPITAL ARMORTIZADO	SALDO
0				$ 82.024,12
1	$ 21.202,81	$ 7.554,42	$ 13.648,39	$ 68.375,73
2	$ 21.202,81	$ 6.297,40	$ 14.905,41	$ 53.470,32
3	$ 21.202,81	$ 4.924,62	$ 16.278,19	$ 37.192,13
4	$ 21.202,81	$ 3.425,40	$ 17.777,41	$ 19.414,71
5	$ 21.202,81	$ 1.788,10	$ 19.414,71	$ -0,00

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.10 ESTADO DE RESULTADO

AÑOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESO POR VENTA	$335.531,86	$588.910,88	$775.570,03	$879.315,64	$1.436.896,46
GASTOS					
GASTOS GENERALES	-$1.500,50	-$1.500,50	-$1.500,50	-$1.500,50	-$1.500,50
MANO DE OBRA DIRECTA	-$47.172,28	-$47.172,28	-$47.172,28	-$47.172,28	-$47.172,28
MANO DE OBRA INDIRECTA	-$49.125,59	-$49.125,59	-$49.125,59	-$49.125,59	-$49.125,59
MATERIA PRIMA	-$74.793,50	-$137.620,05	-$181.239,62	-$205.483,48	-$335.782,15
MATERIAL INDIRECTO (COMBUSTIBLE)	-$1.199,40	-$1.199,40	-$1.199,40	-$1.199,40	-$1.199,40
UTILIDAD OPERACIONAL	**$161.740,58**	**$352.293,06**	**$495.332,63**	**$574.834,38**	**$1.002.116,54**
INTERES	-$7.554,42	-$6.297,40	-$4.924,62	-$3.425,40	-$1.788,10
DEPRECIACION	-$5.629,38	-$5.629,38	-$5.629,38	-$5.629,38	-$5.629,38
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	**$148.556,78**	**$340.366,28**	**$484.778,64**	**$565.779,61**	**$994.699,07**
PARTICIPACION DE EMPLEADOS (15%)	-$227,81	$38.749,56	$66.954,35	$82.741,08	$166.946,84
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	**$148.328,97**	**$379.115,84**	**$551.732,99**	**$648.520,69**	**$1.161.645,91**
IMPUESTO (25%)	-$322,73	$54.895,22	$94.852,00	$117.216,53	$236.508,02
UTILIDAD NETA	**$148.006,25**	**$434.011,06**	**$646.584,99**	**$765.737,22**	**$1.398.153,93**

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		$335.531,86	$588.910,88	$775.570,03	$879.315,64	$1.436.896,46
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES		**$335.531,86**	**$588.910,88**	**$775.570,03**	**$879.315,64**	**$1.436.896,46**
INGRESOS NO OPERACIONALES						
VALOR DE DESECHO						$2.153,60
TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES						**$2.153,60**
EGRESOS OPERACIONALES						
COSTO DE VENTA		$323.866,77	$318.653,67	$318.653,67	$318.653,67	$318.653,67
TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES		**$323.866,77**	**$318.653,67**	**$318.653,67**	**$318.653,67**	**$318.653,67**
EGRESOS NO OPERACIONALES						
INTERES DE LA DEUDA		$7.554,42	$6.297,40	$4.924,62	$3.425,40	$1.788,10
DEPRECIACION		$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38
UTILIDAD BRUTA		**-$1.518,71**	**$258.330,43**	**$446.362,36**	**$551.607,19**	**$1.112.978,92**
PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)		-$227,81	$38.749,56	$66.954,35	$82.741,08	$166.946,84
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		**-$1.290,91**	**$219.580,86**	**$379.408,00**	**$468.866,11**	**$946.032,08**
IMPUESTOS (25%)		-$322,73	$54.895,22	$94.852,00	$117.216,53	$236.508,02
UTILIDAD NETA		**-$968,18**	**$164.685,65**	**$284.556,00**	**$351.649,59**	**$709.524,06**
DEPRECIACION		$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38	$5.629,38
INVERSION INICIAL	$136.706,86					
CAPITAL DE TRABAJO	$37.703,54					$37.703,54
PRESTAMO	$82.024,12					
k propio	$54.682,74					
FLUJO NETO	**-$256.434,52**	**$4.661,20**	**$170.315,02**	**$290.185,38**	**$357.278,96**	**$752.856,98**
	VAN (12%)=	**$ 744.298,09**				
	TIR =	**62%**				

