

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL**

**“Comercialización del Tomate Riñón producido en el Cantón
Pimampiro y la demanda en la Ciudad de Ipiales Colombia”**

Tesis de grado previa la obtención del título
de Ingeniero en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Yajaira Elizabeth Velasco Portilla

ASESOR: Ing. Luis Carvajal, MBA.

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Yajaira Elizabeth Velasco Portilla con el número de cédula 040144624-0ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“Comercialización del Tomate Riñón producido en el Cantón Pimampiro y la demanda en la Ciudad de Ipiales Colombia”**.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Ing. Luis Carvajal, MBA.

Tulcán, 15 de Noviembre del 2013

AUTORÍA DE TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía.

Yo, Yajaira Elizabeth Velasco Portilla con cédula de identidad número 040144624-0 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Yajaira Elizabeth Velasco Portilla

Tulcán, 15 de Noviembre del 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Yajaira Elizabeth Velasco Portilla, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 15 de Noviembre del 2013

Yajaira Elizabeth Velasco Portilla

CI:0400144624-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme bendecido y guiado en la culminación de esta gran meta como es mi proyecto.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por haberme dado la oportunidad de formarme profesionalmente.

A los docentes por haberme impartido sus conocimientos y experiencias dentro de las aulas con sabiduría y eficiencia.

En especial a mi tutor Ing. Luis Carvajal, por haber sido guía en el desarrollo de la tesis.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por bendecirme con salud y sabiduría en la realización de este proyecto.

A mis padres quienes siempre me han apoyado en los buenos y malos momentos.

A mi Hijo Nicolás que es mi mayor inspiración y motor de vida.

A mis hermanos: Paola por ser un ejemplo de superación y por todos los consejos brindados día a día, a mi hermano James por ser una fuente de ayuda y mis sobrinos por formar parte de mi vida.

INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2. FORMULACIÓN	2
1.1 DELIMITACIÓN	2
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
CAPÍTULO II.....	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	6
2.3 FUNDAMENTACION FILOSOFICA	9
2.6 IDEA A DEFENDER (Investigación cualitativa).....	11
2.7 VARIABLES.....	11
III.METODOLOGÍA	12
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	14
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	15
3.5.1. Plan de procesamiento y análisis de la información.....	15
3.5.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación	15
3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	16
3.6.1. Análisis situacional país destino (Colombia)	16
3.6.1.1. Factores Socio - Económicos	16
3.6.1.2. Factores políticos y legales.....	20
3.6.1.3. Factores Geográficos.....	29

3.6.1.4.	Entorno Tecnológico	29
3.6.1.5.	Perfil de oportunidades y amenazas en el medio	30
3.6.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO	34
3.6.2.1.	Perfil del Consumidor.....	34
3.6.2.2.	Oferta	35
3.6.3.	ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR	40
3.6.3.1.	Factores Político y legal.....	40
3.6.3.2.	Factores Socio, Económicos.....	43
3.6.4.	PRODUCTO	47
3.6.5.	FODA.....	51
3.6.5.1.	Análisis FODA	51
3.6.6.	PROYECCIONES DEL ESTUDIO	52
3.6.6.1.	Consumo nacional aparente	52
3.6.6.2.	Demanda Efectiva	52
3.6.6.3.	Oferta Exportable.....	53
3.6.6.4.	Demanda Insatisfecha	54
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
4.1	Conclusiones	55
4.2	Recomendaciones	57
V.	PROPUESTA.....	58
5.1.	TEMA DE LA PROPUESTA.....	58
5.1.1.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	58
5.1.2.	JUSTIFICACIÓN.....	59
5.2.	OBJETIVOS.....	59
5.2.1.	Objetivo General.....	59
5.2.2.	Objetivos Específicos.....	59
5.3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	60

5.3.1.	Tamaño de la Empresa.....	60
5.3.2.	Requerimiento de espacio físico	60
5.3.3.	Presupuesto de activos fijos	62
5.3.4.	Localización de la Empresa	63
5.3.4.1.	Macro Localización	63
5.3.4.2.	Micro Localización	64
5.3.5.	Ingeniería del proyecto	66
5.3.5.1.	Procesos.....	66
5.3.6.	Organización	73
5.4.	PROCESO LOGÍSTICO.....	73
5.4.1.	Datos del Embarque	74
5.4.2.	Cálculo del cubicaje	75
5.4.3.	Empaque	76
5.4.4.	Manipuleo en el local del exportador.....	77
5.4.5.	Documentación.....	77
5.4.6.	Transporte interno.....	78
5.4.7.	Manipuleo Embarque.....	78
5.4.8.	Agentes	79
5.4.9.	Bancarios (Costos Indirectos País de Exportación)	79
5.4.10.	Capital e inventario país de origen.....	80
5.4.11.	Flete Internacional	81
5.5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	82
5.5.1.	Inversión Inicial	82
5.5.2.	Proyección de Costos y Gastos	84
5.5.3.	Estados Financieros	86
5.5.3.1.	Balance General	86
5.5.3.2.	Estado de Resultados.....	86

5.5.4. Flujos de Efectivo, VAN, TIR.....	87
5.5.5. Punto de Equilibrio.....	89
5.5.7. Precio.....	91
5.5.8. Producto	92
5.5.9. Plaza.....	92
5.5.10. Promoción y Publicidad.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación De La Investigación	3
Tabla 2 Teorías Utilizadas En La Investigación	9
Tabla 3 Metodología De Investigación	12
Tabla 4 Indicadores Básicos De Colombia	16
Tabla 5 Producto Interno Bruto (Pib) (Miles De Millones \$)	17
Tabla 6 Tasa De Inflación (Precios Al Consumidor) (%)	17
Tabla 7 Índice De Riesgo País Colombia – Ecuador	18
Tabla 8 Población Estratifica De Colombia	19
Tabla 9 Población De Nariño –Colombia	19
Tabla 10 Distribución De Los Ingresos	20
Tabla 11 Acuerdos Suscritos Por Colombia	22
Tabla 12 Balanza Comercial De Colombia	24
Tabla 13 Partida Arancelaria - Tomate Riñón	24
Tabla 14 Tarifa Arancelaria Importador Colombiano	25
Tabla 15 Regulación De Importación – Colombia	26
Tabla 16 Empaque, Embalaje Y Etiquetado Tomate Riñón – Colombia	27
Tabla 17 Infraestructura De Transporte En Colombia	29
Tabla 18 Perfil De Oportunidades Y Amenazas Del Medio – Poam	30
Tabla 19 Producción Nacional De Tomate Riñón –Colombia	35
Tabla 20 Producción De Tomate Riñón - Departamento De Nariño	36
Tabla 21 Importaciones De Tomate Riñón A Colombia	36
Tabla 22 Exportaciones De Tomate Riñón De Colombia	37
Tabla 23 Precios Del Kilo De Tomate Riñón En Ipiales	39
Tabla 24 Principales Países Productores De Tomate Riñón, 2011	39
Tabla 25 Barreras No Arancelarias	42
Tabla 26 Costo De La Calificación Ante Agrocalidad	42
Tabla 27 Costo De La Obtención Del Certificado De Origen	42
Tabla 28 Costo De La Obtención Sanitario	43
Tabla 29 Indicadores Básicos Ecuador 2012	43
Tabla 30 Superficie Dedicada Al Producción De Tomate Riñón En La Provincia De Imbabura 2004-2011	45
Tabla 31 Principales Destinos De Exportación Del Ecuador	46

Tabla 32 Grados De Calidad Del Tomate	47
Tabla 33 Embalaje Y Rotulado	48
Tabla 34 Ficha Técnica Del Tomate Riñón	49
Tabla 35 Tomate Riñón: Superficie, Producción Y Rendimiento A Nivel Nacional Y Provincial 2011	50
Tabla 36 Producción De Tomate Riñón En Pimampiro	51
Tabla 37 Oportunidades Y Fortalezas	51
Tabla 38 Producción De Tomate Riñón De Pimampiro	53
Tabla 39 Demanda Insatisfecha	54
Tabla 40 Tamaño De La Empresa	60
Tabla 41	61
Tabla 42	62
Tabla 43 Activos Fijos	63
Tabla 44 Localización Óptima De La Empresa	65
Tabla 45 Información Básica Del Producto	74
Tabla 46 Información Básica Del Embarque	74
Tabla 47 Información Adicional	75
Tabla 48 Cálculo Del Cubitaje	75
Tabla 49 Proyección De Ventas	76
Tabla 50 Empaque/ Embalaje / Mercado	76
Tabla 51 Manipuleo En El Local De Exportador	77
Tabla 52 Documentación	77
Tabla 53 Transporte Interno	78
Tabla 54 Manipuleo De Embarque	78
Tabla 55 Agentes	79
Tabla 56 Costos Bancarios	79
Tabla 57 Capital E Inventario - País De Origen	80
Tabla 58 Costos Directos País Exportación	80
Tabla 59 Flete Internacional	81
Tabla 60 Análisis De Costos Transito	81
Tabla 61 Análisis De Costos En El País Importador	82
Tabla 62 Activos Fijos	82
Tabla 63 Capital De Operación	83

Tabla 64 Gastos De Constitución	83
Tabla 65 Inversión Inicial	84
Tabla 66 Estructura De Capital - Con Financiamiento	84
Tabla 67 Proyección Costos De Producción	85
Tabla 68 Proyección Gastos Administrativos	85
Tabla 69 Proyección Gastos De Exportación (Ventas)	85
Tabla 70 Balance General	86
Tabla 71 Estado De Resultados - Con Financiamiento	87
Tabla 72 Flujo De Efectivo Neto - Con Financiamiento	88
Tabla 73 Costo De Capital Promedio Ponderado	88
Tabla 74 Van, Tir, Pr, C/B	89
Tabla 75 Punto Equilibrio	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

gráfico 1 Producto Interno Bruto (Pib) (Miles De Millones \$).....	16
Gráfico 2.....	28
Gráfico 3.....	28
Gráfico 4.....	28
Gráfico 5 Área Cosechada Y Producción Nacional Colombiana De Tomate Riñón.....	35
Gráfico 6 Principales Proveedores De Tomate Riñón A Colombia 2006- 2010	37
Gráfico 7 Países Destino De Las Exportaciones Colombianas De Tomate Riñón – Tm.....	38
Gráfico 8 Canal De Distribución Del Tomate Riñón	40
Gráfico 9 Balanza Comercial Ecuador – Colombia (Miles Usd Fob)	44
Gráfico 10 Distribución Física De La Empresa	61
Gráfico 11 Distribución De La Oficina De Comercialización.....	62
Gráfico 12 Localización De La Empresa.....	64
Gráfico 13 Localización Óptima De La Empresa	65
Gráfico 14 Diagrama De Procesos De La Exportación De Tomate Riñón	66
Gráfico 15 Organigrama Estructural	73

ÍNDICE DE ANEXOS

anexo 1 Proyeccion De La Oferta.....	98
Anexo 2 Amortizacion De La Deuda	98
Anexo 3 Cálculo Del Rol De Pagos	99
Anexo 4 Cálculo De Las Depreciaciones.....	101
Anexo 5 Depreciación De Equipo De Cómputo	101
Anexo 6 Depreciación De Equipo De Cómputo	101
Anexo 7 Amortización Gastos De Constitución.....	102
Anexo 8 Transpaleta Manual.....	102
Anexo 9 Apilador Manual.....	103
Anexo 10 Mesa De Trabajo	103
Anexo 11 Preparacion Del Terreno	104
Anexo 12 Planta De Tomate.....	104
Anexo 13 Tomates En Estado De Maduracion	105
Anexo 14 Tomates Aptos Para El Consumo En Fresco.....	105
Anexo 15 Entrevista	106
Anexo 16 Entrevista Agricultores.....	106
Anexo 17 Artículo Científico	107

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación nació como una alternativa para ayudar a que los productores de tomate riñón de Pimampiro, exporten su producto directamente al mercado de Ipiales Colombia, sin tener que utilizar intermediarios para la realización del mismo, permitiéndoles hacer conocer el producto a mercados internacionales y beneficiándose con la mejora sus ingresos económicos y calidad de vida.

Dicho estudio se realizó con el objetivo de exportar el producto, ya que es una hortaliza de gran demanda tanto en el ámbito agroindustrial y en ámbito del consumidor. Si hablamos en países desarrollados solo utilizan como ingrediente de sopas, ensaladas y en el de los consumidores es un ingrediente indispensable para ensaladas.

Por tal motivo se considera importante realizar la investigación porque, permitirá conocer la demanda del producto en Ipiales y proponer una alternativa de solución para los productores del sector.

Colombia es un país que tiene una estabilidad económica, política y comercial netamente estable, convirtiéndolo así en un mercado atractivo para las exportaciones, ya que con el crecimiento de la población va a existir una mayor demanda del producto, permitiendo realizar negocios en un entorno confiable ya que el consumidor destina gran parte de sus ingresos a la alimentación.

El tomate riñón es muy importante ya que contiene una gran variedad de nutrientes esenciales para el organismo y que son benéficos para la salud, utilizado para combatir infecciones y en especial por su alto contenido en agua resulta diurético, es decir que ayuda a bajar la temperatura .El tomate riñón producido en el cantón Pimampiro tiene alto contenido nutricional lo que le permite ser un producto atractivo a los consumidores de hortalizas en el mercado Internacional.

