1. ***ESPOLI- CYT***

REVISTA TECNOLÓGICA

ARTICULO DEL PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIEROS COMERCIALES EN FINANZAS

TEMA:

PROYECTO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAIMITO

AUTORES:

JULIA BOHORQUEZ ALMEIDA

WILLIAM FLORES BARZOLA

DIRECTOR DE TESIS

MS. CONSTANTINO TOBALINA DITO

Guayaquil, Agosto de 2005.

PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMITO.

Autores:

Julia Bohórquez Almeida[1]
William Flores Barzola[2]
Ingeniera Comercial en Finanzas año 2005[1]; email: jbohorquez@on.net.ec
Ingeniera Comercial en Finanzas año 2005[2]; email: willflob@hotmail.com

Director de Tesis:

MS. Constantino Tobalina Dito[3]
Profesor del ICHE desde el año 1994
Master en Administración de Empresas, Graduado en la ESPOL, en la Escuela de Administración de Negocios en el año 1994
Master en Finanzas, Graduado en la ESPOL, en la Escuela de Administración de Negocios en el año de 1997, email: ctobalin@espol.edu.ec.

Resumen del Artículo:

Exportación del caimito a los mercados internacionales: Francia, Filipinas, Estados Unidos, Australia, Japón; además de eso tratamos de introducirlo al mercado ecuatoriano como producto de consumo de fruta fresca.

Exportation of caimito to the internacional markets: France, Philipenes, USA, Australia and Japan, and the introduction of the fruits in the national market as fresh fruit product consumption.

INTRODUCCIÓN

Frente a una situación de incertidumbre en nuestro país y una falta de apoyo de las autoridades gubernamentales los sectores agrícolas rurales no pueden sobrevivir mas, el Ecuador no debe permitir esto y debemos avanzar como miembros de una población activa y con la frente en alto tener claro que tenemos una biodiversidad única con que cuenta nuestras tierras, gente que sueña con seguir adelante y no dejarnos de llevar por la corriente.

El caimito es muy reconocido en mercados internacionales por lo que necesitamos el apoyo tanto del gobierno como de la empresa privada para convertir al caimito en una fruta de exportación debido a que contamos con terrenos fértiles los cuales para su producción y así explotarla llegando a ser parte de los principales productos de exportación incrementando el cambio de divisas entre nuestro país y países de primer mundo.

CONTENIDO

A pocos minutos de la ciudad de Quevedo, lugar en el cual situamos nuestro terreno fértil para la producción del caimito se encuentra situada en la provincia de Los Ríos, cuenta con el clima y suelo apropiados para dicha producción.

Para la realización de nuestro proyecto hemos seleccionado al caimito verde por considerar que crece bien en regiones cálidas ubicadas entre el nivel del mar y 1000 metros sobre el nivel del mar con precipitaciones anuales mínimas de 1400 mm. Y adicionalmente es adaptable a una amplia gama de suelos, siempre y cuando estén bien drenados. También por considerar que es el más conocido en nuestro país y el más aceptado para consumo a nivel internacional.

La propagación del caimito se puede hacer a través del método sexual (utilizando semillas), considerando que debe ser lavada frotándola con arena para extraer el mucílago adherido; o por la vía asexual (como injertos y estacas) recomendándose la propagación por vía vegetativa utilizando estacas bien leñosas y en lugares húmedos. La producción se inicia entre 7 y 8 años cuando el árbol proviene de semilla (la planta inicia la fructificación a los 3 años, siendo la producción comercial al 5to año y llegando al máximo al 8vo año, con una vida productiva de 20 años); y entre 4 y 6 años cuando su multiplicación se hace por injerto. En promedio produce de 10000 a 12000 kg/ha anualmente. Los árboles viejos retoñan cuando son cortados y reinician la producción en dos años. La mayor floración se produce entre septiembre y noviembre, con la mayor fructificación entre enero y junio, aunque, en las zonas cercanas a la cordillera de los Andes también se observan picos de producción de frutos en los meses de julio y agosto.