ELABORADO: AUTORAS

TABLA 1.12 INDICE SOBRE LA INVERSION – SOBRE LAS VENTAS

Rentabilidad sobre la Inversión

$$R.I.T = \frac{\text{Unidad Neta}}{\text{Inversión Total}} \times 100$$

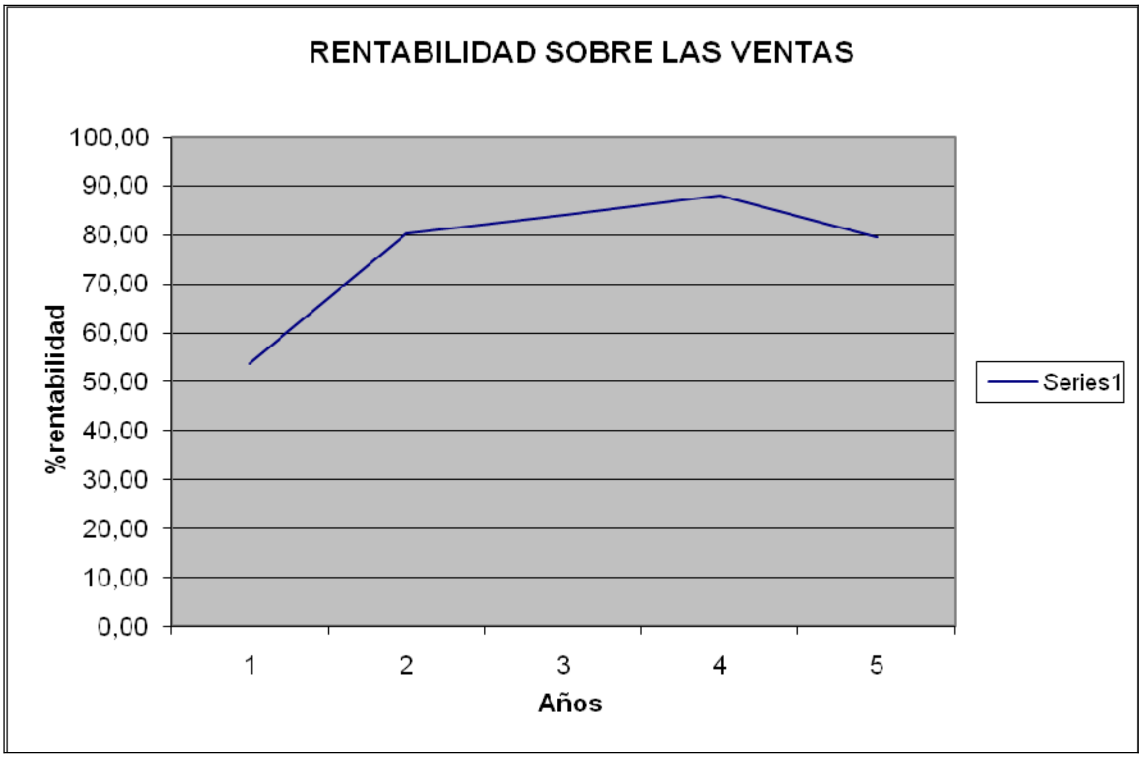
Rentabilidad sobre las Ventas

$$R.S.V = \frac{\text{Unidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

AÑOS	RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION %	RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS %
1	108,27	44,11
2	317,48	73,70
3	472,97	83,37
4	560,13	87,08
5	1022,74	97,30

Grafico 1.8

Rentabilidad sobre las ventas



ELABORADO: AUTORAS

3.8 GESTION DE RIESGO

Luego de la evaluación de riesgo, se ha determinado que el proyecto presenta mayor sensibilidad con respecto al precio y las cantidades demandadas, se sugiere como acción correctiva implementar un plan de marketing internacional.

El desarrollo de un plan de marketing internacional permitirá tener un mayor control sobre las incertidumbres del entorno exterior, conocer las necesidades de los clientes y establecer contactos con potenciales clientes.

Diseño y Herramientas del plan de marketing:

1. **Pagina Web:**

Es un tema de importancia estratégica para el proyecto, considerando que la mayoría de los responsables de compras en los principales mercados internacionales, utilizan el Internet como herramienta fundamental de su proceso de compra, en la pagina web se deberá publicar información clara y actualizada sobre la empresa y los productos que se ofrece; esta es la ventana de la empresa al mundo, para lograr contacto con potenciales clientes.

Además contribuye al desarrollo de la imagen de la empresa, aumenta la confianza de clientes y proveedores.

2. **investigación de mercado:**

La dinámica actual de los negocios plantea problemas y oportunidades ante los cuales se debe mantener una especial atención; es importante visitar los sitios de noticias y suscribirse a boletines electrónicos relacionados al mercado de plantas vivas, el correcto manejo de la información ayudará a:

Tomar decisiones de manera eficiente y acertada.

Realizar seguimiento de las importaciones y exportaciones en el mercado permitirá conocer que clientes/competidores nuevos aparecen en el mercado y cuales van creciendo y tomando mayor representación en el mismo.

3. Servicio Post-venta:

Es importante tener presente los deseos y necesidades de los clientes, logrando su satisfacción, a través de una oportuna ejecución de sus requerimientos y gestión efectiva de las operaciones se asegura que potenciales clientes compren y que los clientes habituales no se alejen.

Sus necesidades pueden variar y también aparecer nuevas oportunidades con ellos, por lo que es vital mantener abiertos los canales de comunicación.

4. Participación en ferias internacionales

Las Ferias Internacionales son grandes eventos comerciales de exhibición para productos y/o servicios, organizados con el objetivo de facilitar las transacciones comerciales entre empresas de diferentes países. Dichas exhibiciones brindan una inmejorable oportunidad para realizar contactos de negocios con empresarios de todas partes del mundo, desarrollar e incrementar las exportaciones, y además, constituyéndose en una instancia única para promover sus productos y/o servicios. (19)

Adicionalmente es una oportunidad para conocer de cerca los productos y estrategias de los competidores

La participación en una feria internacional es parte de la promoción de la empresa, por lo que se recomiendan a continuación 2 posibles opciones:

Garden + Landscapins Middle East – Dubai

Garden + Landscapins Middle East se ha establecido firmemente como única plataforma para que la industria comparta la información y experiencias. Es un foro de negocio para discutir la mejor práctica para el desarrollo de los UAE y de la región de Oriente Medio. El acontecimiento proporcionará un lugar de reunión para los compradores y los comitentes de la red de productos del jardín y surtidores de los servicios que entregan las soluciones para todos los aspectos del diseño y del desarrollo. (20)

Garden + Landscapins Middle East Es la ocasión para ver cómo los productos y los accesorios del jardín se han desarrollado dentro de la región, (20)

El clima del Oriente Medio, junto con la sed de la región para el diseño y la cultura al aire libre fuerte, proporcionan desafíos únicos para los arquitectos y los jardineros de paisaje. Con superior a $1 trillones de proyectos de construcción activos en curso, el Oriente Medio está experimentando el crecimiento interanual del 12% para ajardinar y los productos del jardín. (20)