ABSTRACT

This research began as an alternative to help tomato growers Pimampiro kidney, exporting their product directly to Colombia Ipiales market without having to use intermediaries to achieve the same, enabling them to know the product to international markets and to benefit from improve their income and quality of life.

This study was conducted with the objective of exporting the product because it is a vegetable in great demand both in the agro-industrial and consumer level. If we talk in developed lo used as an ingredient in soups, salads and the consumer is an essential ingredient for salads.

For this reason it is considered important to the investigation because, let you know the demand for the product in Ipiales and propose an alternative solution for producers.

Colombia is a country with economic stability, political and purely commercial stable, making it an attractive market for exports, because with the population growth will be a greater demand for the product, enabling businesses in a trusted environment because consumers differ much of their income on food.

The tomato kidney is very important because it contains a variety of essential nutrients for the body and are beneficial for health, used to fight infections and especially its high water content is diuretic, meaning it will help to lower the temperature. Kidney tomato Pimampiro produced in the canton high nutritional content allowing you to be an attractive product to consumers of vegetables in the International market.

TIKUYRURARISHKACUNA

Kay investigación nació tunushukalliyaypronyanapanataiwkapron productores pakkuna tomate riñón pak Pimampiro exporten pronkapu directamente man mercado pak Ipiales Colombia illak charina iwkamawkana intermediarios pronkunata realización pakkikin permitiéndoles rurana kunarik sinatakaputa mercados internacionales pashkuna beneficiándose wantaallichishkapronkuna ingresos económicos pashkuna calidad pakkawsay.

Rimashka estudio se realizó wantariku y kupak llukshichina takapuña iwka kan shuk hortaliza pak gran demanda yapa pi ámbito agroindustrial pash pi ámbito pak consumidor. ari pikuna países desarrollados lolo utilizan tunukuna ingrediente pakapikuna katukunapash pi pakpron consumidores kankunashuk ingrediente indispensable pronkatukuna

Rayku tal yuyayku se considera jatunruranata investigación sha permitirá riksinata demanda pakkapu pi Ipiales pash kuna yuyay ranashukall iyay pakallichinaku y pronpron productores pakkunakawsay-llakta

Colombia kan shuk mamallak taiwka tiene shuk estabilidad económica política pash comercial netamente estable convirtiéndolo kashna pi shuk mercado atractivo pronpron exportaciones ñakuna iwkwanta crecimiento pakta población va tatiyanashukyapaku demanda pakkapu permitiendo rurasha negocios pikunashuk entorno confiable ñaiwkata consumidor difiere gran pitipakpronpronkuna ingresos takunata alimentación.

Ta tomate riñón kan yapa jatunñaiwka contiene shuk gran variedad pak nutrientes esenciales pronkunata organismo pashiwkaanawn benéficos pronkunataalli-kawsay utilizado pron combatir infecciones pashkuna pi especial raykupron alto charishka pi yaku resulta diurético kan rimanaiwkayanapanaytauraykunata temperatura ta tomate riñón producido pi kiti Pimampiro alto charishka nutricional lo iwka le permite kanashukkapu atractivo tapron consumidores pakkunamikuna-yuyu pi mercado Internacional

INTRODUCCIÓN

La demanda de productos sanos y de alto valor nutricional está creciendo a nivel mundial, principalmente en los países desarrollados, para ello se identificó a través de esta investigación las necesidades del consumidor y estrategias de comercialización efectivas.

La investigación inicia con en el análisis de información primaria, obtenida de los productores de tomate riñón en Pimampiro; fuentes secundarias a través de páginas oficiales del Gobierno de Colombia, libros y documentos. Así mismo se utilizó instrumentos como la entrevista, cuestionario, ficha de observación.

Para su desarrollo contiene en el Capítulo el planteamiento y formulación del problema, así como el establecimiento de los objetivos de investigación.

El Capítulo II hace referencia a la fundamentación legal, filosófica y científica, que se los usará como soporte técnico para el planteamiento de la idea a defender y argumento técnico de la investigación.

Capítulo III se explica la metodología de investigación que se utilizó para conocer el mercado meta, aspectos políticos, sociales, económicos y tecnológicos; características de los consumidores, así como también la identificación de oferta y demanda que justifica la propuesta de comercialización.

En el Capítulo IV se establecen conclusiones y recomendaciones útiles para el planteamiento de la propuesta.

Finalmente el Capítulo V contempla la propuesta donde se estudia el proceso de producción, análisis de costos, ingresos y gastos que permitirá establecer la factibilidad económica del proyecto.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los productores de tomate riñón del Cantón Pimampiro producen grandes volúmenes durante todo el año, pero el principal problema es comercializar el producto a mejores mercados, generado en gran medida por la inestabilidad de los precios.

En la Provincia de Imbabura, se cosechan alrededor de (1200 cajas mensuales) 24 toneladas métricas mensuales, (288 toneladas anuales) según entrevista con los Señores Moisés Villota y Danilo Vásquez (2013) representantes de los productores de tomate riñón en el Cantón Pimampiro.

Los productores frente a esta realidad se han visto obligados a ofertar el producto a los intermediarios de la zona, quienes atienden en parte la demanda del mercado de Ipiales.

El escaso conocimiento sobre mercadeo y ventas no ha permitido que los productores puedan ofertar el producto hacia otros mercados como Ipiales - Colombia por ende se han negado la oportunidad de conocer nuevos clientes que existen fuera de las fronteras ecuatorianas, lo que incide directamente en la economía del sector productivo del tomate riñón.

En consulta realizada a Hernán Álvarez (2013) Coordinador Provincial de Agrocalidad del Carchi afirma que: la producción de tomate riñón en Pimampiro el periodo comprendido entre enero del 2012, hasta Diciembre del 2012 es de 718.80 toneladas métricas.

La comercialización del producto que se realiza desde el Ecuador generalmente es de manera ilegal lo que provoca un perjuicio a los productores y al estado.

En su artículo de redacción Sierra Norte, El Comercio, (2011), Ocho variedades de tomate riñón están en los mercados locales, nos presenta “A escala mundial hay 44 variedades para consumo del fruto fresco y 24 para la industria. En el Ecuador ocho tienen mayor acogida: fortuna, sheila, charleston, titán, pietro, fortaleza, cherry y chonto”.

1.2. FORMULACIÓN

“El desconocimiento de la demanda de tomate riñón en Ipiales Colombia limita la comercialización del producto desde el cantón Pimampiro, Provincia del Carchi”

- a) Variable Dependiente: Comercialización
- b) Variable Independiente: Demanda

La demanda de Tomate riñón en Ipiales –Colombia constituye la variable Independiente porque es el origen que no permite que se pueda realizar y aplicar estrategias de comercialización internacional.

1.1 DELIMITACIÓN

La presente investigación tiene como finalidad determinar la demanda de tomate riñón en la ciudad de Ipiales – Colombia y la comercialización desde Pimampiro.

Tabla 1 Delimitación de la Investigación

Objeto	Demanda
Sujeto	Comercialización
Tiempo	Enero 2012 a Noviembre de 2013
Espacio	Cantón Pimampiro, provincia del Carchi /Ciudad de Ipiales Colombia.
Personas	Productores de Tomate Riñón del cantón Pimampiro, provincia del Carchi/ Mercado de Ipiales- Colombia.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: La autora

1.2 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio es importante desde el punto profesional, porque nos permitirá ayudar al desarrollo industrial de los productores de tomate riñón, considerando que esta “es la hortaliza de mayor consumo por personas de todas las edades por los beneficios que ofrece para la salud.” (Pérez, 2006, pág.5)

Por tal motivo se considera importante realizar la investigación porque, permitirá conocer la demanda del producto en Ipiales y proponer una alternativa de solución para los productores del sector. Al determinar que existe una demanda insatisfecha de tomate riñón en la ciudad de Ipiales - Colombia y teniendo una producción significativa de tomate, se hace necesario investigar cómo realizar la comercialización, para cubrir en parte la demanda del mercado en la ciudad de Ipiales.

Con esta iniciativa se puede planificar estrategias de comercialización, que beneficiaran a los productores de este sector, quienes recibirán un ingreso económico más significativo con la comercialización de su producto sin

intermediarios, los cuales no pagan el precio justo. Además de mantener relaciones con los compradores, los consumidores, los mismos que, gozarán de precios razonables, el Estado por los tributos que recibirán por la negociación, el transporte pesado puesto que para ellos será como una plaza de trabajo la movilización del producto hacia la ciudad de destino.

La realización de la tesis de grado me ayudará a cumplir con un requisito de la universidad Politécnica Estatal del Carchi, para así concluir con una de las principales metas que me he trazado como es la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Internacional.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar la demanda de tomate riñón en Ipiales – Colombia para su comercialización desde el cantón Pimampiro, Provincia del Carchi.

1.5.2 Objetivo Específico

- Fundamentar teóricamente la demanda y comercialización
- Diagnosticar la demanda del tomate riñón en Ipiales – Colombia, la oferta existente en el Cantón Pimampiro y su comercialización
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de tomate riñón desde Pimampiro que permita atender parte la demanda requerida en Ipiales – Colombia.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo de la presente investigación nos respaldaremos en las siguientes investigaciones realizadas en Ecuador:

Dentro de los antecedentes investigativos encontramos el primero que se titula *<proyecto de factibilidad para la Exportación de tomate riñón fresco al mercado de Colombia>*, investigación que se basa en la comercialización, negociación y exportación de hortalizas y vegetales, hacia Colombia con la búsqueda de canales aptos de distribución, una correcta optimización de recursos, obteniendo un alto estándar de producción y competitividad a nivel mundial. Además este proyecto servirá como guía a algunos agricultores para que aprovechen las necesidades de los consumidores mundiales y de esta manera puedan vender sus productos a otros países a través de los acuerdos y tratados propios con los que se puedan negociar y amplíen sus expectativas, no solo sus ventas para mercados nacionales. (Herrera, 2012)

Un segundo antecedente investigativo corresponde al *<Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Tomate Riñón al Mercado de Brasil>*, se basa en la gran acogida que tiene el producto en las amas de casa por los grandes beneficios de la hortaliza como son su alto valor nutritivo y vitamínico. El volumen de producción de tomate riñón por ser un producto no tradicional, ha tenido una gran acogida en la agro-industrial, convirtiéndose así en una alternativa de inversión y comercialización hacia países como Brasil y Colombia, sujetándose a las normas de calidad, ofreciendo un

producto de gran calidad, a precios competitivos y de esta manera aprovechar al máximo la producción que se tiene en Ecuador por tener un clima y suelos aptos para el cultivo de dicha hortaliza. (Narváez, 2007)

Como tercer antecedente encontramos, <Proyecto de Factibilidad para la producción y Exportación de Tomate Riñón Colombia> en el que se indica que Ecuador cuenta con zonas geográficas favorables que le permiten diversificar su producción y comercializar sus productos a Colombia conociendo generando divisas al país y permitiéndole llegar a estos mercados de una manera competitiva, ofreciendo productos a un buen precio, volumen y calidad, esto lo logrará planificando bien el cultivo, teniendo un buen manejo técnico que evite tener problemas de suelo, agua e incidencia de plagas que llevarán afectar la producción y calidad del productos e incrementar su costo. Por lo que es necesario capacitar a los agricultores para evitar producciones de baja calidad y para que en el mercado no se encuentren variedad de precios. (Montenegro et al, 2002)

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para el presente proyecto de investigación se tomará en cuenta la siguiente fundamentación legal analizando de manera jerárquica la Constitución de la República.

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<p>2.2.1 Constitución 2008</p>	<p>Artículo 306 exportación de pequeños y medianos productores.</p> <p>Artículo 336 dice “El Estado velará por un comercio justo, disminuyendo la intermediación.</p>
<p>2.2.2. Plan del buen vivir</p>	<p>Objetivo 11: Párr. 1 Diversificar las formas de producción y ampliar la oferta nacional y exportable.</p> <p>Objetivo 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas</p> <p>Objetivo 11: Párr. 2 Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras (...).</p>
<p>2.2.3. COPCI</p>	<p>Artículo 4 La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:</p> <p>c. Fomentar la producción nacional y comercio con responsabilidad social.</p> <p>I. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.</p> <p>Art. 93. Fomento a la exportación.</p>

2.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Tabla 2 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

TEORÍAS	CARACTERÍSTICA	RELACIÓN CON SU INVESTIGACIÓN
VENTAJA ABSOLUTA ADAM SMITH, 2010	Especialización en la producción de ciertos bienes o servicios Exportación de mercaderías con un menor coste laboral, (trabajo es el único factor productivo)	La producción de tomate riñón en Pimampiro no tiene costos muy elevados y por tanto la exportación del producto a Ipiales podría realizarse a menor costo. Tomando en cuenta al trabajo como el factor de producción empleado
NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE PAUL KRUGMAN 2008	Economías de escala (mayores volúmenes de producción, menores costos) Mercado local (las empresas se ubican dependiendo de la relación entre la utilización de economías de escala y el ahorro por los costos de transporte, que es una ventaja que permitirá llegar al cliente)	En el Cantón Pimampiro por producirse en gran cantidad tomate riñón, podrá ser comercializado a nivel nacional como internacional a precios bajos, haciendo que aumente la producción de trabajo, generando una renta favorable para el agricultor y por ende, el bienestar del país.
TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN JOHANN HEINRICH VON THÜNEN	La distancia es muy importante, ya que si la producción de los cultivos está cerca de la plaza de comercio, beneficiara a los dueños de la granja, ya que los costos serían insignificantes.	El cantón Pimampiro se encuentra ubicado en un área no tan lejana al mercado de Ipiales Colombia, es por ello que los costes de transporte del producto resultarían convenientes.