Este es un árbol de tamaño mediano, generalmente mide de 6 a 7 metros de altura, pudiendo alcanzar hasta 15 metros. La primera ramificación se produce entre 1 y 1.5 metros, el tronco dispone hasta 30 cm. de diámetro, recto, deformado en sus caras y su corteza con pequeñas láminas escamosas que se desprenden fácilmente de color marrón.

Durante la época de escasez de lluvias, la frecuencia del control de malezas es mayor en los suelos aluviales inundables, debido a que tienen un adecuado contenido de humedad para el desarrollo del camito y de otras especies. Contrariamente, en los suelos bien drenados el crecimiento de malezas es mayor en la época de lluvias, época en que los suelos aluviales pueden estar inundados. El control de malezas puede realizarse ya sea manualmente, aplicando herbicidas, con medios mecánicos o con la ayuda de coberturas. Este control se efectúa de 3 a 4 veces al año, dependiendo de la intensidad en el crecimiento de las malezas.

El fruto maduro es perecible. El tiempo de conservación sin deteriorarse después de la cosecha es de 10 días; y en refrigeración a 5º C hasta 20 días.

El estado de maduración más conveniente para el aprovechamiento industrial de la fruta es el semimaduro, debido a que en dicho estado posee el mayor contenido de ácido ascórbico. La fruta que está verde o la que está completamente madura tiene 17 y 9% menos de ácido ascórbico que la fruta semimadura (75% madura), respectivamente, mientras que la fruta sobre madura tiene 20% menos.

El principal uso de esta especie es como fruta de consumo fresco en los mercados extranjeros debido a su sabor muy agradable, además es un fruto con alto poder vitamínico que no sólo se consume fresco, sino también como un fruto de cuya industrialización se desprenden productos fitoterapéuticos (Expectorantes, antidiarreico, astringente, diuréticos y hemostáticos), conservas (preparación de jugos, concentrados, néctares, mermeladas); y su tronco es utilizado como suministro de madera de buena calidad: dura, pesada y resistente a la interperie.

Tomando en consideración que a nivel de Sudamérica el caimito es producido y comercializado por Brasil y Perú; según datos recolectados del MINISTERIO DE AGRICULTURA - Dirección Regional Agraria Loreto en Perú.

En cuanto a ofertas podemos decir que nuestro mercado es muy sensible en cuanto a frutos nuevos, ya que tendríamos que realizar pruebas en las que determinen si el producto es aceptado o no, basados en focus group para la nueva generación y para la generación actual con la finalidad de saber si el producto es adecuado para el paladar de los ecuatorianos y así poder fijar un precio por debajo del precio internacional y así poder brindar al mercado local un producto rico en proteínas y de sabor agradable, ya que en épocas antiguas, es decir por los años 80 el producto era consumido con gran aceptación por su agradable sabor, así como sus derivados.

La mano de obra dedicada al cultivo es una mano de obra no calificada, ya que cultivan productos en base a lo que creen que se venderá, o les es más fácil cultivar sin ninguna técnica ni aplicando conocimientos de rendimiento y productividad por Hectárea.

Nosotras vamos ha iniciar junto con la comuna el cultivo de 2 productos de ciclo corto, como son la siembra del Maíz y el Melón, lo cual dejará circulante disponible, para financiar en el largo plazo el financiamiento de su laboratorio y botica comunitaria. Para iniciar este proyecto y que tenga éxito en su objetivo de lograr ingresos para el beneficio comunal, la población deberá ser instruida y capacitada, además deberán tener al día sus estados financieros para que no existan conflictos entre sus miembros.

En la actualidad Estados Unidos tiene nichos de mercado en *natural health products* (productos naturales para la salud), han dado apertura a la investigación de nuevos productos con ventajas medicinales principalmente en forma de pastillas y suplementos vitamínicos. Según investigaciones realizadas en los Estados Unidos en julio del 2000, se han identificado un alto nivel de desconocimiento en las tiendas especializadas de *natural health product*s, verificando que la situación no ha cambiado significativamente desde fines de 1997, cuando Winrock International realizó su trabajo de campo.