Iberflora

La Iberflora -Feria Internacional de Horticultura Ornamental, Forestal, Floristería y Jardinería-ya se ha convertido en la reina de los certámenes profesionales del sector de la jardinería ornamental en España y una de las tres primeras de Europa. (21)

Iberflora, un referente mundial para los profesionales del sector de la jardinería, acoge tres sectores fundamentales: de Planta y Flor, Salón de Jardín y el Salón de la Tecnología (conjuntamente con Euroagro). (21)

Como ya hemos mencionado, la Feria se compone de tres sectores. La realidad de uno de ellos, el Salón del Jardín sitúa al certamen como cita obligada para responsables de la jardinería pública, arquitectos, técnicos paisajistas, responsables de complejos turísticos, y en general, de todos los profesionales interesados en este variado y floreciente Salón. (21)

Participar en una feria internacional requiere de una inversión significativa, es por ello que las entidades gubernamentales en cada país, prestan apoyo a quienes tengan los productos o servicios que cuenten con reales posibilidades de comercialización y que pretendan asistir a este tipo de eventos en el extranjero. Existen apoyos financieros para el alquiler del stand y para los gastos operacionales, el resto corresponde a una "cuota de participación" que deben ser canceladas por las empresas. Esta cuota de participación cubre aquellos gastos relacionados con la participación en la feria misma; por lo que el expositor deberá considerar los gastos de pasajes, estadía, envíos de material para armar el stand y de las muestras sin carácter comercial (como folletería, subvenir, etc.). (19)

En Ecuador, La CORPEI, a través del Departamento de Ferias y Misiones Comerciales, impulsa la realización de eventos de promoción comercial.

La ejecución de estas acciones contribuirá a la creación de una cartera de potenciales clientes, a conocer y cumplir sus requerimientos garantizando de esa forma que se conviertan en clientes habituales para contrarrestar la incertidumbre en cuanto las cantidades demandadas.

- La exportación de plantas es una actividad que cada año se va incrementando y es una ventaja que se tiene ya que en este país Dubai tiene planificado a lo largo del tiempo un sin numero e proyectos arquitectónicos.

3.9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La demanda de Dubai del bien plantas vivas ha sido creciente desde 2.002, año desde el cual se encontró información estadística.

- Las preferencias del consumidor son calidad, biodiversidad y seriedad de sus proveedores, el precio no es una variable de influencia en la decisión de compra.

- El principal proveedor de este mercado es Holanda, claramente ha sido identificado como el líder de este mercado, no existe otro competidor tan posesionado como Holanda.

- En el estudio financiero del proyecto de exportación de plantas vivas, se obtuvo el 62% de TIR por lo que se puede medir que este proyecto es altamente riesgoso pero a la misma vez rentable. En dos años se recupera la inversión total.

- En el estudio de sensibilidad se pudo obtener como resultado que en mayor porcentaje el proyecto es sensible al precio y la cantidad.

Recomendaciones

- Fomentar la creación de una asociación de pequeños y medianos productores del sector.
- Implementar las gestiones de riesgo antes mencionadas.

.

BIBLIOGRAFIA

(1)
Wikipedia Foundation Inc. 19 de enero del 2009 ultima modificación. Emiratos Árabes Unidos. Wikipedia. 19 de Enero 2009. Párrafos: Economía
http://es.wikipedia.org/wiki/Emiratos_%C3%81rabes_Unidos

(2)
Wikipedia Foundation Inc. 13 de enero del 2009 ultima modificación. Dubai. Wikipedia. 19 de Enero 2009. Párrafos extraidos de: Dubai, Idioma y religión.
http://es.wikipedia.org/wiki/Dubai

(3)
Dubailand, el destino turístico más ambicioso. Nombre de la página: Turispain.com - Turismo en Internet. 19 de Enero 2009
http://www.turispain.com/id/887/documento.asp

(4)
Abril 16 del 2007. Dubai, La fantasía del desierto. Enroutado. 19 de Enero 2009
http://enroutados.wordpress.com/2007/04/16/dubai-la-fantasia-del-desierto/

(5)
Ilustre Municipalidad de Samborondón. La ciudad de Samborondón. Ilustre Municipalidad de Samborondón. 19 de Enero 2009
http://www.samborondon.gov.ec/index.php?option=com_content&task=section&id=1&Itemid=54

(6)
CESTUR-Centro de conocimientos e información estratégica para el sector turístico de México. Dirección de Investigación. 2005. Análisis del modelo: Dubai. CESTUR. 19 de Enero 2009. Diapositiva: 10
http://www.turismo.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14825/4/ModeloDubai.pdf

(7)
Cestur. 2005. Análisis del modelo: Dubai. Cestur. 12 de Enero 2009. Diapositiva: 10
www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14825/5/ModeloDubai.pdf

(8)
ICEX. 2008. Dubai espera recibir diez millones de turistas en 2010. Instituto Español del gobierno exterior- Noticias. 19 de Enero 2009
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_5604470_4083555_0_-1,00.html

(9)
Instituto Español de Comercio Exterior ICEX. 2008. Estudio de Mercado. El sector de la construcción en Emiratos Arabes Unidos. Instituto Español del gobierno exterior. 19 de Enero 2009
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519172_5547593_4079019_466_AE_p5658362,00.html.