Fuente: Negocios Internacionales, Charles W.L. Hill
Elaborado: Yajaira Velasco

2.4 METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizó la metodología documental ya que se realizó consultas en revistas, tesis, artículos y se realizó el análisis de la información que se encontró, para así llegar a aclarar y despejar interrogantes que existían sobre la comercialización y oferta del producto, a su vez se utiliza un instrumento importante como es la entrevista individual, que se realizó a dos de los representantes de tomate riñón en el cantón Pimampiro, quienes aportaron a recabar información real y actual de la producción de este producto, aportando así, para el desarrollo de esta investigación.

2.5 VOCABULARIO TÉCNICO

Comercialización: es una transacción que se hace para comprar o vender un bien o servicio. La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

El énfasis de la comercialización no recae sobre las actividades de las organizaciones individuales. Por el contrario, el acento se pone sobre cómo funciona todo el sistema comercial. Esto incluye la observación de cómo influye la comercialización en la sociedad y viceversa.

Demanda: Según lo que manifiesta Thompson (2006) la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores pueden o quieren adquirir para satisfacer sus necesidades además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado (p2).

2.6 IDEA A DEFENDER (Investigación cualitativa)

La identificación de la existencia de demanda insatisfecha en Ipiales Colombia permitirá comercializar tomate riñón desde Pimampiro.

2.7 VARIABLES

Variable Dependiente: Comercialización de tomate riñón desde el cantón Pimampiro de la Provincia de Imbabura. (Comercialización.)

Variable Dependiente: Demanda de tomate riñón en Ipiales Nariño Colombia (Demanda.)

III. METODOLOGÍA

Tabla 3 Metodología de investigación

	COMPONENTES
3. METODOLOGÍA	<p>En la presente investigación se utilizó el método científico, a través de una investigación de campo que permita obtener información sobre las variables; con el fin de conocer e identificar la situación actual del sector, los proveedores, intermediarios y consumidores; además se realizó un análisis documental de investigaciones realizadas con el objetivo de identificar, recopilar y analizar la información de la problemática para establecer alternativas de solución.</p> <p>Además se hizo una investigación descriptiva para recoger y analizar la información acerca de los productores, proveedores, intermediarios y consumidores a nivel nacional e internacional, y diseñar un adecuado sistema de comercialización de tomate riñón producido en Pimampiro hacia el departamento de Nariño – Colombia.</p>
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	<p>La modalidad de investigación es cualitativa ya que se determinaron características específicas de la población como sus gustos y preferencias, forma de venta, así como las políticas nacionales e internacionales que influyen de manera directa sobre el proyecto que nos permitió llegar a conclusiones referentes al mercado objetivo.</p> <p>La modalidad cuantitativa permitió recolectar y analizar la información sobre población, datos estadísticos, precios, demanda, niveles de producción, a partir de los cuales se realizó estimaciones como base para la propuesta.</p>
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	<p>El uso de la investigación aplicada permitió usar conocimientos previos y con la información recolectada, se procedió a aplicar un estudio que permita conocer la factibilidad de comercialización de tomate riñón desde Pimampiro-Imbabura hacia Ipiales Nariño Colombia.</p> <p>Se realizó una investigación bibliográfica mediante la revisión de libros técnicos, documentos, revistas e internet, para recolectar la información sobre regulaciones nacionales e internacionales, sustento técnico para la propuesta.</p>

3.3. POBLACIÓN	La población objeto de estudio será Ipiales Nariño Colombia, que pasa el objeto de estudio fue necesario segmentarlo en base del canal de distribución, los siguientes: distribuidor mayorista, centros comerciales, mercado mayorista, distribuidor minorista, tienda; de ellos se ha seleccionado como objetivo al distribuidor mayorista debido a que tiene conocimiento especializado del mercado consumidor, el costo del canal es el más bajo, completa la cadena de distribución que nos minimiza la responsabilidad y riesgo sobre el producto. Al analizar en el mercado de destino se identificó al señor Willington Balcázar, que cumple las características elegidas y además es el que mayor volumen comercializa de este producto.
-----------------------	--

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Yajaira Velasco

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

IDEA A DEFENDER: Realizar un estudio de factibilidad de la comercialización de tomate riñón desde Pimampiro para atender parte la demanda requerida por Ipiales - Colombia						
VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en Colombia? ¿Cuál es el índice inflacionario de Colombia? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Colombia? ¿Cómo está constituida la población de Colombia (Nariño)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Nariño? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos.
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las Importaciones? ¿Cuál es la política económica frente a las Importaciones? ¿Cuál es la balanza comercial?			
		Legales (Medidas Arancelarias, No Arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la importación de tomate riñón? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de tomate riñón? ¿Cuál es empaque y embalaje requerido para comercializar tomate? ¿Qué normas de marcado y etiquetado se requieren?			
	MERCADO	Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?			
		Oferta	¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución?			
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Cuál es la política económica y comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de tomate riñón? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de tomate riñón? ¿Cuál es la balanza comercial?	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		Factores socio económico Grupo ofertante	¿Cuál es la situación económica actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?			
	PRODUCTO / OFERTA	Características del producto Oferta exportable	¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación?	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
	LOGÍSTICA	Canal de distribución Red de transporte Proceso logístico	¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Nariño? ¿Cuáles son los costos en origen, en transporte y en destino?	PROPUESTA		
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico	PROPUESTA		

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

En la presente investigación se utilizó fuentes de información primaria con la aplicación de entrevistas a los productores para recolectar datos relevantes sobre las características del producto, proceso de comercialización actual, niveles de producción.

Para el análisis del mercado de destino se utilizó la fuente de información secundaria mediante revisión documental, paginas oficiales del gobierno de Colombia, que permitieron conocer la competencia, requisitos de ingreso, proceso de importación entre otros.

3.5.1. Plan de procesamiento y análisis de la información

Obtenida la información requerida se procesó y analizó los datos, que sirvieron de base en la elaboración del estudio de mercado y propuesta.

3.5.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

Se utilizó la entrevista realizada a los productores de tomate riñón para la búsqueda sistemática de información sobre el tema investigado además se aplicó una ficha de observación para evaluar la situación actual del proceso productivo, con el fin de que nos proporcionen respuestas a las interrogantes encontradas con una definición clara.

3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.6.1.1. Análisis situacional país destino (Colombia)

3.6.1.2. Factores Socio - Económicos

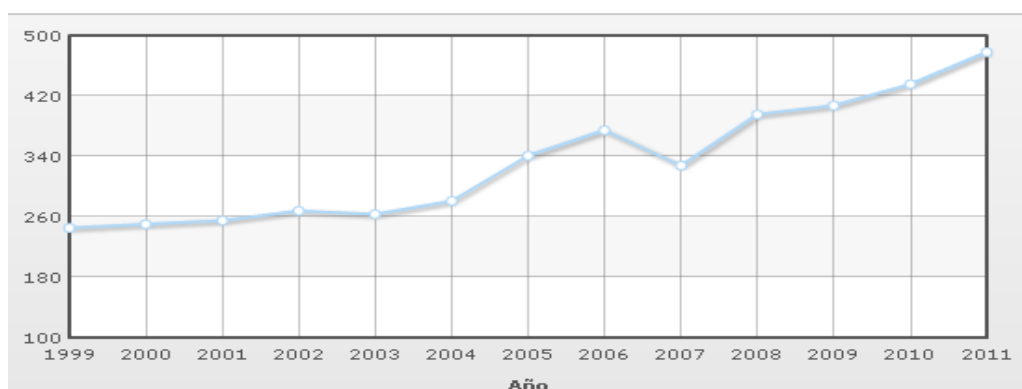
Tabla 4 Indicadores Básicos de Colombia

INDICADOR	VALOR
PIB (en millones de dólares est. 2012)	365.40
PIB per cápita(dólares, est. 2012)	10.700
Crecimiento del PIB	4,30%
Riesgo país(puntos básicos)	131
Inflación(est. 2012)	3,20%
Población(est. 2013)	45.475.783
Tasa de crecimiento poblacional(est. 2012)	1,13%
Salario mínimo legal(en pesos año 2013)	589.500

Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado: Yajaira Velasco

a. PIB de Colombia

Gráfico 1 Producto Interno Bruto (PIB) (miles de millones \$)



Fuente: CIA Wordfactbook
Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 5 Producto Interno Bruto (PIB) (miles de millones \$)

Country	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<u>Colombia</u>	281,1	341,1	374,4	327,7	395,4	407,5	435,4	478	499.5

Fuente: CIA Wordfactbook

Elaborado: Yajaira Velasco

De acuerdo a la tabla No. 4 se puede observar que Colombia presenta un PIB creciente durante el transcurso de los años, aspecto positivo para el proyecto ya que se muestra una economía sólida en el mercado.

b. Inflación de Colombia

Según datos del Banco de la República (2013), el Índice de Precios al Consumidor en el año 2012 fue del 2,44% y en la última década se han mantenido en un solo dígito.

Tabla 6 Tasa de inflación (precios al consumidor) (%)

Country	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Colombia	5,9	5	4,3	5,5	7	4,2	3,1	3,4	3,73

Fuente: CIA Wordfactbook

Elaborado: Yajaira Velasco

c. Riesgo país

De acuerdo a un informe, elaborado por JP Morgan, la tasa que cobran los inversionistas internacionales sobre la deuda de Colombia en el exterior se ubica en 129 puntos al 3 de agosto de 2012, mientras que dos días atrás estuvo en los 128. La variación diaria se mantiene con una tendencia negativa de 5,15%, como consecuencia de una mayor confiabilidad por la economía colombiana. (El espectador. com, 2012, párr. 2).

Colombia es un país que ha logrado reducir el nivel de riesgo para las inversiones, este es un aspecto favorable en la ejecución de proyecto ya

que muestra estabilidad política, económica, comercial en el caso de que decidiéramos realizar inversiones en Colombia.

Colombia y Ecuador presentan un Riesgo país según datos históricos detallados a continuación:

Tabla 7 Índice de Riesgo País Colombia – Ecuador (2005-2012)

AÑO	ECUADOR	COLOMBIA
2012	621	112
2011	799	195
2010	925	172
2009	775	201
2008	4720	474
2007	614	195
2006	920	151
2005	669	238

Fuente: JP Morgan

Elaborado: Yajaira Velasco

Esta información es relevante para el estudio ya que muestra que las inversiones extranjeras realizadas en Colombia son menos riesgosas que las que se pueden realizar en Ecuador.

d. Población

Según un informe que realizó el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE (2013) se observa que;

El país tiene una población de 45 millones de habitantes (proyectado 2008), lo que lo constituye en el cuarto país más poblado en América después de los Estados Unidos, Brasil y México. Se estima que para 2015 la población colombiana será mayor a 53 millones de habitantes. Actualmente, la composición de la población está dada en 51,4 % mujeres y 48,6 % hombres. La mayor parte de la población se concentra en la zona centro-occidente del país cercana a las costas atlánticas y pacíficas (región andina), mientras que la zona sur-oriental del país presenta grandes vacíos demográficos. Los diez departamentos de tierras bajas del Oriente (aproximadamente 54% del área total) tienen menos de 3% de la población y una densidad de menos de una persona por kilómetro cuadrado. (Párr. 1)

Tabla 8 Población Estratifica de Colombia

Estrato	Calificación	%	
1	Bajo-bajo	22,3	
2	Bajo	41,2	
3	Medio	27,1	
4	Medio-Alto	6,3	
5	Alto	1,9	
6	Alto-Alto	1,2	
Años	%	Hombres	Mujeres
0 – 14	25,8	6,032,725	5,755,437
15-24	18,2	4,241,621	4,101,552
25-54	41,5	9,376,745	9,597,744
55-64	8,0	1,705,451	1,962,606
65 o Más	6,5	1,242,980	1,728,922

Fuente: CENTRAL INTELLIGENTE AGENCY (estimado año 2013)
Elaborado: Yajaira Velasco

Se ha identificado que la población de Colombia se encuentra concentrada en el estrato medio y bajo, mercado atractivo al que se puede llegar con el tomate riñón debido a que existe un potencial creciente de posibles consumidores.