Este mercado es difícil de entrar en vista de que una de las barreras de entrada es el control fitosanitario, por lo que nuestro producto al sembrarlo y luego exportarlo lleva consigo la mosca de la fruta, lo cual no es permitido por éste país.

La siguiente información sobre las proyecciones de demanda en el mercado externo, han sido tomadas del proyecto Asesoría en Planeación Agraria del Ministerio de Agricultura del Perú.

Ellos se han basado en que el consumo en los próximos 10 años crecerá a una tasa anual del 2% para los mercados del Japón, Europa y los Estados Para efectos de este trabajo, se eligió el escenario realista, por ser el más razonable a considerar.

Según este escenario, en la actualidad existe una demanda potencial de caimito para el mercado de consumo de fruta fresca, jugos y néctares para Japón, Europa y Estados Unidos respectivamente**.**

Para efectos de este trabajo, se eligió el escenario realista, por ser el más razonable a considerar.

Según este escenario, en la actualidad existe una demanda potencial de caimito para el mercado de consumo de fruta fresca, jugos y néctares para Japón, Europa y Estados Unidos respectivamente.

Mediante la evaluación económica y financiera se analiza la factibilidad privada de nuestro proyecto, es decir si es rentable, lo cual se lo determina a través de la estimación del Flujo de Caja de los costos y beneficios para cada período; para medir en base a dichos flujos la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), siendo este un método que muestra el valor del dinero a través del tiempo. Además se calculó la tasa interna de retorno modificada y el método de recuperación descontado, siendo este método una técnica que nos muestra el número de años necesarios para recuperar la inversión de los flujos netos de efectivo descontado. Finalizando con un análisis de sensibilidad sobre la base de las variables más incidentes en el proyecto.

El análisis de sensibilidad del proyecto, muestra las diferentes variaciones que podría tener la TIR al momento de variar una de las variables mientras las otras se mantienen constantes.

Para la constitución de la empresa se formará una compañía anónima, la misma que deberá cumplir con los requisitos legales estipulados con la ley. Estos requisitos son:

A. Mínimo 2 personas para su constitución, legalmente capaces con consentimiento libre y espontáneo.
B. USD 800,00 para capital mínimo requerido, que debe ser integrado en un 25% en una cuenta de integración de capital (banco), y el 75% se lo podrá pagar a dos años.
C. El capital se divide en acciones, que son títulos negociables en el mercado, sin que pueda establecerse limitación alguna a este respecto.
D. La responsabilidad de los accionistas es limitada.
E. Actúan bajo una denominación objetiva que constituye su propiedad.
F. Se administra por mandatario, con mandato revocable en cualquier momento.

El plan de mercadeo se basa en el F.O.D.A. de nuestro proyecto en donde determinaremos cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con la finalidad de fortalecer el potencial del producto y sus mercados metas y eliminar las debilidades y amenazas de posibles competidores en mercados internacionales.

Las estrategias estarán basadas en Establecer alianzas con otros productores o exportadores, con el fin de tener un mayor volumen del producto y así mejorar el poder de negociación en la cadena de distribución. Un factor importante para establecerse en el ámbito internacional será la creación de una página web en la que conste:

- Información de la empresa.
- Descripción del producto.
- Presentaciones para exportar.
- Precios
- Plazos de entrega
- Contáctenos.

Esta página deberá estar inscrita en los buscadores más conocidos para así poder incrementar el número de visitas. Esto ayudará a concretar negocios de forma rápida y directa así como atender ágilmente requerimientos de servicio o post-venta.

Una de las partes más importantes en el proyecto es la comercialización, es decir, la forma en como se va a vender el producto. A continuación se presenta el canal de distribución más adecuado para la perfecta comercialización del caimito.

En lo referente al marco ambiental podemos decir que nuestro producto no afectará al medio ambiente debido a que nos encargaremos de producción y comercialización de la fruta en fresco, una vez recolectada será trasladada a la brevedad posible al puerto en donde será el punto de partida hacia los mercados metas. En la producción no se realizará ningún tipo de desecho, ya se realizará la producción con mucho cuidado y así podremos beneficiar al sector agrícola y por ende beneficiaremos nuestro bienestar propio.