(10)
Sistema de Información Agropecuaria (SIA) - Ministerio de Agricultura y Ganadería. 31 de octubre del 2006. Ecuador exportación de productos agropecuarios y agroindustriales. Servicio de información agropecuaria del ministerio de agricultura y ganadería del ecuador. 19 de Enero 2009
http://www.sica.gov.ec/comext/docs/export/xpro_actual.htm

(11)
Amman, Jordan. 20 February 2006. Dubai to Become International Hub for Flower and Plant. RedOrbit. 19 de Enero 2009
http://www.redorbit.com/news/science/398885/dubai_to_become_international_hub_for_flower_and_plant_trade/index.html

(12)
Pozniak J. Spiraea japonica 'Goldmound' - Oro Montículo Spirea. Ground Trades Exchange. 19 de Enero 2009
http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.groundtradesxchange.com/plant_database/deciduous_shrubs/goldmound_spirea/spiraea-japonica-goldmound-spirea.htm&sa=X&oi=translate&resnum=2&ct=result&prev=/search%3Fq%3Dgold%2Bmound%26hl%3Des

(13)
Wikipedia Foundation Inc. Año de publicación: 24 noviembre del 2008 ultima modificación. Fucsia.Nombre de la página: Wikipedia. 19 de Enero 2009
http://es.wikipedia.org/wiki/Fuchsia

(14)
El centro de estudios y análisis. Las flores nacionales son altamente cotizadas .Consulado General de Ecuador en Montreal. 19 de Enero 2009
http://www.consecuador-quebec.org/floresnacionales.htm

(15)
Evergreen nursery. 19 de Enero 2009
http://www.evergreenplantnursery.com/Goldmound-Spirea-p/spigmo1.htm

(16)
FEPEX, 8 de Enero de 2009, Zaragoza celebrará la Exposición Internacional de Horticultura en 2014, Agencia para la promoción de flores y plantas, 19 de Enero 2009.
http://www.ponfloresyplantas.com/noticias/?cat=1

(17)
Prochile. Emiratos Arabes Unidos. Prochile. 19 de Enero 2009
http://www.prochile.cl/difusion/ferias/gulfood_ch_2008/dubai.pdf

(18)
Instituto Español de Comercio Exterior ICEX. 2008. Estudio de Mercado. El sector de la construcción en Emiratos Arabes Unidos. Instituto Español del gobierno exterior. 19 de Enero 2009
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_5604470_4128197_0_-1,00.html

(19)
Ferias Internacionales: consejos para tener una participación exitosa. Diario Marca. **19 de Enero 2009**
http://www.diariomarca.com.ar/noticias/2007/12/13/ferias-internacionales-consejos-para-tener-una-participacion-exitosa/

(20)
Garden + Landscaping Middle East. Messe Frankfurtme. 19 de Enero 2009
http://www.messefrankfurtme.com/garden/site/scripts/documents.php?categoryID=1

(21)

Mario Díaz López. Iberflora, la feria mediterránea de las flores. Plantasyhogar. 19 de Enero 2009
http://www.plantasyhogar.com/parati/feriasyeventos/?pagina=parati_feriasyeventos_002_002

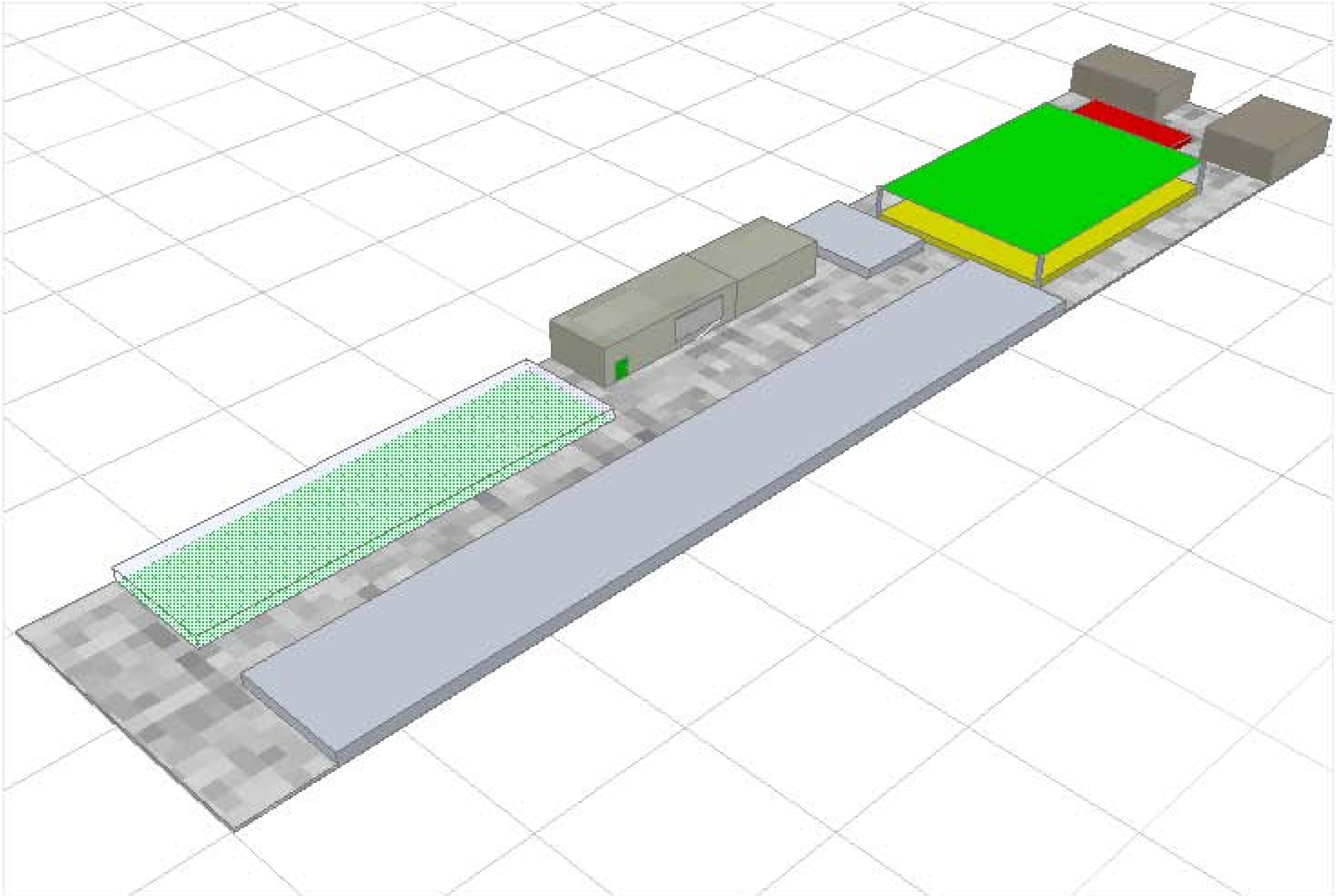
(22)
Ministerio de Agricultura del Ecuador (MAG). 3 de Marzo 2009
http://www.sica.gov.ec/agronegocios/est_peni/DATOS/COMPONENTE5/cebolla%20perla/Cebolla.htm

