ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE PIÑA PARA LA EXPORTACIÓN EN LA PENINSULA DE SANTA ELENA

Fabiola Lopezdomínguez Rivas[1], Rafael Coello Gilbert[2], María Elena Romero[3]

[1]Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Finanzas 2002.

[2]Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Finanzas 2002.

[3]Director de Proyecto, Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1998, Postgrado Chile, Universidad de Chile 2000, Profesor de ESPOL desde 1999.

Resumen

Para la obtención de la información requerida por el proyecto se realizaron entrevistas a productores y exportadores de la fruta, investigaciones en páginas de Internet, visitas al Banco Central del Ecuador, Corporación Financiera Nacional y Corporación para la Promoción de las Exportaciones e Inversiones; se compraron estadísticas de exportaciones de la fruta a la Empresa de Manifiestos y a la empresa Today Market Prices.

El análisis económico financiero se elaboró en tablas enlazadas de Excel, basadas en el programa “COMFAR III Expert” de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). Las tablas presentan la inversión necesaria, depreciación, costos de producción, flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias, balance general, análisis de punto de equilibrio, análisis de sensibilidad, VAN, TIR, y por último el valor agregado nacional neto.

Introducción

Tradicionalmente, la economía del Ecuador ha dependido de la exportación de pocos productos primarios hacia unos cuantos mercados, uniéndosele a estos productos la exportación de petróleo a partir de los años setenta. Lastimosamente el petróleo, hoy el mayor producto de exportación del país, es un recurso natural cuya fuente se está agotando; adicionalmente, la concentración de nuestros productos en los mercados globales y específicos y la sobreproducción debido a una falta de coordinación entre los productores ecuatorianos, ha hecho que los precios de nuestros productos hayan caído.

En la tabla que se muestra a continuación podemos observar cómo a partir del año 1997 el valor de nuestras exportaciones de productos no petroleros tradicionales ha venido disminuyendo paulatinamente, cómo reflejo justamente de lo que ha estado sucediendo con los precios del banano, nuestro principal producto agrícola de exportación. De la misma tabla podemos observar la importancia que ha venido ganando nuestras exportaciones de productos no tradicionales, que se han incrementado en 6.4% en los últimos cinco años, aproximándose a los valores de nuestras exportaciones tradicionales.

EXPORTACIONES DEL ECUADOR
Miles de dolares FOB

Periodo	Total Exportaciones	Total Petroleras	**No Petroleras**		
			Total	Tradicionales	No tradicionales
1996	4,872,648	1,748,675	3,123,973	2,012,433	1,111,540
1997	5,264,364	1,557,266	3,707,098	2,565,201	1,141,897
1998	4,203,049	922,945	3,280,104	2,177,119	1,102,985
1999	4,451,084	1,479,682	2,971,402	1,815,337	1,156,065
2000	4,926,626	2,442,423	2,484,203	1,301,954	1,182,249

Considerando estos factores, el gobierno ecuatoriano, con gran visión y buscando el desarrollo de la península de Santa Elena, una de las zonas con mayor potencial agrícola del país, ha invertido más de 600 millones de dólares en la elaboración de infraestructura necesaria para fomentar la producción de productos agrícolas no tradicionales con potencial de exportación, a través de la Comisión de Estudios de Desarrollo de la Cuenca del Río Guayas.

Considerando todo lo anterior surge este proyecto de investigación, que pretende proveer de información suficiente y necesaria a aquellos agentes económicos que puedan desarrollar el potencial agrícola de esta zona. Específicamente se buscará información de mercados, tecnología agrícola, análisis económicos y financieros de los productos más adecuados a ser desarrollados desde la península de Santa Elena.

Contenido

1. Producto

La planta de la piña[1] crece de 60 a 90 cm de alto, sus hojas son largas de color verde en forma de espadas, crecen alrededor de un tallo grueso y en sus puntas posee espinas. El fruto llega a pesar entre 2 a 4 kg de peso, la parte exterior del mismo cambia de color verde a amarillo dependiendo del grado de madurez. La carne de la fruta es lo que se come, es de contextura firme y de color amarillo pálido, aunque puede llegar a ser blanca.

Los principales grupos y sus variedades son[2]:

Grupo Queen: Queen, Conde de París, Natal Queen, Ripley Queen, Alexandra y MacGregor.

Grupo Spanish: Española Roja, Blood, Puerto Rico.

Grupo "Abacaxi": Sugar Loaf, Eleuthera, Pernambuco.

Grupo Cayenne: Cayena Lisa, Champaca, MD-2

De entre estos, los principales cultivares son la Cayena Lisa y la Española Singapur para enlatados; la Española Roja, Pernambuco y Perolera para el consumo fresco en sus mercados locales: en el Caribe, Brasil y la región andina respectivamente; por último, el híbrido MD-2, desarrollado por el Instituto de investigación de piña hawaiana, es el cultivar mas comercializado del mundo para consumo en fresco.