Existen métodos tradicionales para el mercado de los frutos tropicales, los cuales dependen fundamentalmente de la seguridad y confianza mutua entre los importadores y agentes brokers con los exportadores de los países proveedores.

Los agentes brokers son compañías independientes, que comercian y establecen negocios sobre las instrucciones de sus directores, actuando como intermediario entre compradores y vendedores pero no compran y venden sobre sus propias cuentas.

Cabe indicar que el gran problema del productor ecuatoriano se encuentra en su sistema de comercialización dado que siempre han estado ligados a la utilización de intermediarios quiénes comercializan en otros países y estos a su vez lo exportan.

Los consumidores de países europeos tienen una larga tradición en lo que se refiere al consumo de frutas secas y deshidratadas, tanto templadas como subtropicales

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en nuestro proyecto podemos llegar a las siguientes conclusiones y recomendaciones

- El caimito es una fruta con alto contenido nutritivo y de agua, lo cual colabora como suplemento en la dieta alimenticia de cualquier ser humano.
- El caimito ha sido aceptado en mercados internacionales como son: Francia, Australia, Filipinas, Estados Unidos y principalmente Japón debido a su agradable sabor y su poder medicinal como antidiarreico natural.
- En la producción tenemos grandes expectativas de desarrollo al ser una planta no muy exigente ni en suelos ni en climas, es decir que es adaptable tanto climática como edáfica.
- Se aconseja tener mucho cuidado en lo referente a Fitosanidad, ya que como es un producto enfocado a la exportación los mercados consumidores en el producto son muy exigentes para la compra del mismo en dichos parámetros.
- Es necesario establecer alianzas sólidas con las compañías o empresas que complementan a la producción (transportistas, proveedores, etc) ya que de ellos depende que nuestro producto cumpla los tiempos y los estándares requeridos para la entrega en sitio del mismo.
- En el mercado local el producto se estima que va a tener gran acogida por ser una fruta de agradable sabor y lo mas importante que es una fruta que se la está lanzando nuevamente al mercado debido a que en tiempos pasados ha sido consumida pero se hizo a un lado la producción porque no se contaba con la tecnicidad del mismo para su continuidad en el mercado.
- Actualmente se ha determinado que en el país no existe una producción significativa de la fruta lo que hace que seamos pioneros en la cosecha y exportación obteniendo una ventaja competitiva frente a cualquier productor que surja a partir de nuestro estudio.
- En el aspecto ambiental, gracias a los parámetros establecidos para la exportación a los países consumidores de la fruta, la aplicación de la norma ISO 14001 para la regulación del proceso y gestión ambiental facilita nuestra labor de oferentes frente a la demanda por cubrir.

- En el aspecto financiero, el caimito es una fruta con perspectivas de rentabilidad onerosa, ya que según los estudios realizados nos da una TIR de 17% y un VAN
- Los valores obtenidos son producto de la relación de las hectáreas producidas y del precio de exportación, además consideramos que a mayor producción mayor rentabilidad, es decir, realizamos la evaluación de un proyecto que normalmente dispone de un panorama de producción de 30 años con un mínimo de 30 hectáreas en un tercio de dichos parámetros.

REFERENCIAS

- Fundamentos de Administración Financiera. Undécima Edición, por James C. Van Horne y John M. Wachowicz, Jr.
- Evaluación Social de proyectos undécima edición, por Ernesto Fontaine.
- Sapag José Manuel Evaluación de Proyectos
- Brealey Y Myers Principios De Finanzas Corporativas 4ta Edición Mc Graw Hill 1996
- Sapag Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición Magraw Hill, Bogota, 1988.
- www.bce.com.ec
- Instructivo para la atención de afiliados al Seguro Social Campesino.
- www.corpei.com.ec
- www.inea.gov.ec
- www.portalagrario.com.pe
- Google. Internet.