ANEXO 1

ECUADOR
EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y PISCÍCO

ANEXO 1

ESQUEMA DE EDIRCACION DEL VIVERO



Anexo 2:

ECUADOR

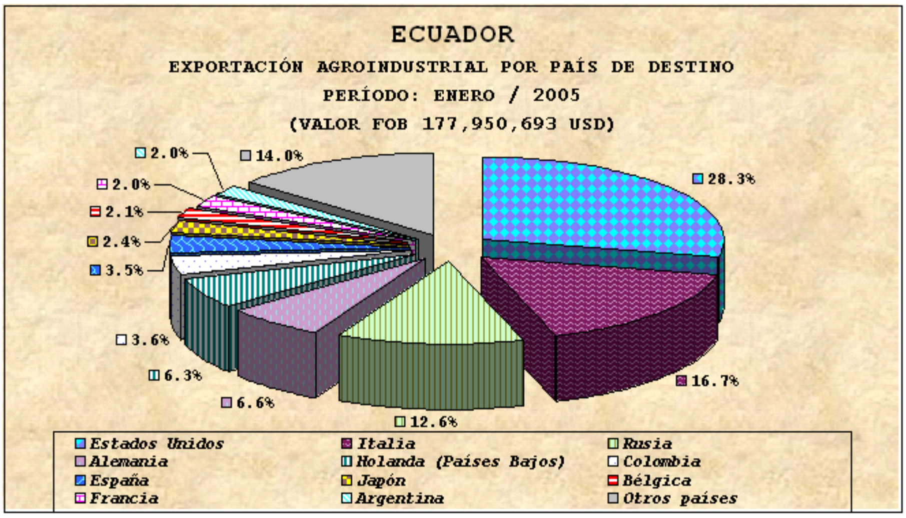
EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y PISCÍCO

PRODUCTO	MAYO- AGOSTO/2006				MAYO-AGOSTO/2005		
	ORD 2/	VOLUMEN (TM.)	VALOR FOB Miles USD.	PART. 3/	VOLUMEN (TM.)	VALOR FOB Miles USD.	PART. 3/
TOTAL EXPORTACIONES		8,766,799.6	4,151,636.66		8,799,734.74	3,349,218.25	
TOTAL ACEITE CRUDO DE PETROLEO		6,516,565.24	2,666,396.28		6,580,688.86	2,025,916.84	
**TOTAL AGROPECUARIO Y PISICOLAS 1/		1,921,960.12	1,015,416.10	100.00	1,891,917.24	943,083.94	100.00
BANANO	1	1,455,270.08	339,773.40	33.46	1,506,734.57	335,219.39	35.55
CAMARONES Y LANGOSTINOS	2	35,698.28	174,741.04	17.21	32,402.16	158,327.16	16.79
PREPARACION Y CONSERVA DE PESCADO	3	56,625.93	147,509.12	14.53	64,001.86	153,358.13	16.26
FLORES	4	70,417.12	112,722.66	11.10	46,987.91	107,949.78	11.45
CACAO LOS DEMAS	5	20,252.42	31,217.95	3.07	26,933.15	38,663.65	4.10
PESCADO (FRESCO,CONGELADO,FILETE Y SECO)	6	7,387.09	27,027.40	2.66	3,915.13	13,772.74	1.46
ARROZ	7	66,514.11	25,403.59	2.50	5,422.02	2,252.13	0.24
JUGO DE MARACUYA	8	7,634.22	20,854.94	2.05	6,408.69	14,114.80	1.50
EXTRACTO DE CAFÉ INDUSTRIALIZADO	9	3,989.87	19,361.53	1.91	103.92	2,136.29	0.23
ACEITE DE PALMA CRUDO LOS DEMAS	10	35,620.88	17,718.14	1.74	40,965.60	15,613.53	1.66
PALMITO	11	7,898.48	17,252.51	1.70	8,762.84	16,582.99	1.76
HARINA DE PESCADO	12	22,999.97	15,648.89	1.54	18,219.21	8,467.49	0.90
COLIFLORES Y BRECOLES	13	16,413.68	14,601.66	1.44	14,832.67	12,847.81	1.36
PLATANO	14	34,091.97	8,928.99	0.88	34,538.16	8,819.45	0.94
PIÑA	15	24,590.67	7,625.09	0.75	23,898.25	9,003.36	0.95
TABACO	16	607.66	6,662.45	0.66	573.27	6104.61	0.65
CAFÉ LOS DEMAS	17	3,772.99	6,195.74	0.61	7,124.82	7,848.05	0.83
AZUCAR LOS DEMAS	18	12,114.32	4,968.57	0.49	11,623.34	4,362.16	0.46
MANTECA GRASA Y ACEITE DE CACAO	19	1,069.40	4,048.15	0.40	3,493.08	13,048.66	1.38
FRIJOLES DESVAINADOS	20	3,588.28	3,426.44	0.34	1,514.20	1,228.13	0.13
MAIZ AMARILLO	21	17,393.01	2,484.74	0.24	18,096.30	2,497.83	0.26
PASTA DE CACAO	22	757.76	1,810.79	0.18	1,829.58	3,085.85	0.33
CACAO EN POLVO	23	1,162.66	1,460.20	0.14	3,589.34	3,973.34	0.42
MANGO	24	1,100.31	971.52	0.10	1,091.65	953.18	0.10
CEBOLLAS Y CHALOTES	25	11,725.51	833.29	0.08	5,730.82	365.95	0.04
CHOCOLATES	26	187.96	776.25	0.08	183.22	1,135.68	0.12
PAPAYAS	27	1,614.19	627.63	0.06	1,400.79	480.98	0.05
GUAYABAS	28	871.48	490.96	0.05	1,159.82	666.65	0.07
ESPARRAGOS	29	589.82	272.46	0.03	380.87	204.17	0.02