Los principales comercializadores de piñas frescas en el mundo son las empresas Fresh Del Monte Produce y DOLE. En el negocio de la fruta procesada se destacan las empresa Del Monte Foods y DOLE. Otras empresas importantes comercializadoras de piña y sus derivados son Fyffes y Chiquita Brands.

2. Mercado Local

De acuerdo al último censo agropecuario[3] realizado en el Ecuador en el año 2000 existían 3,488 unidades de producción agrícola y un total de 2,862 hectáreas cosechadas. La producción fue de 47,862 toneladas métricas, de las cuales se vendieron 46,304 toneladas métricas.

Entre los mayores productores ecuatorianos[4] se encuentran las empresas Dole, Agrícola Santa María, Agropiña, Exporevans y Reybanpac, con 1,030 hectáreas cosechadas en el año 2000. El 91% de las hectáreas cosechadas en el Ecuador se encuentran en las provincias de Guayas, Pichincha, Loja, El Oro, Los Ríos y Manabí, ordenados según su importancia.

Los precios más bajos de la piña se tienen en los meses de noviembre y diciembre, debido a que es la época de cosecha de otras frutas como el mango y la naranja. Los meses donde se pueden dar los mejores precios para el mercado local están a raíz de meses como febrero, marzo y abril, en esta época finaliza la temporada del mango y otras frutas.

El precio que paga el consumidor final supera en mas del ciento por ciento el precio que paga el mayorista. Incluso cuando ha habido aumentos en el precio que debe pagar el mayorista, el consumidor final termina pagando mas de el doble de dicho precio (Ver Tabla

3. Mercado Externo

Según FAO[5], en el año 2001 se produjeron 13,738,735 t de piña a nivel mundial, en los últimos cinco años la producción mundial ha crecido en un 10%.

Los principales países productores de piña, de acuerdo al volumen producido en el año 2001 son: Tailandia, Filipinas, Brasil, China, India, Nigeria y México. Estos países en conjunto produjeron el 66.34% del total mundial, es decir, 9,114,204 t.

Las exportaciones de piña en el ámbito mundial en el año 2000 fueron de 1,045,725 t por un valor de US $ 415 millones. En los últimos 5 años el crecimiento de las exportaciones en el ámbito mundial ha sido de 25%.

Los principales exportadores de piña de acuerdo al valor de sus exportaciones son Costa Rica, Francia, Costa de Marfil, Bélgica-Luxemburgo, Estados Unidos y Filipinas. Estos países en conjunto exportan el 77% del total mundial, US $ 321 millones, de un mercado de US $ 415 millones aproximadamente.

Las exportaciones de piña fresca se destacan en Costa Rica, debido a la presencia de las grandes compañías multinacionales de las que se ha hecho referencia anteriormente, Costa de Marfil que cuenta con el apoyo del gobierno francés, Francia y Bélgica-Luxemburgo, que se dedican a la re-exportación de la piña hacia el resto del mercado Europeo.

Las importaciones de piña en el año 2000 fueron de 1,035,433 toneladas métricas por un valor de US $ 622 millones. En los últimos 5 años el crecimiento en las importaciones a nivel mundial ha sido de 33.4% en toneladas y de 29.4% en millones de dólares.

De acuerdo al valor importado los principales compradores de piña son: Estados Unidos, Francia, Bélgica – Luxemburgo, Italia, Japón y Alemania. Estos cuatro países juntos importaron el 74% del total mundial.

Se debe recordar que Estados Unidos es el principal país de destino para nuestras exportaciones de piña, el año pasado compró a Ecuador el 50% de sus exportaciones, por lo mismo es importante conocer de quién más se provee de piñas. Costa Rica le provee el 79.6% de las piñas que Estados Unidos importa del resto del mundo, lo que representa el 60.2% del consumo de piña del país, mientras que el 24.4% del consumo total proviene de la industria de piñas hawaianas. Como se mencionó anteriormente, las empresas DOLE y Del Monte son los principales proveedores de piñas de Estados Unidos.

4. Análisis Técnico

Generalmente el suelo debe ser de tipo arenoso o franco, baja a mediana cantidad de arcillas, la textura requerida debe ser liviana, deberán tener un buen drenaje. La acidez (pH) debería estar entre 4.5 y 6.0 con niveles mínimos de elementos tóxicos como el aluminio. Es preferible sembrar la piña en terrenos planos, con una pendiente de 0^{o} a 0.10^{o}.