Tabla 9 Población De Nariño – Colombia

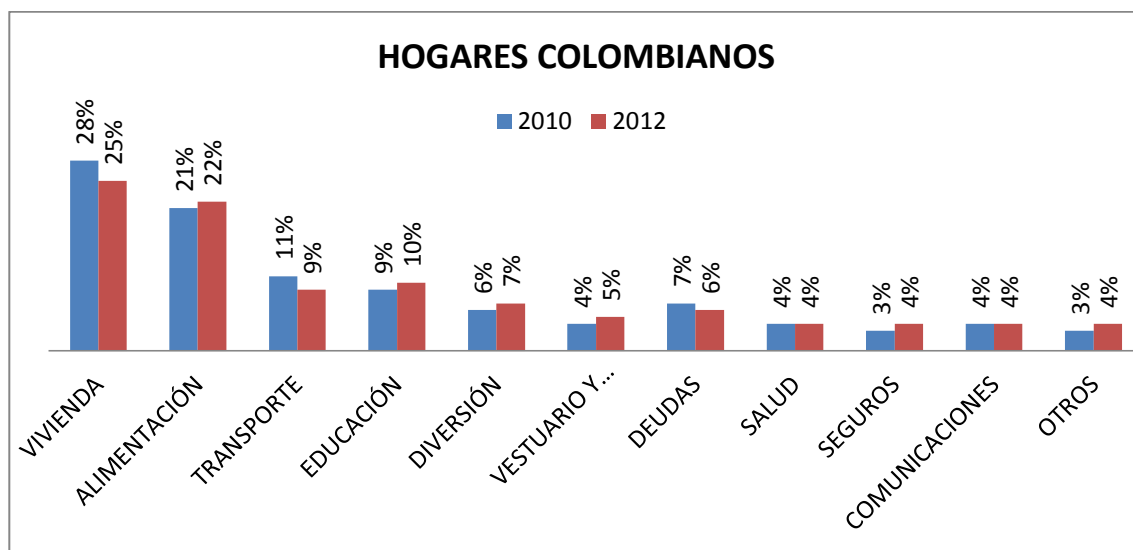
Años	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
0-4	163.527	163.552	163.870	164.424	165.094	165.855
5-9	165.549	164.699	163.757	162.724	162.412	162.380
10-14	168.892	168.034	167.208	166.564	165.376	164.284
15-19	160.672	162.569	164.054	164.967	165.421	165.335
20-24	146.706	148.296	150.014	151.855	153.844	156.003
25-29	139.167	139.815	140.599	141.630	142.917	144.304
30-34	129.326	131.684	133.657	135.328	136.682	137.709
35-39	109.478	113.644	117.823	121.541	124.869	127.725
40-44	101.230	100.787	100.883	102.146	104.518	108.007
45-49	90.560	94.057	96.933	98.801	99.749	99.704
50-54	74.047	76.461	79.092	82.041	85.296	88.854
55-59	60.713	62.832	65.048	67.305	69.611	71.926
60-64	50.401	51.618	52.951	54.503	56.218	58.130
65-69	40.063	41.650	43.189	44.583	45.896	47.089
70-74	31.126	31.599	32.394	33.461	34.714	36.101
75-79	24.771	25.148	25.372	25.522	25.753	25.904
80 y mas	24.567	25.337	26.101	26.833	27.536	28.235
Total	1.680.795	1.701.782	1.722.945	1.744.228	1.765.906	1.787.545

Fuente: DANE – Colombia
Elaborado: Yajaira Velasco

La población de Ipiales a la que se determina destinar la comercialización de tomate riñón posee un índice de crecimiento promedio de 1,24% anual. Además se ha identificado que la población se encuentra concentrada en las edades de 0 hasta 50 años.

e. Distribución de los Ingresos

Tabla 10 Distribución de los ingresos



Fuente: Dinero.com 2012
Elaborado: Yajaira Velasco

Los hogares colombianos destinan gran parte de sus ingresos a la alimentación identificando una oportunidad importante para el presente proyecto, ya que el 22% de sus ingresos se usan en alimentación y se puede establecer que existirá una asignación de sus ingresos para el consumo del producto ofertado.

3.6.1.3. Factores políticos y legales

Dentro de los factores políticos y legales se ha analizado la política económica y comercial.

a. Política Económica

De acuerdo al Boletín digital del Fondo Monetario Internacional FMI, Colombia (2013): Políticas sólidas y programa de reforma impulsan el crecimiento dinámico, se establece lo siguiente:

Las perspectivas para 2013 son favorables. Se prevé que la economía del país crecerá en términos generales conforme a la tasa potencial y que la inflación se mantendrá en niveles bajos. La política fiscal se ajustará a los planes de consolidación a mediano plazo que tienen por objeto reducir el déficit estructural del gobierno central a 1% del PIB para 2022.

Si bien los efectos de contagio de la turbulencia mundial hasta ahora han estado contenidos, Colombia es vulnerable a un drástico deterioro de las condiciones externas.

La política monetaria podría relajarse aún más y el tipo de cambio flexible debería seguir actuando como amortiguador ante los shocks. La aplicación de políticas ágiles y el holgado nivel de las reservas internacionales, junto con el acuerdo en el marco de la Línea de Crédito Flexible (LCF) del FMI, proporcionan al país defensas para hacer frente a esos shocks. (...)

Tal como indica el informe, la economía colombiana crece debido al plan de acción fiscal y monetaria que ha generado estabilidad para realizar negocios.

b. Política comercial

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia se sitúan dentro del marco de la zona de libre comercio existente entre los miembros de la Comunidad Andina (CAN). Como complemento a esta relación se han creado Cámaras Binacionales y organizado en conjunto un sinnúmero de ferias sectoriales internacionales, cuyo objetivo ha sido facilitar e impulsar el desarrollo comercial entre empresas ecuatorianas y colombianas.

En la actualidad, luego de la eliminación de las salvaguardias cambiarias impuestas en el 2009 por Ecuador y el mejoramiento de las relaciones políticas entre los dos países, se avizora que se alcanzaran nuevamente los niveles históricos tanto de exportaciones como importaciones con el país norteño, que lo han convertido en uno de los principales socios comerciales del Ecuador. En total se exportan a Colombia productos de 967 partidas arancelarias distintas, mientras que la oferta colombiana hacia Ecuador agrupa más de 2908 partidas (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2012)

c. Acuerdos Comerciales Suscrito por Colombia

Colombia ha firmado varios acuerdo comerciales con el objetivo de ampliar su presencia internacional e integración que permiten al exportador ser más competitivo, tanto a nivel nacional como internacional, y a su vez ser beneficiario del trato preferencial que otorgan los diferentes países.

Tabla 11 Acuerdos suscritos por Colombia

ACUERDO	FECHA	INTEGRANTES
Acuerdo de libre Comercio y acuerdo de Integración económica (AELC-Colombia)	01 Julio 11	Colombia, Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza
Acuerdo de alcance parcial (Asociación Latinoamericana de integración ALADI)	18 de Marzo 81	Argentina, Bolivia, Estado plurinacional de Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay y Perú; República Bolivariana de Venezuela; Uruguay.
Acuerdo de libre Comercio y acuerdo de Integración económica (Canadá-Colombia)	15 de Agosto 11	Canadá, Colombia
Acuerdo de libre Comercio y acuerdo de Integración económica (Chile-Colombia)	08 de Mayo 09	Chile, Colombia
Acuerdo de libre Comercio y acuerdo de Integración económica (Colombia - México)	01 de Enero 95	Colombia, México
Acuerdo de libre Comercio y acuerdo de Integración económica (Colombia-Triangulo del norte, el Salvador, Guatemala, Honduras)	12 de Noviembre 09	Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras
Unión Aduanera (Comunidad Andina CAN)	25 Mayo 88	Bolivia, Estado Plurinacional de Colombia, Ecuador, Perú
Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica (Estados Unidos- Colombia)	15 Mayo-12	Colombia, Estados Unidos.

<p>Acuerdo de alcance parcial (Sistema Global de preferencias Comerciales entre los países en desarrollo SGPC)</p>	<p>19 de Abril-89</p>	<p>Argelia, Argentina, Bangladesh, Benin, Bolivia, Estado Plurinacional de Brasil, Camerún, Chile, Colombia, Corea, República de: Corea, República popular democrática de Cuba, Ecuador, Egipto, Ex República Yugoslavia de Macedonia, Filipinas, Ghana, Guinea, Guyana, India, Indonesia, Irán, República Islámica del Iraq, Jamahirlyá Árabe Libia, Malasia, Marruecos, México, Mozambique, Myanmar, Nicaragua, Nigeria, Pakistan, Perú, República Bolivariana de Venezuela, Singapur, Sudan, Tailandia, Tanzania, Trinidad y Tobago, Túnez, Vietnam, Zimbabwe</p>
<p>Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración Económica (UE- Colombia – Perú)</p>	<p>26 Jun-12</p>	<p>Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, República Eslovaca, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido, Colombia, Perú</p>

Fuente: Organización Mundial de Comercio, OMC

Elaborado: Yajaira Velasco

Colombia y Ecuador son miembros de la Comunidad Andina (CAN), por lo que el comercio entre los dos países aplica en su mayoría un arancel 0% a los productos siempre que se cumpla con las formalidades respectivas, como es la presentación del certificado de origen; se considera un aspecto positivo para el proyecto ya que existe trato preferencial arancelario para la comercialización, al cual se puede acoger el tomate riñón a la hora de realizar la exportación

d. Balanza comercial de Colombia

Tabla 12 Balanza Comercial de Colombia

Millones de dólares FOB

Origen	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Total balanza comercial/1	470,5	1.665,0	1.559,4	5.358,4	5.066,6	222,6
Grupos comerciales						
Aladi	1.349,7	258,3	-2.808,3	-4.198,0	-3.850,5	-466,0
Comunidad Andina	759,1	637,6	1.227,8	1.184,8	1.432,2	191,2
MERCOSUR	-2.222,6	-2.343,9	-2.507,9	-2.820,6	-3.325,4	-423,2
Unión Europea	-239,8	-203,9	-198,5	2.103,7	2.107,6	248,3
Principales países						
Estados Unidos	3.312,3	3.856,9	6.821,9	8.991,0	8.527,4	372,8
Venezuela	4.951,1	3.521,6	1.131,5	1.190,9	2.059,4	278,9
Perú	154,7	191,6	376,7	334,6	705,2	58,4
Chile	189,6	78,0	368,4	1.358,5	1.294,2	155,0
Ecuador	712,7	582,7	992,8	867,6	867,8	157,5
Japón	-700,0	-444,2	-575,9	-831,7	-1.202,7	-143,9
Alemania	-851,5	-919,6	-1.298,5	-1.646,7	-1.757,8	-135,1
México	-2.369,3	-1.663,4	-3.055,9	-5.144,2	-5.315,1	-665,8
Canadá	-398,5	-240,2	-220,2	-273,4	-591,1	-76,7
Brasil	-1.537,1	-1.459,7	-1.254,7	-1.322,4	-1.376,4	-222,3
China	-3.725,4	-2.529,5	-3.275,4	-5.676,5	-5.620,9	-529,1
Resto de países	732,0	690,9	1.548,7	7.510,7	7.476,7	972,9

Fuente: DIAN, DANE

Elaborado: Yajaira Velasco

De acuerdo a la tabla se identifica que existe una balanza positiva de Colombia frente al Ecuador, es decir existe mayor número de importaciones desde Colombia y en cambio las exportaciones fueron menores, para ello la realización del proyecto puede aportar a reducir el déficit existente en la balanza comercial.

Tabla 13 Partida Arancelaria - Tomate riñón

Partida arancelaria sugerida:	0702.00.00
Sección II:	Productos del reino vegetal
Capítulo 07:	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
Partida Sist. Armonizado:	
Sub Partida Sist. Armoniza:	
Sub Partida Regional 0702.00.00:	Tomate frescos o refrigerados

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Elaborado: Yajaira Velasco

e. Barreras Arancelarias de Colombia

Para realizar la importación de tomate riñón a Colombia se aplica la siguiente tarifa arancelaria.

Tabla 14 Tarifa arancelaria importador Colombiano

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
07020000	Tomates Frescos o refrigerados	Tarifa preferencial para países miembros de la CAN	0.00%	0.00%

Fuente: Market Access Map

Elaborado: Yajaira Velasco

Información existente en la Ficha Comercial de Colombia (2013), muestra que:

Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia son miembros de la Comunidad Andina (CAN), por lo que el comercio entre ellos aplica en su mayoría arancel 0%. (...) Colombia concede trato preferencial a todas las importaciones procedentes del Estado Plurilateral de Bolivia, el Ecuador y el Perú, siempre que cumplan los criterios de origen de la Comunidad Andina. Colombia también concede trato preferencial a las importaciones procedentes de países con los que ha suscrito acuerdos en el marco de la ALADI y otros acuerdos bilaterales. (p. 8)

f. Barreras No Arancelarias - Colombia

Para la importación de algunos productos procedentes de Ecuador el gobierno colombiano regulada a través de permisos, licencias la importación con la finalidad de proteger la salud pública, seguridad del consumidor, medio ambiente. La siguiente tabla detalla a los productos sujetos a permisos de importación.

Tabla 15 Regulación de Importación – Colombia

Productos	Institución que otorga los permisos	Instrumento jurídico	Fecha
Todos los materiales vegetales, productos y subproductos, deben cumplir unos requisitos fitosanitarios para su importación, excepto los productos que por su constitución física y por los procesos de transformación a que han sido sometidos no ofrecen riesgo fitosanitario.	Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	artículo 4 del Decreto 3761	Desde 2009

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario - ICA
Elaborado: Yajaira Velasco

g. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

El tomate riñón al ser un producto de consumo humano debe de cumplir con la norma sanitaria y fitosanitaria exigida en Colombia para su ingreso y comercialización.