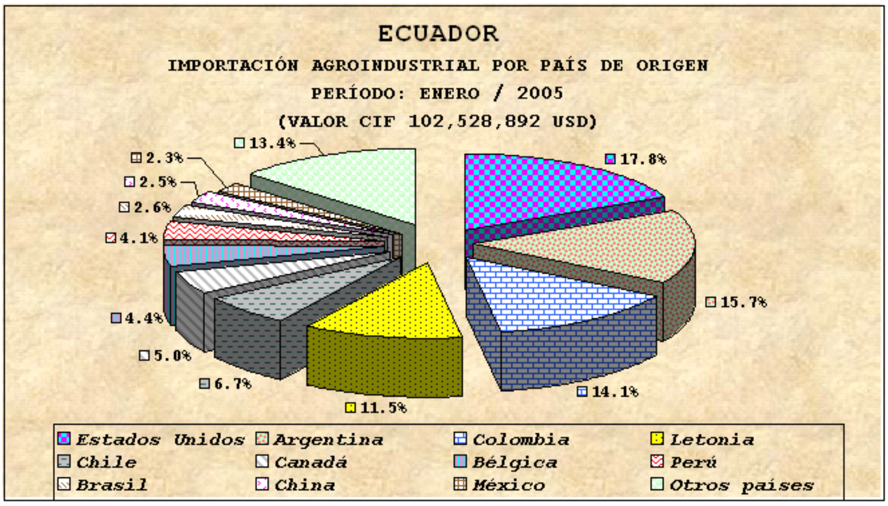
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Sistema de Información Agropecuaria (SIA) - Ministerio de Agricultura y Ganadería
1/ Los productos del Sector Agropecuario e Industrial, son los adoptados por la Organización Mundial de Comercio - O. M. C
2/ Orden de importancia de acuerdo al valor FOB.
3/ Participación con respecto al Total Agropecuario e Industrial.
Datos provisionales acumulados de mayo - agosto del 2006 mayo - agosto 2005
**El total Agropecuario únicamente incluye el valor total de exportaciones agropecuarias más los industriales y piscícolas que fueron seleccionados dentro de los 29 productos.
Actualizado al 31/08/2006

Anexo 3:

ECUADOR
COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES
AÑO 2005

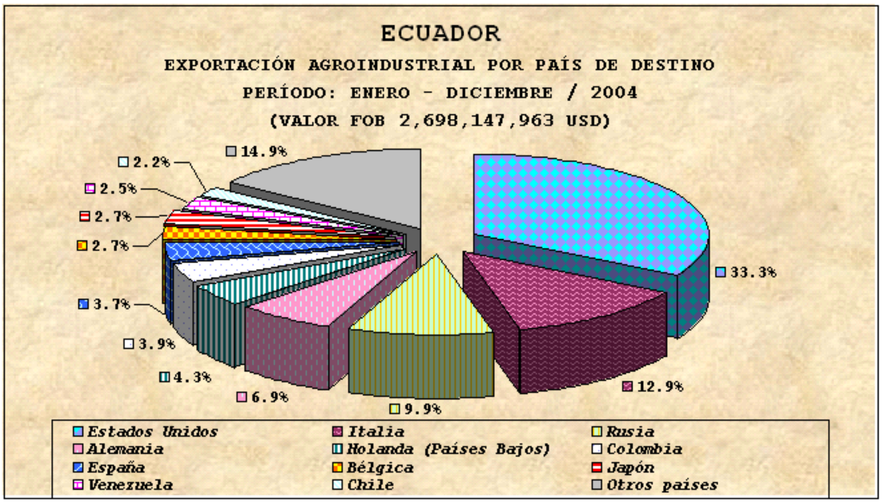


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Información Central-Proyecto Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería - Ecuador (www.sica.gov.ec)
Última actualización 14/03/2005