Al ser un cultivo típico tropical, el rango de la temperatura ideal para un buen crecimiento debe oscilar entre los 24º y 32º C, siendo 27º la óptima para el crecimiento. Las temperaturas menores a 20º C, pueden alterar el metabolismo de la planta produciéndose un descoloramiento clorótico. La temperatura es muy importante en la formación del fruto y en la maduración de la fruta.

Las zonas de cultivo deben estar entre los 100 y 800 metros sobre el nivel del mar. El cultivo se desarrolla en áreas de considerable luz solar. La humedad relativa debe econtrarse entre 75-78%, generalmente presente en los trópicos. La precipitación anual requerida para este cultivo oscila entre los 1000 - 1500 mm de lluvia, siendo el óptimo entre 1000 - 1300 mm.

5. Análisis Económico Financiero

El valor actual neto es US$ 920,676, la TIR es de 27.65%, la TIR modificada 12.93%, el costo de oportunidad y el costo promedio del capital de proyecto es de 12%,. Lo anterior indica que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas desde el punto de vista económico.

Del análisis de los indicadores financieros se obtiene que el ROE es de al menos 27%, el ROA entre 9% y 35%. Todos los indicadores muestran un muy buen nivel de liquidez e incluso. La cobertura de la cuota anual de la deuda y de la deuda total es bastante satisfactoria, la calidad de la deuda es muy buena. Lo anterior indica que por el lado financiero el proyecto también resulta atractivo tanto a los inversionistas como al sistema financiero.

Conclusiones

Existen nuevas tendencias en cuanto a la presentación de la piña, en Estados Unidos las fundas de fruta listas para comer y en Europa las ensaladas pre-empacadas han recibido una buena acogida de parte de los consumidores.

El mercado para la fruta enlatada y para el jugo de piña está completamente copado y son las dos mayores firmas del mundo, Dole y Del Monte, quienes poseen dicho mercado. Adicionalmente, este tipo de presentación no es tan demandado en Europa como lo es en Estados Unidos.

En lo que respecta a la comercialización en fresco de la piña, con el desarrollo del híbrido MD-2 y gracias a las características bien diferenciadas que posee: sabor dulce, coloración amarilla de la carne y gran contenido de vitamina C, se ha creado una creciente demanda en los mercados europeo y norteamericano. Se estima que el crecimiento de la demanda será mas rápido en Europa debido a que el mercado para dicho producto es relativamente nuevo, mientras que ya es un mercado desarrollado en Estados Unidos.

El Ecuador cuenta con algunas características que le permiten ingresar en el negocio de la fruta, principalmente porque las condiciones necesarias para comercializar la piña son parecidas o tienen mucha relación con las condiciones de venta del banano, además las principales empresas comercializadoras de banano ya tienen una relación bien establecida con importadores en Estados Unidos y Europa, la logística de transporte del banano puede ser utilizada para la venta de piñas, éstas y otras razones son el motivo de que los principales países exportadores de banano sean los principales comercializadores de piña.

Respecto a la producción y exportación de piñas, nuestro país se encuentra con algunos obstáculos: no existe el crédito suficiente, la producción de la fruta es bastante atomizada, no existe una asociación de productores ni de exportadores, la exportación de la fruta se concentra en dos empresas importantes, la educación del obrero agrícola es deficiente, y la asistencia técnica es mínima.

El análisis económico del proyecto muestra que el proyecto es viable: una tasa interna de retorno bastante atractiva (aun cuando se usa una tasa de descuento del 12%), el valor actual del proyecto es positivo, el periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años. Del análisis de sensibilidad se determinó que la variable más importante es el ingreso por ventas, por lo que se subestimó el precio que se podría pagar por la fruta para compensar cualquier caída del mismo o del volumen de ventas que pueda suceder durante el proyecto. Otro punto importante de resaltar es que las personas involucradas en el proyecto se benefician del 20% del valor agregado que éste genera.

En cuanto al análisis financiero, éste muestra que el proyecto es rentable, poseerá una buena cobertura de la deuda, y lo principal para una economía latinoamericana: no habrán problemas de liquidez. Del análisis del punto de equilibrio sobresale que con excepción del segundo año de producción, las ventas deben caer entre el 38% y 20% del nivel estimado para no llegar a cubrir los costos fijos.

Referencias

1. M.J. Tanabe, Pineapple, Discovery Channel School, original content provided by World Book Online, www.discoveryschool.com, 27 de julio de 2002.

2. R. Abbenhuijs, EU Strategic Marketing Guide 2001 Fresh Fruit and Vegetables (Holanda, Profound, 2001), p. 21

3. Datos estadísticos del III Censo Agropecuario Nacional, (Guayaquil, Ecuador; Proyecto SICA-MAG, 2002)

4. Perfil de producto: Piña, (Guayaquil, Ecuador; CORPEI, 2002)

5. FAO Statistical Databases, http://apps.fao.org/inicio.htm, 21 de julio de 2002.