Colombia aplica las normas sanitarias y fitosanitarias regionales andinas y ha participado con los otros países de la CAN en esfuerzos para armonizar normas fitosanitarias y procedimientos sanitarios y fitosanitarios en el comercio intrarregional andino y con terceros países. A nivel regional andino, se han adoptado procedimientos comunes para expedir permisos y certificados FITO y zoosanitarios, así como normas para el registro, control, comercialización y uso de productos veterinarios. (Pro Ecuador, 2013, p. 33)

h. Empaque, embalaje y etiquetas

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 2269 de 1993. Para el tomate riñón se debe cumplir con la Norma Técnica Colombia NTC1103-2

Para la exportación hacia Colombia del tomate riñón, se debe de utilizar el empaque y embalaje para asegurar su protección contra agentes externos que pueden modificar las características del producto durante su manipulación, transporte y almacenamiento.

Tabla 16 Empaque, Embalaje y etiquetado Tomate riñón – Colombia

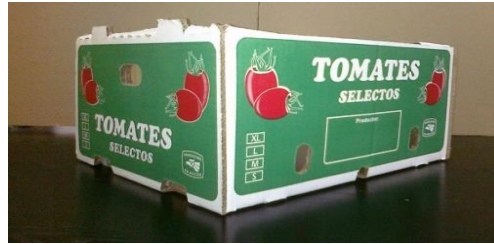
Concepto	Detalle
Empaque/Embalaje	Recipiente destinado a contener temporalmente un producto o conjunto de productos durante su manipulación, su transporte, su almacenamiento o su presentación a la venta, con el fin de protegerlo, identificarlo y facilitar dichas operaciones.
Paletización	Consiste en apilar o arrumar sobre una superficie (paleta o estiba) una cierta cantidad de objetos individualmente poco manejables, pesados y/o voluminosos; con la finalidad de llevar la mercancía al punto deseado con el mínimo de esfuerzo y en una sola operación.
Módulo de empaque	Plano rectangular propuesto por la ISO, cuyas dimensiones del módulo básico son 600 mm por 400 mm , que sirve como referencia para la elaboración de empaques rectangulares rígidos, más pequeños o más grandes

Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC1103 - 2

Elaborado: Yajaira Velasco

- Tomate riñón en cajas de cartón.

Gráfico 2



Fuente: Imagen de google

- Tomate riñón en banastas plásticas con dimensiones de 60x40x25 cm, peso 25 kilos.

Gráfico 3



Fuente: Imagen de google

- Tomate riñón en cajas de madera que hayan tenido el debido tratamiento.

Gráfico 4



Fuente: Imagen de google

3.6.1.4. Factores Geográficos

Tabla 17 INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE EN COLOMBIA

Puertos	Aeropuertos	Infraestructura Vial
✓ Providencia ✓ San Andrés ✓ La Guajira ✓ Puerto Bolívar ✓ Santa Marta ✓ Barranquilla ✓ Cartagena ✓ Tolú ✓ Turbo ✓ Buenaventura ✓ Tumaco	✓ Ernesto Cortissoz- Barranquilla ✓ El Dorado - Bogotá ✓ Alfonso Bonilla ✓ Aragón- Cali ✓ Rafael Núñez - Cartagena ✓ José María Córdova - Medellín ✓ Matecaña Pereira	✓ Cúcuta - Bucaramanga - Socorro - Tunja - La Caro - Bogotá - Armenia - Almirante La Paila - Cali - Popayán - Pasto - Puente Rumichaca. ✓ Paraguachón - Maicao Riohacha - Barranquilla- Cartagena - El Viso - San Onofre - Tolúviejo - Sincelejo - La Ye - Medellín - La Pintada - Cerritos - Cartago - Zarzal - Cali - Popayán - Pasto -Puente Rumichaca.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe–CEPAL
2012/CAN

Elaborado: Yajaira Velasco

a. Vía Terrestre

Para la ejecución del proyecto el medio más idóneo será vía terrestre por carretera utilizando el transporte de carga internacional para poder embarcar periódicamente la mercadería desde Pimampiro hasta la ciudad de Ipiales Colombia cumpliendo con todas las regulaciones de transporte entre Ecuador y Colombia.

3.6.1.5. Entorno Tecnológico

Con la globalización la tecnología ha influido directamente en las empresas la sociedad y el comercio internacional favoreciendo su desarrollo así como reducción de costos y tiempo, Colombia no es la excepción, la tecnología va en aumento conjuntamente con la investigación y desarrollo.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia [MINTIC] (2012), este país mantiene “El plan Vive Digital” mismo que “busca promover el acceso, uso y

apropiación masiva de las TIC, a través de políticas y programas para el logro de niveles progresivos y sostenibles de desarrollo, en todos los departamentos de Colombia”. (párr. 1)

3.6.1.6. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio

Tabla 18 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO – POAM

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO – POAM				
	Oportunidad		Amenaza	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
PIB	Alto	3		
Riesgo país	Medio	2		
Inflación	Medio	2		
Población	Alto	3		
Tasa de crecimiento poblacional	Alto	3		
Distribución de los ingresos	Alto	2		
	Suma	15	Suma	0
	Promedio	2,5	Promedio	0
FACTORES POLÍTICOS	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Política Económica	Medio	2		
Política Comercial	Alto	3		
Balanza comercial	Medio	2		
	Suma	7	Suma	0
	Promedio	2,3	Promedio	0
FACTORES LEGALES	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Barreras Arancelarias	Alto	3		
Barreras no Arancelarias			Medio	2
Certificado de Inspección ICA			Medio	2
Registro Sanitario			Medio	2
Envases, empaque y embalaje	Alto	3		
	Suma	6	Suma	6
	Promedio	3	Promedio	2
FACTORES GEOGRÁFICOS	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Infraestructura de transporte	Alto	3		
Infraestructura en comunicación	Alto	3		
	Suma	6	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0

	o		o	
FACTORES TECNOLÓGICOS	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Facilidad de acceso a la tecnología	Alto	3		
Velocidad en el desarrollo tecnológico	Medio	2		
	Suma	5	Suma	
	Promedio	2,5	Promedio	0
Ponderación	Alto = 3	Medio= 2	Bajo = 1	0

Fuente: Gerencia Estrategia 2012
Elaborado: Yajaira Velasco

RESUMEN POAM	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,5	0
Factores Políticos	2,3	0
Factores Legales	3	2
Factores Geográficos	3	0
Factores Tecnológicos	2,5	0
Suma	13,3	2
Promedio	2,66	0,40

Fuente: Gerencia Estrategia 2012
Elaborado: Yajaira Velasco

Análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

a. Factores socioeconómicos:

- El PIB creciente de Colombia a través de los años muestra una estabilidad económica y comercial, identificándose como una oportunidad de alto nivel.
- Se identifica que el riesgo país de Colombia es bajo lo que representa una oportunidad de medio impacto, las correctas políticas aplicadas por el estado Colombiano han generado seguridad en el país para realizar inversiones.
- El nivel de inflación de Colombia se encuentra estable por ello se valora como una oportunidad de medio impacto; este indicador

está relacionado directamente con el poder adquisitivo del consumidor.

- La población de Colombia está en crecimiento constante; se considera una oportunidad de alto impacto, ya que existirá mayores volúmenes de demanda de nuestro producto.
- El crecimiento poblacional se identifica como una oportunidad de alto impacto; ya que permitiría el incremento de la cantidad de consumidores.
- El 22% de ingresos de las familias colombianas se destinan a la alimentación, este aspecto se estima como una oportunidad de medio impacto.

b. Factores políticos:

- La política económica de Colombia constituye una oportunidad de medio impacto, esto debido a cambios en la política cambiaria que pueden afectar directamente al producto, facilitando el desarrollo binacional con nuestro país por la apertura en los acuerdos comerciales, la consideramos una oportunidad de alto impacto.
- La política comercial de Colombia mantiene apertura hacia nuevos socios comerciales, permitiendo en desarrollo y la integración mediante la liberación de aranceles de los productos importados. Se constituye en una oportunidad de alto impacto.
- Colombia mantiene un superávit en la balanza comercial frente al Ecuador identificándose como una oportunidad de medio impacto. Si Colombia demanda mayor volumen de productos ecuatorianos se podría disminuir este desbalance.

c. Factores legales:

- Las barreras arancelarias se consideran como oportunidad de alto impacto ya que Colombia y Ecuador al ser miembros de la

Comunidad Andina (CAN) se benefician de la liberación del pago de aranceles.

- Las barreras no arancelarias constituyen una amenaza de medio impacto debido a que la obtención de los certificados fitosanitarios en el ICA pueden demorar el ingreso del producto al mercado de destino.
- El envase, empaque y embalaje se considera como una oportunidad de alto impacto debido a que los estándares nacionales del Ecuador cumplen con la normativa requerida para ingresar a Colombia.

d. Factores geográficos:

- La infraestructura de transporte, constituye una oportunidad de alto impacto dada su localización geográfica, la cercanía y facilidad de tránsito existente en los dos países.
- La Infraestructura en comunicación se identifica como una oportunidad de alto impacto. Existen los medios necesarios que permiten la comunicación, envío y recepción de la información de manera eficaz entre los exportadores e importadores, facilitando la transacción con el mercado meta.

e. Factores tecnológicos:

- La tecnología en Colombia es considerada como una oportunidad de alto impacto. Existen los medios y facilidades necesarias para realizar negocios internacionales.

3.6.1.7. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.6.1.8. Perfil del Consumidor

“El tomate en fresco es una de las hortalizas más demandadas por los consumidores colombianos, quienes la usan como ingrediente de sopas y ensaladas y como condimento.”(Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012)

Según el estudio realizado por la Revista Electrónica de Alimentación en Colombia (2010) indica que;

La estructura de consumo del colombiano promedio está determinada por cinco razones fundamentales: el nivel de ingreso, la oportunidad de adquirir los productos, la capacidad de crédito (tan solo el 3% de los colombianos pagan con tarjeta de crédito), la razón de compra y el poder de la marca. A partir de esto, el 58,34% de la población colombiana pertenece a un nivel de ingreso bajo, el 38% a un nivel medio y tan solo el 3,29% a nivel alto. Se observa que mientras un colombiano promedio de ingresos altos asigna el 34% al consumo alimentos y el 19% a transporte y comunicaciones, una persona de ingresos bajos asigna 45% y 12% respectivamente. Esas diferencias de la asignación también se observan en vestuario y calzado, entretenimiento y algunos artículos de gastos varios. (párr. 4)

El consumidor colombiano dentro de las razones de compra orienta sus ingresos en un 34% a la alimentación:

Adicionalmente a este cambio, se ha presentado el boom de los productos saludables y la tendencia de la persona por cuidarse y llevar un estilo de vida sano, es por eso que en el mercado han entrado productos bajos en calorías, light, aguas de diferentes sabores, miles de productos que aunque en algunas ocasiones son de mayor costo, tienen un target ya establecido en el cual el costo beneficio es alto, también se ve reflejado en el decrecimiento del consumo de jugos, gaseosas y maltas, contrarrestado con un incremento significativo del consumo de frutas como naranja, tomate, mora, entre otras. (párr. 7)

Se puede identificar que existe una tendencia hacia productos saludables este es un factor positivo para la realización del proyecto ya que el tomate riñón puede convertirse en un producto de consumo diario, dadas sus características nutricionales que puede aportar al normal funcionamiento del organismo.

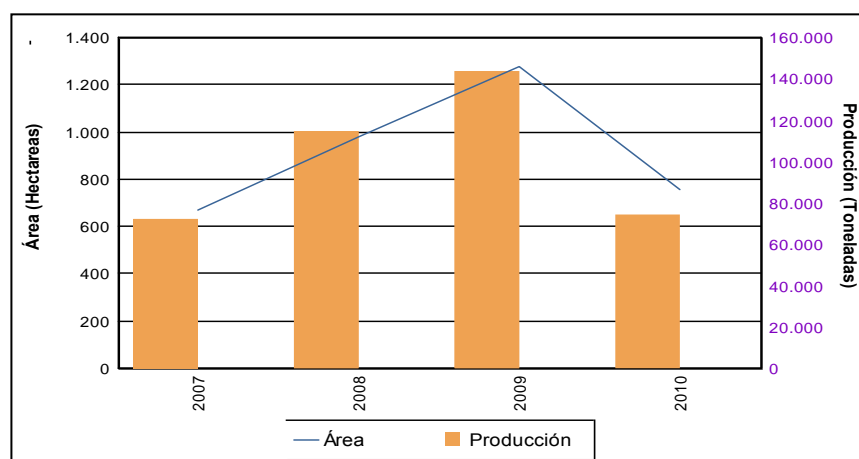
3.6.1.9. Oferta

En el análisis de la oferta se tomó como base la producción nacional, las importaciones y las exportaciones de tomate riñón.

a. Producción Nacional de Tomate riñón- Colombia

La producción del tomate riñón en Colombia presenta variaciones significativas, en el año 2007 a 2009 se identifica un crecimiento de producción pero para el año 2010 tuvo una disminución acelerada.

Gráfico 5 Área Cosechada y Producción Nacional colombiana de Tomate riñón



Fuente: Agronet
Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 19 Producción Nacional de Tomate riñón –Colombia

Año	Área Cosechada (Ha)	Producción (Toneladas)	Rendimiento (Tm / Ha)
2007	668	72091	108,0
2008	980	114992	117,4
2009	1276	144013	112,9
2010	755	74521	98,7

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
Elaborado: Yajaira Velasco

De la misma manera en la tabla 18 se observa que las hectáreas cosechadas de tomate en departamento de Nariño desde el año 2007 en adelante decrece constantemente y de manera directa su rendimiento por hectárea. Podríamos afirmar que este es un aspecto favorable para el proyecto ante la carencia de producción y su incremento en la demanda.