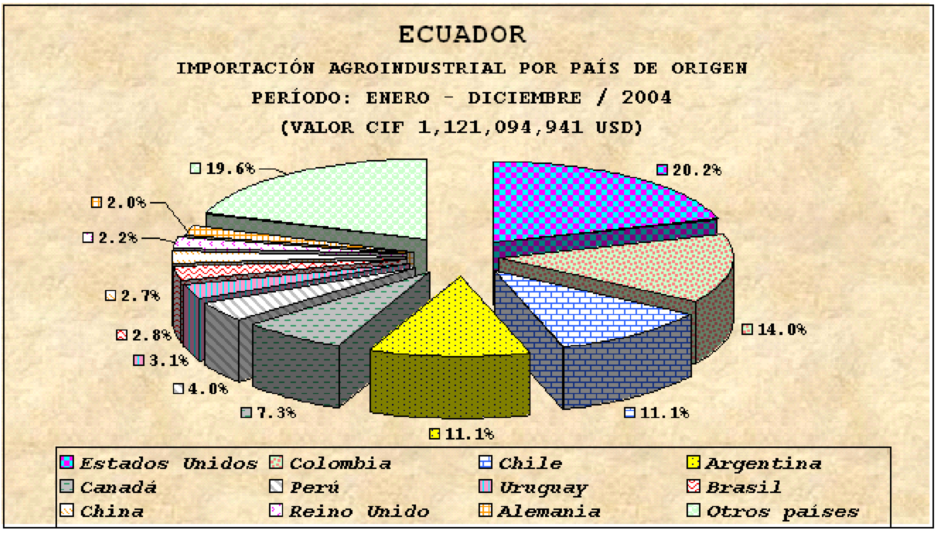
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Información Central-Proyecto Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería - Ecuador (www.sica.gov.ec)
Última actualización 16/03/2005

ECUADOR
COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES
AÑO 2004



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Información Central-Proyecto Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería - Ecuador (www.sica.gov.ec)
Última actualización 14/03/2005

,



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Información Central-Proyecto Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería - Ecuador (www.sica.gov.ec)
Última actualización 16/03/2005

Anexo 4:

Cuadro AI.4
Origen de las importaciones, 2000-2004
(Millones de dólares EE.UU. y porcentaje)

	2000	2001	2002	2003	2004
Total (millones de $EE.UU.)	26.739,1	30.076,2	32.536,0	39.454,3	53.289,0
			(Porcentaje)		
América	8,6	9,2	11,4	8,7	8,5
Estados Unidos	6,9	7,1	8,6	6,6	6,4
Otros países de América	1,8	2,1	2,7	2,0	2,1
Brasil	0,7	1,2	1,6	1,0	1,1
Europa	35,3	35,4	35,1	37,7	38,6
CE (25)	32,7	32,7	32,2	34,7	34,9
Reino Unido	7,2	6,2	5,8	6,4	7,8
Alemania	5,9	6,8	6,6	6,8	6,9
Francia	6,0	6,2	5,4	6,3	5,0
Italia	4,7	4,5	4,1	4,1	4,1
Países Bajos	2,0	2,1	2,1	2,3	2,5
Finlandia	1,0	0,9	1,3	2,4	1,9
Bélgica	1,7	2,1	2,2	1,7	1,9
AELC	1,5	1,5	1,6	1,5	1,6
Suiza	1,2	1,3	1,5	1,3	1,4
Otros países de Europa	1,1	1,2	1,3	1,5	2,2
Turquía	0,9	1,0	1,1	1,3	1,8
Comunidad de Estados Independientes	1,0	1,9	1,2	1,1	0,7
África	1,8	1,1	1,0	1,0	1,0
Oriente Medio	6,2	7,9	6,4	5,0	3,1
Omán	2,3	2,2	2,5	1,5	1,5
Asia	47,0	44,6	45,1	46,5	48,1
China	6,2	6,4	8,3	9,5	10,7
Japón	7,6	6,9	7,1	6,9	7,2
Seis países comerciantes de Asia Oriental	19,0	17,9	15,5	15,2	14,2
Corea, República de	6,0	5,8	5,4	4,2	4,1
Hong Kong, China	3,2	3,1	3,3	3,3	3,1
Singapur	3,1	3,1	2,9	2,7	3,0
Malasia	2,6	2,2	2,1	2,1	2,4
Taipei Chino	2,4	2,0	1,7	1,5	1,7
Otros países de Asia	14,2	13,5	14,2	14,9	15,9
India	7,9	6,7	7,9	9,5	11,0
Pakistán	1,7	1,9	2,0	1,9	1,7
Australia	1,7	1,8	1,7	1,4	1,5
Indonesia	2,2	2,0	1,7	1,4	1,2
Pro memoria:					
CE (15)	31,9	31,8	31,0	33,0	33,0

Nota: Habida cuenta de la falta de información comercial global, el total de las exportaciones está basado en los datos sobre la balanza de pagos (Banco Central, *Statistical Bulletin*, varios números). El desglose de los porcentajes por origen se ha efectuado a partir de las estadísticas de interlocutores comerciales, en este caso, de las exportaciones de los interlocutores comerciales de los Emiratos Árabes Unidos (obtenidas de la base de datos Comtrade de la División de Estadística de las Naciones Unidas).

Fuente: Cálculos de la Secretaría de la OMC realizados a partir de la base de datos Comtrade (CUCI, Rev.3), de la División de Estadística de las Naciones Unidas; y varios números del *Statistical Bulletin* del Banco Central de los Emiratos Árabes Unidos.