Tabla 20 Producción de Tomate riñón - Departamento de Nariño

Año	Área Cosechada (Hectáreas)	Producción (Toneladas)	Rendimiento (Ton/Ha)
2007	187	12184,04	65,30
2008	122	11526,04	94,60
2009	120	14697,50	122,99
2010	99	11755,00	119,34

Fuente: Agronet

Elaborado: Yajaira Velasco

b. Importaciones Colombianas de Tomate riñón

Tal como indica la tabla No. 19 las importaciones colombianas de tomate riñónse han incrementándose desde el año 2005 al 2008 significativamente y del 2009 en adelante muestra una variación con tendencia a la baja, quizá a consecuencia de dificultades políticas entre los mandatarios de los dos países, paulatinamente este hecho se ha ido solucionando y las actividades comerciales se han restablecido paulatinamente.

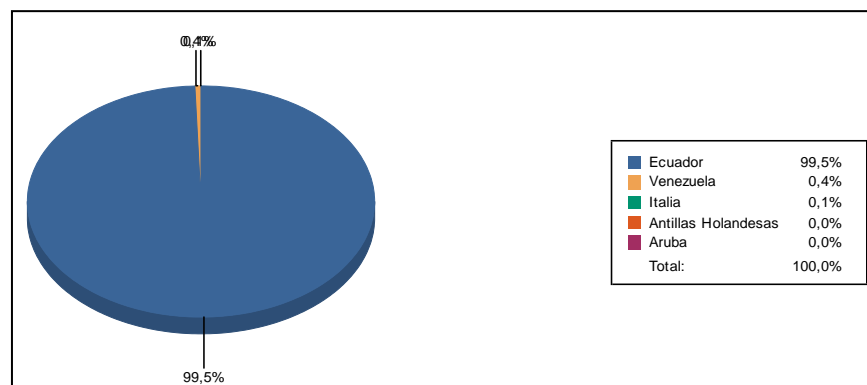
Tabla 21 Importaciones de Tomate riñón a Colombia

Año	Valor (Miles US\$)	Volumen (toneladas)
2005	24,10	361,60
2006	36,41	386,06
2007	272,99	3751,75
2008	231,92	3337,59
2009	170,67	2484,16
2010	216,18	3169,35
2011	124,44	1641,20
2012	134,18	1723,20

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico 6 Principales proveedores de tomate riñón a Colombia 2006-2010



Fuente: Agronet
Elaborado: Yajaira Velasco

Tal como indica el gráfico No 6 El principal proveedor de tomate riñón a Colombia es el Ecuador con el 99,5 % de sus importaciones identificando que existe gran potencial de aceptación de este producto al mercado colombiano.

c. Exportaciones Colombianas de Tomate riñón

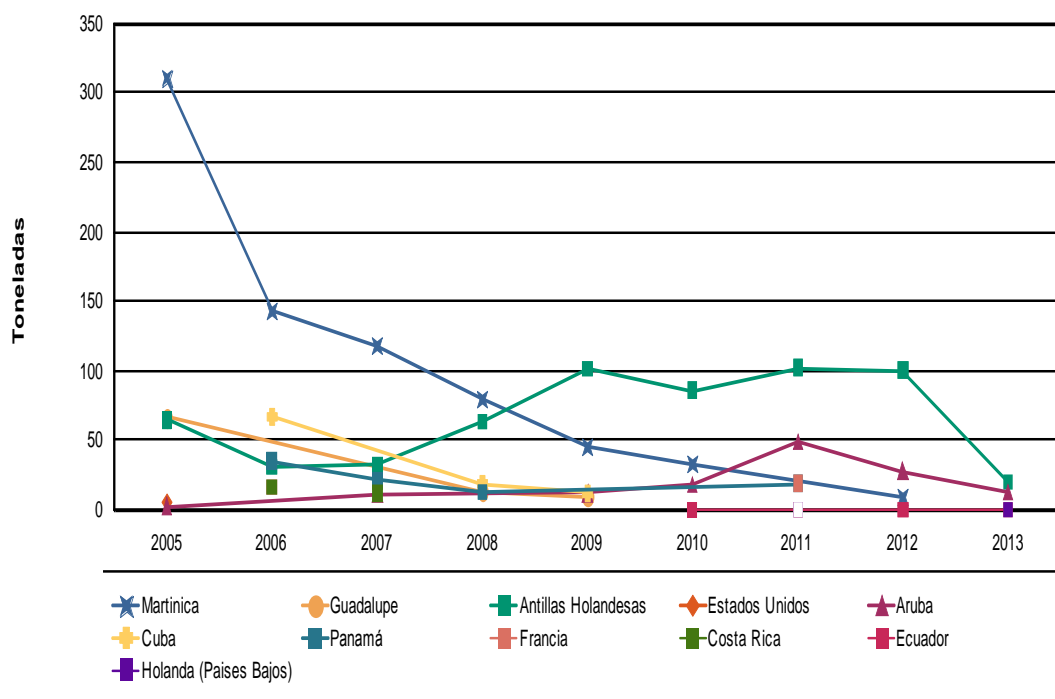
Las exportaciones de Colombia hacia el mundo se denota una disminución considerable desde el año 2005 además se puede indicar que la mayor parte de su producción se destina al consumo interno.

Tabla 22 Exportaciones de Tomate riñón de Colombia

Año	Valor (Miles US\$)	Volumen (toneladas)
2005	526,51	452,07
2006	392,66	303,87
2007	327,57	210,55
2008	313,08	199,38
2009	259,43	186,93
2010	227,43	137,40
2011	225,89	170,45
2012	206,61	137,33

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico 7 Países destino de las exportaciones colombianas de tomate riñón – Tm



Fuente: Agronet
Elaborado: Yajaira Velasco

Tal como indica el gráfico el principal destino de las exportaciones es las Antillas Holandesas y Martinica, su demanda ha ido disminuyendo debido a que la producción en Colombia está decreciendo, aspecto que beneficia al proyecto ya que Ecuador podría incrementar sus exportaciones hacia Colombia y este país pueda proveer con el producto a sus socios comerciales.

d. Precios en el mercado de destino

Los precios referenciales en el mercado de destino presentan variaciones constantes, aspecto que puede influir directamente en la ejecución del proyecto.

Tabla 23 Precios del Kilo de tomate Riñón en Ipiales

Año	Mercado 1 (\$/Kg)
2008	1,463
2009	1,218
2010	1,689
2011	1,207
Mercado 1= Ipiales	

Fuente: Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario.
Elaborado: Yajaira Velasco

e. Competencia

Según datos obtenidos de la FAO en el año 2011 los principales países productores de tomate riñón a nivel mundial son China, India, Estado Unidos Turquía, Egipto, Irán, Italia, Brasil, España. Tailandia, muestran un volumen de producción elevada.

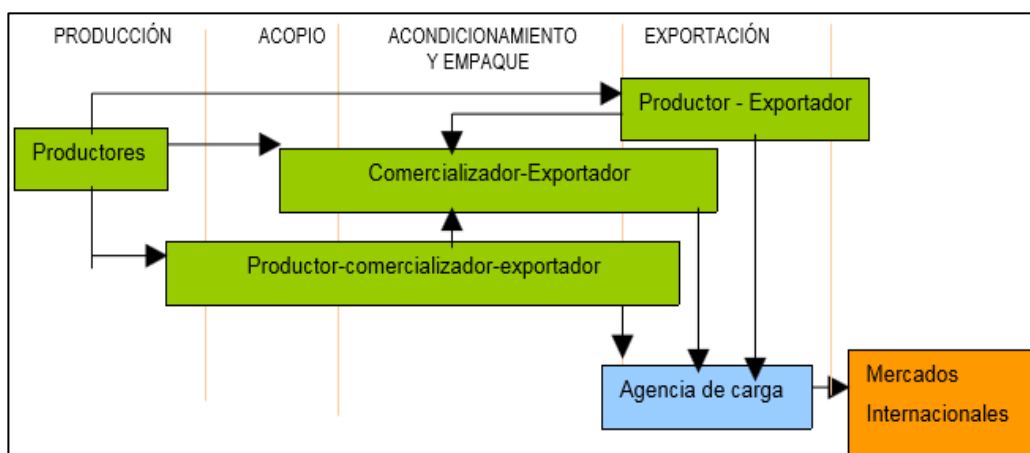
Tabla 24 Principales países productores de tomate riñón, 2011

Posición	Región	Producción (miles de USD)	Producción (Tm)
1	China	17952256	48576853
2	India	6218283	16826000
3	Estados Unidos	4665634	12624700
4	Turquía	3456461	11003400
5	Egipto	2995412	8105260
6	Irán	2522015	6824300
7	Italia	2198987	5950220
8	Brasil	1632234	4416650
9	España	1356850	3821490
10	Uzbekistán	955322	2585000

Fuente: faostat.fao.org, 2011
Elaborado: Yajaira Velasco

f. Canal de distribución

Gráfico 8 Canal de distribución del Tomate Riñón



Fuente: Agrocalidad

Elaborado: Yajaira Velasco

El canal de distribución utilizado actualmente para llevar el producto hacia el mercado de destino está integrado de la siguiente manera: productor - exportador - comercializador - consumidor.

3.6.1.10. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.6.1.11. Factores Político y legal

Se puede identificar que el gobierno ecuatoriano mediante sus políticas busca incentivar el desarrollo de las pequeñas empresas, para diversificar su producción, pueda ingresar a mercados internacionales y obtener mayores utilidades.

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones [COPCI] (2010), Artículo 5, el Estado fomentará “la mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de

calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva.” (pág. 4).

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2010) indica que;

Es el encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (párr. 1)

Se determina que el estado a través de sus instituciones busca promover la oferta exportable, generando un valor agregado a los productos obtenidos de los pequeños productores, para que puedan competir en mercados internacionales, este es un aspecto favorable para el proyecto.

a. Barreras no arancelarias a la exportación

Dentro de las barreras no arancelarias se establece como requisito para la exportación de tomate riñón obtener el certificado fitosanitario en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD).

Así mismo y previo a la obtención del Fito debe hacer lo siguiente:

- Obtener el registro de exportador en (AGROCALIDAD)

Según AGROCALIDAD (2012) los requisitos para obtener el registro de exportador (válido por 2 años) son:

- RUC, Copia de Cédula, Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), Croquis de ubicación del establecimiento (exportador – productor).
- Solicitud a la Dirección Ejecutiva de AGROCALIDAD.
- Inspección sanitaria del centro de producción o del establecimiento de procesamiento de productos pecuarios, por un técnico de AGROCALIDAD.
- Comprobante personalizado de pago original por inspección sanitaria, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD.
- Si cumple requisitos sanitarios se emite el registro de exportador del producto pecuario.
- Al momento de que la mercancía llega al punto de salida, se emite el certificado de exportación. (pág. 24).

Tabla 25 Barreras no Arancelarias

Barreras no Arancelarias	Descripción
Certificado de Calidad	Bajo normas del Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN)
Certificado de origen	Documento que permite la liberación arancelaria al producto
Certificado Sanitario	Documento que permite conocer que el producto cumple con la normativa sanitaria.

Fuente: INEN

Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 26 Costo de la Calificación ante Agrocalidad

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Calificación anual de centros de producción para exportación de otros	8 días	80.00
VALOR			80.00

Fuente: AGROCALIDAD

Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 27 Costo de la obtención del Certificado de Origen

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Certificado de origen obtención en el Ministerio de Industria y Productividad	3 días	12.50
VALOR			12.50

Fuente: PROECUADOR

Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 28 Costo de la obtención Sanitario

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Certificado Sanitario Instituto de Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez	8 días	80,00
VALOR			80,00

Fuente: PROECUADOR

Elaborado: Yajaira Velasco

3.6.1.12. Factores Socio, Económicos

Tabla 29 Indicadores Básicos Ecuador 2012

Indicador	Ecuador
Capital	Quito
Población	14.483.499 Habitantes
Tasa de Crecimiento Poblacional	1.95%
Producto Interno Bruto (PIB)	84,348 (Millones de Usd)
PIB Per Cápita	5.469 Usd
Crecimiento del PIB	4.20%
Nivel De Desempleo	4.12 %
Inflación	4.27%
Riesgo País	826 Puntos

Fuente: Banco Central del Ecuador/ INEC

Elaborado: Yajaira Velasco

Según el informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2012):

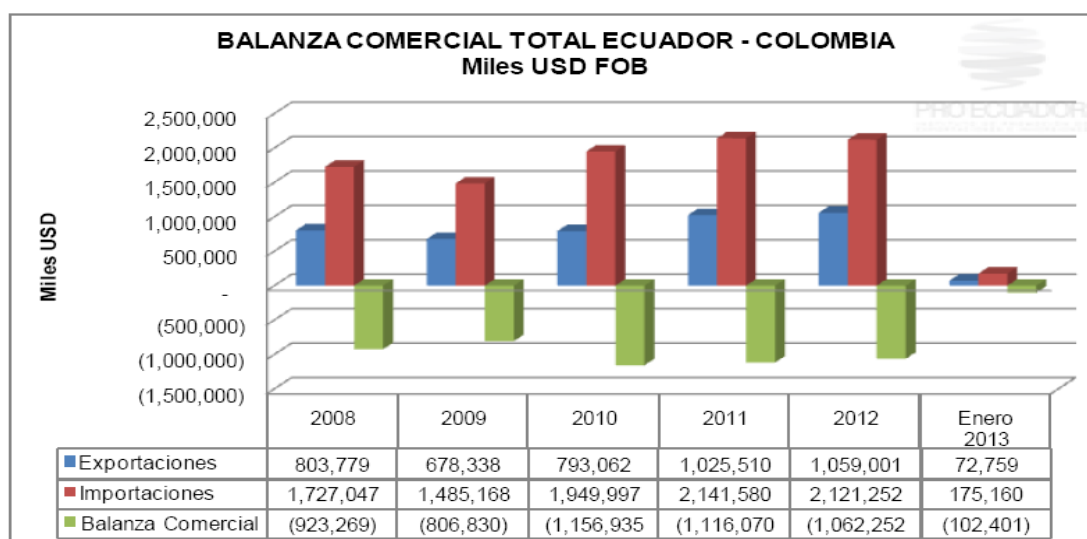
El Ecuador tras la fuerte expansión económica del 8% registrada en 2011, en 2012 el crecimiento se situó en un 4,8%. El PIB siguió siendo impulsado por la demanda interna, debido a la dinámica inversión en capital fijo y la aún sólida demanda privada de consumo. La inflación a diciembre de 2012 se situó en torno al 5%, unos 0,5 puntos porcentuales menos que la anotada el año anterior. Para 2013 se espera un menor crecimiento económico, del 3,5%, y una reducción de la inflación al 4%. (pág. 1)

La situación económica actual del Ecuador presenta en sus indicadores un PIB en crecimiento continuo, el índice inflacionario se mantiene en un 4 % y predecible para los próximos años, el nivel de desempleo se redujo, mostrando una estabilidad económica, un aspecto muy positivo

para la ejecución del proyecto con una serie de oportunidades para el sector micro empresarial tanto en la obtención de materias primas como en el proceso logístico.

a. Balanza Comercial Ecuador

Gráfico 9 Balanza Comercial Ecuador – Colombia (Miles USD FOB)



Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado: Yajaira Velasco

La balanza comercial ecuatoriana con Colombia presenta un déficit desde muchos años atrás, aspecto que influye directamente en la economía del país, con la elaboración del presente proyecto se espera obtener divisas gracias al incremento de las exportaciones, disminuyendo consecuentemente el déficit existente.

b. Situación del Ecuador en relación al tomate riñón

El cultivo del tomate riñón es considerado como uno de los más representativos de la variedad hortícola en el Ecuador, ofreciendo altos rendimientos económicos al productor. La importancia adquirida por este cultivo se debe a que la planta se adapta fácilmente a toda clase de tierras, sin importar la naturaleza y propiedades físicas del suelo, mientras sean profundas, ligeramente ácidas y ricas en materia orgánicas.

c. Situación del sector oferente

Según la revista el comercio.com (2008). “Pimampiro es uno de los cantones imbabureños más importantes en la producción de tomate de mesa en la Sierra norte. Allí, según la asociación local, 400 agricultores lo siembran” (párr. 1)

Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC ESPAC (2011) En la provincia de Imbabura existe alrededor de 401 hectáreas de superficie sembrada de tomate riñón una producción en fruta fresca de 8547 toneladas y un rendimiento de 21,47 Tn/Ha.

Tabla 30 Superficie dedicada al Producción de Tomate riñón en la provincia de Imbabura 2004-2011

Año	Superficie sembrada (Ha.)	Superficie cosechada (Ha.)	Rendimiento (Tm./Ha.)	Producción en fruta fresca (Tm.)
2004	227	226	16,82	3.801
2005	631	631	11,73	7.403
2006	166	166	33,36	5.538
2007	502	502	31,60	15.864
2008	397	385	23,70	9.124
2009	216	216	32,75	7.073
2010	613	613	33,74	20.685
2011	401	398	21,47	8.547

Fuente: Censo Agropecuario

Elaborado: Yajaira Velasco

En la provincia de Imbabura objeto de estudio de la investigación, se evidencia que la producción de tomate riñón de Pimampiro ha generado un desarrollo económico y social de sus habitantes, siendo la principal fuente de ingresos.

d. Oferta del Ecuador

De acuerdo a la información de la tabla No. 29 se puede observar que Colombia es el principal mercado de destino de las exportaciones de tomate riñón seguido por las Antillas Holandesas aspecto positivo para la elaboración del proyecto.

Tabla 31 Principales destinos de exportación del Ecuador Partida 0702.00.00

Sub Partida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	Fob - Dólar
07020000	Tomate frescos o refrigerados	Colombia	14172.45	868.01
		Antillas Holandesas	6.36	19.43
		Alemania	0.58	1.85
		Estados Unidos	1.12	1.28
		Venezuela	0.24	0.73
		Holanda (Países Bajos)	0.13	0.39
		Francia	0.02	0.09
		Antigua y Barbuda	0.03	0.08
		Puerto Rico	0.11	0.05
		España	0.03	0.04

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Yajaira Velasco

3.6.1.13. PRODUCTO

a. Características del Producto

Según el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, Norma técnica 1745 (1990) “56 40 25 70 70 55, perteneciente a la familia de las Solaceas, género Lycopersicon, especie esculentum, Mill, conocido como tomate de mesa o riñón.” (pág. 1)

Clasificación del tomate de acuerdo con el diámetro ecuatorial

TIPO(Tamaño)	Diámetro en mm	
	Mínimo	Máximo
I (grande)	mayor que 56	70
II(mediano)	40	70
III (pequeño)	25	55

Fuente: Norma Técnica INEN 1745

Elaborado: Yajaira Velasco

De acuerdo a la norma INEN, los tomates para el consumo deberán estar limpios, enteros, bien formados, lisos, consistentes exteriormente secos, frescos, con el color aroma y sabor típicos de la variedad.

Tabla 32 Grados de calidad del tomate

CARACTERÍSTICAS	UNIDAD	GRADO 1 máximo	GRADO 2 máximo
Defectos tolerables	%	0	5
Frutos que no responden a la madurez convenida	%	5	10
Defectos no tolerables	%	0	0
Total defectos	%	5	15

Fuente: Norma Técnica INEN 1745

Elaborado: Yajaira Velasco


Tabla 33 Embalaje y Rotulado

Embalaje	El tomate debe comercializarse en cajas de material adecuado, que reúna las condiciones de higiene, ventilación y resistencia a la humedad, manipulación y transporte, de modo que garanticen una adecuada conservación del producto.
Rotulado	Los envases deben llevar etiquetas o impresiones con caracteres legibles, indelebles, en español, y colocados de tal forma que no desaparezcan bajo condiciones normales de almacenamiento y transporte, debiendo contener la información mínima siguiente: Nombre del producto Designación del tipo y grado de calidad (INEN 1745) Contenido neto en kilogramos (kg), Nombre y dirección del empacador Lugar de origen del producto Fecha de empaçado

Fuente: Norma Técnica INEN 1745

Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 34 Ficha Técnica del Tomate riñón

Definición de Producto			
	<p>PARTIDA ARANCELARIA: 0702.00.00</p> <p>PRODUCTO: Tomate (<i>Lycopersicon esculentum Mill.</i>)</p> <p>TIPO: Mini(cherry)</p> <p>VARIEDADES: Fortuna, sheila, charleston, titán, pietro, fortaleza, cherry y chonto.</p>		
Valor Nutricional (aproximado por cada 100g de porción comestible)			
Proteínas:	1.20 g	Calcio: 7.00 mg	Vitamina A: 833.00 U.I.
Lípidos:	0.15 g	Hierro: 0.60 mg	Caroteno: 0.05 mg
Glúcidos:	6.50 g	Riboflavina: 0.05 mg	Vitamina C: 23.00 mg
Valor energético:	20.00 Kcal	Niacina: 0.60 mg	Fibra alimentaria: 1.00 g
Características Organolépticas			
<p>Color: rojo anaranjado en su punto óptimo de recolección, pasando a rojo intenso en la maduración.</p> <p>Apariencia: fruto con forma redonda de unos 18-35 mm de diámetro, con piel fina de superficie lisa, de pared intermedia con carne densa, y concavidad seminal compacta y mucilaginosa.</p> <p>Aroma: intenso, característico de la variedad.</p>			
Categorías comerciales			
Extra (Premium); Primera (estándar).			
Presentación			
<p>Calibres: 18-20mm; 20-25mm; 25-35mm.</p> <p>Producto a granel: 20 Kg</p> <p>Envases: cartón 30 x 40 ;cartón 40 x 60 ;caja de plástico retornable</p>			
Etiquetado			
Denominación del producto, categoría, calibre, número de unidades/peso neto, país de origen, identificación del envasador (nombre, dirección, número de registro sanitario), y/o las especificaciones de etiquetado exigidas por el cliente (leyenda, idioma, número de lote, código de barras).			
Procesado			
Recepción de producto, almacenamiento de producto, lavado y secado, selección, calibrado, envasado, almacenamiento frigorífico a 9- 11° C, y expedición.			
Condiciones Óptimas de Transporte			
Transporte frigorífico: 9-10° C			
Uso Previsto			
Consumo en fresco. Se recomienda lavar el producto antes de su consumo. Preparaciones culinarias (en crudo o contratamiento térmico). Materia prima de industria de procesado.			

Fuente: Ficha Técnica de Producto. Tomate cherry

Elaborado: Yajaira Velasco

b. Proveedores del sector (industria)

El proveedor es una de las partes más importantes en del proyecto para esto necesitamos saber quiénes serán nuestros proveedores.

c. Superficie, producción a nivel local (Áreas de Cultivo)

Según datos obtenidos del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca MAGAP. En el país hay 3.333 hectáreas de tomate. La producción es de 61.426 toneladas al año. La mayoría de tomateras está ubicada en la provincia de Santa Elena y en los valles de Azuay, Imbabura y Carchi. Se obtiene un rendimiento nacional de 22.60 Tm. /Ha. y específicamente en la provincia de Imbabura sector de Pimampiro zona donde se cultiva el tomate riñón se obtiene un rendimiento de 21.47 Tm. /H

Tabla 35 Tomate Riñón: Superficie, Producción y Rendimiento a nivel Nacional y Provincial 2011

	Superficie sembrada (Ha.)	Superficie cosechada (Ha.)	Producción en fruta fresca (Tm.)	Rendimiento (Tm. /Ha.)
Total Nacional	1.688	1.603	36.221	22,60
Azuay	*	*	68	*
Bolívar	*	*	174	*
Cañar				
Carchi	207	207	12.458	60,18
Cotopaxi	114	114	1.966	17,25
Chimborazo	283	283	5.026	17,76
Guayas	53	53	407	7,68
Imbabura	401	398	8.547	21,47
Loja	50	50	812	16,24
Los Ríos				
Manabí	170	115	1.179	10,25
Morona Santiago				
Pichincha	142	118	861	7,30
Tungurahua	67	66	1.101	16,68
Santa Elena	145	145	3.592	24,77

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario

Elaborado: Yajaira Velasco

d. Cantidad ofrecida y unidad de medida

Para establecer la cantidad ofertada se realizó el cálculo en base a las hectáreas de producción de tomate riñón existente actualmente en la parroquia de Pimampiro, relacionando con el rendimiento tonelada/hectárea que equivale a 21,47 Tn/Ha, en el año 2011, como resultado se obtiene la producción en toneladas.

Tabla 36 Producción de tomate riñón en Pimampiro

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción Promedio Imbabura Tn x Ha	Producción en fruta fresca Total Anual TN.	Producción Anual Kg.	Producción destinada a Exportación TN. (20%)	Envíos Bimestral
2012	38	21,47	816	815.860	163	27

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Yajaira Velasco

3.6.2. FODA

3.6.2.1. Análisis FODA

Tabla 37 OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Excelente calidad del producto✓ Producto con alto contenido nutricional✓ Cercanía con el mercado meta Ipiales Colombia✓ Mano de obra barata✓ Aplicación de buenas prácticas agrícolas✓ Disponibilidad de tierras para cultivo	<ul style="list-style-type: none">✓ Preferencia de productos sanos y nutritivos✓ Posicionamiento la calidad del tomate riñón✓ Creciente demanda por tomate riñón.✓ Reducida competencia

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desconocimiento de los posibles consumidores ✓ Desconocimiento del proceso de exportación ✓ Dificultad de acceso a fuentes de financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad de los precios internacionales ✓ Surgimiento de nuevos productos sustitutos ✓ Caminos y carreteras en mal estado

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado: Yajaira Velasco

3.6.3. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

a. Proyección de la población

La población a la cual está dirigido nuestro producto es Ipiales, para el cálculo de la proyección se tomó como base el índice de crecimiento histórico promedio.

3.6.3.1. Consumo nacional aparente

Para el cálculo del consumo nacional aparente se toma la producción nacional, las importaciones y las exportaciones, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$CA = P + M - X$$

3.6.3.2. Demanda Efectiva

Para el cálculo de demanda efectiva se toma los datos históricos y la proyección se realizó a través de método de regresión lineal simple.