IMPORTACIONES DE EAU POR PAÍS DE ORIGEN (2005)

PAÍS	**VALOR (mill. Dirhams. ¡$ USA= 3,67 AED)**	**%**
India	34.217	13,10%
China	25.597	9,80%
USA	19.851	7,60%
Japón	18.284	7%
Alemania	17.761	6,80%
Reino Unido	17.239	6,60%
Francia	9.142	3,50%
Italia	8.880	3,40%
Corea del Sur	7.052	2,70%
Australia	3.918	1,50%
España	3134	1,20%
Resto	96.122	36,80%
TOTAL	**261.202**	**100%**

IMPORTACIONES (CIF)	(Millones Dirhams. 1$ USA= 3,67 AED)
II Productos vegetales	8.304
IV Alimentos preparados	7.057
VI Productos químicos	12.729
VII Plásticos y productos de caucho	8.932
XI Textiles	13.475
XIV Perlas, piedras y metales preciosos. Artículos joyería	50.693
XV Metales Básicos	22.924
XVI Maquinaría y material eléctrico	53.443
XVII Vehículos y material de transporte	30.388
Resto	53.257
TOTAL	**261.202**

Anexo 5:

Evolución de la construcción

Año	Urbanizaciones y complejos residenciales	Edificios de mas de varias plantas para viviendas, centros comerciales	Edificios para uso industrial, hotelero y de servicio	Total
2000	1.098	330	489	1.917
2001	1.672	355	418	2.445
2002	1.558	412	289	2.259
2003	1.112	423	348	1.883
2004	1.436	393	290	2.119

Fuente: Dubai Municipality

INVEX: Instituto Valenciano de la Exportación.

http://www.ivex.es/dms/estudios/informacion_paises/Emiratos-materiales-construccion/Emiratos%20Materiales%20de%20Construcción%20.pdf

PRODUCTO	MAYO- AGOSTO/2006				MAYO-AGOSTO/2005		
	ORD	VOLUMEN	VALOR FOB	PART.	VOLUMEN	VALOR FOB	PART.
	2/	(TM.)	Miles USD.	3/	(TM.)	Miles USD.	3/
TOTAL EXPORTACIONES		8,766,799.6	4,151,636.66		8,799,734.74	3,349,218.25	
TOTAL ACEITE CRUDO DE PETROLEO		6,516,565.24	2,666,396.28		6,580,688.86	2,025,916.84	
**TOTAL AGROPECUARIO Y PISICOLAS 1/		1,921,960.12	1,015,416.10	100.00	1,891,917.24	943,083.94	100.00
BANANO	1	1,455,270.08	339,773.40	33.46	1,506,734.57	335,219.39	35.55
CAMARONES Y LANGOSTINOS	2	35,698.28	174,741.04	17.21	32,402.16	158,327.16	16.79
PREPARACION Y CONSERVA DE PESCADO	3	56,625.93	147,509.12	14.53	64,001.86	153,358.13	16.26
FLORES	4	70,417.12	112,722.66	11.10	46,987.91	107,949.78	11.45
CACAO LOS DEMAS	5	20,252.42	31,217.95	3.07	26,933.15	38,663.65	4.10
PESCADO (FRESCO,CONGELADO,FILETE Y SECO)	6	7,387.09	27,027.40	2.66	3,915.13	13,772.74	1.46
ARROZ	7	66,514.11	25,403.59	2.50	5,422.02	2,252.13	0.24
JUGO DE MARACUYA	8	7,634.22	20,854.94	2.05	6,408.69	14,114.80	1.50
EXTRACTO DE CAFÉ INDUSTRIALIZADO	9	3,989.87	19,361.53	1.91	103.92	2,136.29	0.23
ACEITE DE PALMA CRUDO LOS DEMAS	10	35,620.88	17,718.14	1.74	40,965.60	15,613.53	1.66
PALMITO	11	7,898.48	17,252.51	1.70	8,762.84	16,582.99	1.76
HARINA DE PESCADO	12	22,999.97	15,648.89	1.54	18,219.21	8,467.49	0.90
COLIFLORES Y BRECOLES	13	16,413.68	14,601.66	1.44	14,832.67	12,847.81	1.36
PLATANO	14	34,091.97	8,928.99	0.88	34,538.16	8,819.45	0.94
PIÑA	15	24,590.67	7,625.09	0.75	23,898.25	9,003.36	0.95
TABACO	16	607.66	6,662.45	0.66	573.27	6104.61	0.65
CAFÉ LOS DEMAS	17	3,772.99	6,195.74	0.61	7,124.82	7,848.05	0.83
AZUCAR LOS DEMAS	18	12,114.32	4,968.57	0.49	11,623.34	4,362.16	0.46
MANTECA GRASA Y ACEITE DE CACAO	19	1,069.40	4,048.15	0.40	3,493.08	13,048.66	1.38
FRIJOLES DESVAINADOS	20	3,588.28	3,426.44	0.34	1,514.20	1,228.13	0.13
MAIZ AMARILLO	21	17,393.01	2,484.74	0.24	18,096.30	2,497.83	0.26
PASTA DE CACAO	22	757.76	1,810.79	0.18	1,829.58	3,085.85	0.33
CACAO EN POLVO	23	1,162.66	1,460.20	0.14	3,589.34	3,973.34	0.42
MANGO	24	1,100.31	971.52	0.10	1,091.65	953.18	0.10
CEBOLLAS Y CHALOTES	25	11,725.51	833.29	0.08	5,730.82	365.95	0.04
CHOCOLATES	26	187.96	776.25	0.08	183.22	1,135.68	0.12
PAPAYAS	27	1,614.19	627.63	0.06	1,400.79	480.98	0.05
GUAYABAS	28	871.48	490.96	0.05	1,159.82	666.65	0.07
ESPARRAGOS	29	589.82	272.46	0.03	380.87	204.17	0.02

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Sistema de Información Agropecuaria (SIA) - Ministerio de Agricultura y Ganadería

1/ Los productos del Sector Agropecuario e Industrial, son los adoptados por la Organización Mundial de Comercio - O. M. C

2/ Orden de importancia de acuerdo al valor FOB.

3/ Participación con respecto al Total Agropecuario e Industrial.

Datos provisionales acumulados de mayo - agosto del 2006 mayo - agosto 2005

**El total Agropecuario únicamente incluye el valor total de exportaciones agropecuarias más los industriales y piscícolas que fueron seleccionados dentro de los 29 productos.

Actualizado al 31/08/2006