3.6.3.3. Oferta Exportable

La provincia de Imbabura cuenta con 401 hectáreas de cultivo de tomate riñón, para la realización del presente proyecto se tomara el 20% de la producción total y se realizara la exportación de 23 toneladas anuales en un contenedor de 40 pies, equivalente a 27 toneladas.

Tabla 38 Producción de tomate riñón de Pimampiro

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción Promedio Imbabura Tn x Ha	Producción en fruta fresca Total Anual TN.	Producción Anual Kg.	Producción destinada a la Exportación TN. (20%)	Envíos Bimestral
2012	38	21,47	816	815860	163	27
Proyección						
2013	42	21,47	897	897446	179	30
2014	43	21,47	913	913241	183	30
2015	43	21,47	929	929314	186	31
2016	44	21,47	946	945670	189	32
2017	45	21,47	962	962314	192	32

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), ESPAC

Elaborado: Yajaira Velasco

3.6.3.4. Demanda Insatisfecha

Tabla 39 Demanda Insatisfecha

Año	P. N.	M.	X.	CNA.	Población	Consumo Per cápita Anual		Déficit	Población Ipiales 80 %	Déficit Total Kg	Demanda Insatisfecha Tn.	Cobertura del proyecto		
	Tn.	Tn.	Tn.	Tn.		Real Kg.	Recom. Kg.	Kg.				Kg.	Tn.	% Cobert.
2007	72094	3752	211	75.635	43.926.929	1,72	8,6	6,88	91.687					
2008	114992	3338	199	118.130	44.451.147	2,66	8,6	5,94	93.986					
2009	144013	2484	187	146.310	44.978.832	3,25	8,6	5,35	96.314					
2010	74521	3169	137	77.553	45.509.584	1,70	8,6	6,90	98.673					
2011				116.284	46.049.707	2,53	8,6	6,07	101.118					
2012				119.677	46.596.241	2,57	8,6	6,03	103.623	625.015	625	163172	163	0,26
2013				123.070	47.149.261	2,61	8,6	5,99	106.191	636.057	636	179489	179	0,28
2014				126.464	47.708.845	2,65	8,6	5,95	108.822	647.409	647	182648	183	0,28
2015				129.857	48.275.070	2,69	8,6	5,91	111.518	659.059	659	185863	186	0,28
2016				133.250	48.848.015	2,73	8,6	5,87	114.281	671.056	671	189134	189	0,28
2017				136.644	49.427.760	2,76	8,6	5,84	117.113	683.410	683	192463	192	0,28

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Yajaira Velasco

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Entre las conclusiones más relevantes obtenidas del estudio de mercado tenemos:

- Nariño muestra un índice de crecimiento poblacional promedio del 1,95 % anual, que relacionado con el nivel de preferencia de consumo de productos naturales y nutritivos genera una expectativa favorable en cuanto a la presencia de un alto número de nuevos consumidores en el mercado de destino.
- Colombia al ser miembro de la CAN genera un arancel 0% a los productos de los países miembros, en este caso Ecuador, cumpliendo las formalidades en cuanto al certificado de origen en la exportación de tomate riñón.
- Se ha identificado que en Pimampiro existe una oferta estimada para el 2014 de 183 toneladas y con un índice creciente en los años futuros; una demanda insatisfecha de 647 toneladas, considerando por ello que existe suficiente mercado para la puesta en marcha del proyecto.
- Colombia busca como finalidad proteger la salud pública, la seguridad del consumidor y medio ambiente, por ende para la importación de productos Ecuatorianos se han establecido regulaciones contempladas en el artículo 4 del decreto 3761 del ICA, orientados al control del riesgo Fito-sanitario, en consecuencia Ecuador fácilmente cumple con este requerimiento.
- En el estudio se ha llegado a establecer que existe demanda insatisfecha de alrededor de 179 toneladas en el año 2013 y una tendencia creciente para los siguientes años, siendo un dato alentador

para la puesta en marcha del proyecto. De la misma manera se determina que en Pimampiro existe producción suficiente actual y futura del producto que se desea exportar, de la que se ha considerado solo el 20% del total para establecer la oferta exportable.

- La distribución de tomate riñón al mercado Colombiano se la debe de realizar a través de un intermediario mayorista, por vía terrestre, desde Pimampiro cruzando el puente Internacional de Rumichaca, hasta la bodega de almacenaje respectiva en Ipiales-Colombia. El tiempo estimado por viaje es de 6 horas y costo aproximado por vehículo de \$ 500.
- Los productores de tomate riñón desconocen los sistemas de comercialización internacional que les permita llevar su producto en forma óptima captando mejores precios que en el mercado local.
- Los productores de tomate riñón deben aplicar prácticas agrícolas adecuadas e implementar equipos sofisticados, para mejorar los niveles de producción y cosecha con altos estándares de calidad, que les permita obtener una producción estandarizada y pase de una actividad artesanal a una actividad empresarial que brinde un mejor nivel de ingresos y calidad de vida de los involucrados.
- Es importante integrar a los productores de modo que se incremente las hectáreas de cultivo bajo con los mismos estándares de calidad, cumpliendo los requerimientos exigidos por el Gobierno para aprovechar los incentivos económicos existentes a nivel productivo.

4.2 Recomendaciones

Es importante destacar que luego de identificar los puntos fundamentales del estudio de mercado que deben ser observados y aplicados adecuadamente de modo que se logre el fin propuesto; para ello se proponen las siguientes recomendaciones:

- Dar seguimiento constante a la tendencia del consumidor Colombiano en cuanto a su preferencia por productos sanos y nutritivos, de modo que se logre captar a un gran número de la población creciente para convertirlo en un cliente de este proyecto.
- Los productores de Pimampiro deben evaluar sus posibilidades económicas e identificar fuentes de financiamiento para incorporar a su proceso productivo equipos y tecnología para obtener estándares de eficiencia en las condiciones del producto cosechado tal como lo requiere el mercado meta.
- Establecer contactos con organismos Nacionales e Internacionales para apalancar su difusión como proveedores de tomate riñón en la región, impulsando al mismo tiempo la generación de fuentes de empleo, alimentación para sus familias y desarrollo económico de la región.
- Los productores de tomate riñón de Pimampiro a través de los organismos Estatales pertinentes debe obtener programas de capacitación en producción, negociación, comercialización, servicio al cliente, de modo que obtengan un cumulo de conocimientos útiles para mejorar su actividad productiva con rentabilidad y sostenibilidad.
- Deben impulsar este proyecto como alternativa de diversificación de las exportaciones de tomate riñón, satisfaciendo la demanda del mercado meta, generando ingresos económicos y aportando con divisas a la balanza de pagos.

V. PROPUESTA

5.1. TEMA DE LA PROPUESTA

Estudio de factibilidad para la comercialización del tomate riñón desde Pimampiro para atender parte de la demanda requerida por Ipiales Colombia.

5.1.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Esta investigación identifica los niveles de oferta en Pimampiro, las estrategias y canales de comercialización Internacional requeridos para exportar tomate riñón a Colombia, así como los requisitos mínimos a nivel aduanero y el volumen de consumidores estimados en Nariño Colombia como elementos fundamentales para la toma de decisiones en cuanto a la aceptación o no del proyecto de exportación.

El consumidor Colombiano adaptado en sus hábitos el consumo de productos saludables y con tendencia a cuidar un estilo de vida sana, es por ello que en dicho mercado se han introducido productos bajos en calorías aunque sean de mayor costo que los tradicionales, con predominio en el consumo de frutas en lugar de productos procesados.

En este capítulo se desea establecer los requerimientos técnicos, procesos logísticos y recursos financieros necesarios para la comercialización de tomate riñón hacia Ipiales Colombia, obteniendo como resultado determinar si es factible o no dicho proyecto enmarcado en las características del producto, tiempos y costos adecuados para el cliente en el mercado de destino.

5.1.2. JUSTIFICACIÓN

A través del desarrollo del proyecto se ha podido aplicar los conocimientos adquiridos en el aula, destacando de manera especial la creatividad y capacidad en la toma de decisiones ante una situación real relacionada con el sector productivo de tomate riñón en Pimampiro que involucra personas, recursos, procesos, mercados, que luego de un análisis relacional se llega a establecer los requisitos fundamentales para competir en los mercados internacionales.

Los resultados obtenidos de la investigación del mercado Colombiano y los procesos existentes a nivel productivo, comercial, logístico, facilitan desarrollar una metodología de evaluación financiera para la exportación de tomate riñón desde Pimampiro, proporcionando adicionalmente instrumentos de análisis, replica o consulta para un desarrollo propicio de la actividad proyectada en un entorno favorable para el productor como para el cliente, proveyendo además una rentabilidad en favor de las familias involucradas en dicha actividad.

5.2. OBJETIVOS

5.2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de comercialización de tomate riñón desde Pimampiro para atender parte de la demanda requerida por Ipiales Colombia.

5.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar los requerimientos técnicos y logísticos necesarios para la comercialización de tomate riñón al mercado de Ipiales Colombia.
- ✓ Establecer los canales de distribución de tomate riñón que facilite la comercialización internacional desde Pimampiro en la provincia del Carchi.
- ✓ Evaluar económica y financieramente la rentabilidad de comercializar tomate riñón al mercado colombiano desde el cantón Pimampiro.

5.3. ESTUDIO TÉCNICO

5.3.1. Tamaño de la Empresa

El tamaño idóneo para este proyecto se calculó en base a la capacidad disponible de los productores de tomate riñón en Pimampiro.

Tabla 40 Tamaño de la Empresa

Año	Demanda Insatisfecha TN.	OFERTA DEL PROYECTO	
		Kilogramos	Tn.
2012	625	163172	163
2013	636	179489	179
2014	647	182648	183
2015	659	185863	186
2016	671	189134	189
2017	683	192463	192

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

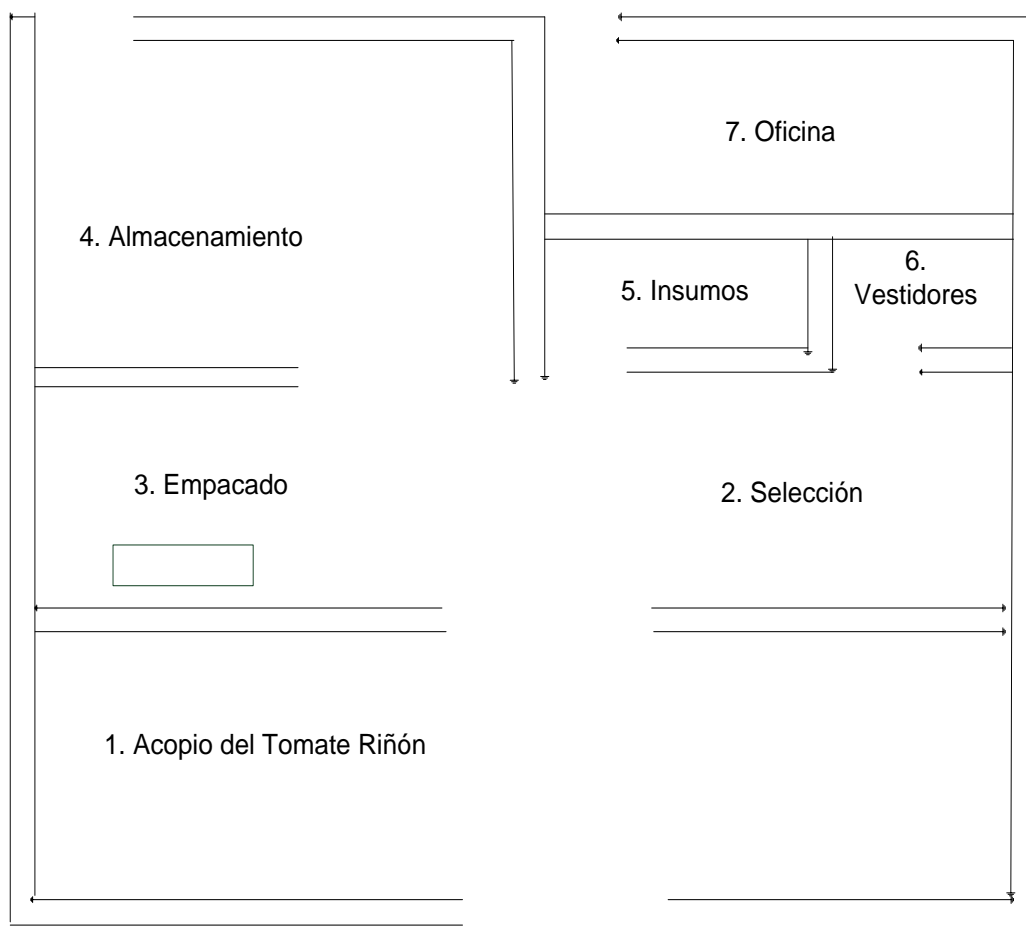
De acuerdo al estudio de mercado se identifica que el 20% de la producción total de tomate riñón existe disponible para realizar el envío hacia el mercado de Ipiales Nariño Colombia.

5.3.2. Requerimiento de espacio físico

El espacio físico requerido se constituye de una planta de producción que se encuentra en la parroquia de Pimampiro y una oficina de comercialización (ubicada en la ciudad de Tulcán como el lugar idóneo debido a la cercanía con el mercado meta).

El espacio total requerido del proyecto es de 215 m², distribuido en 7 áreas.

Gráfico 10 Distribución Física de la Empresa



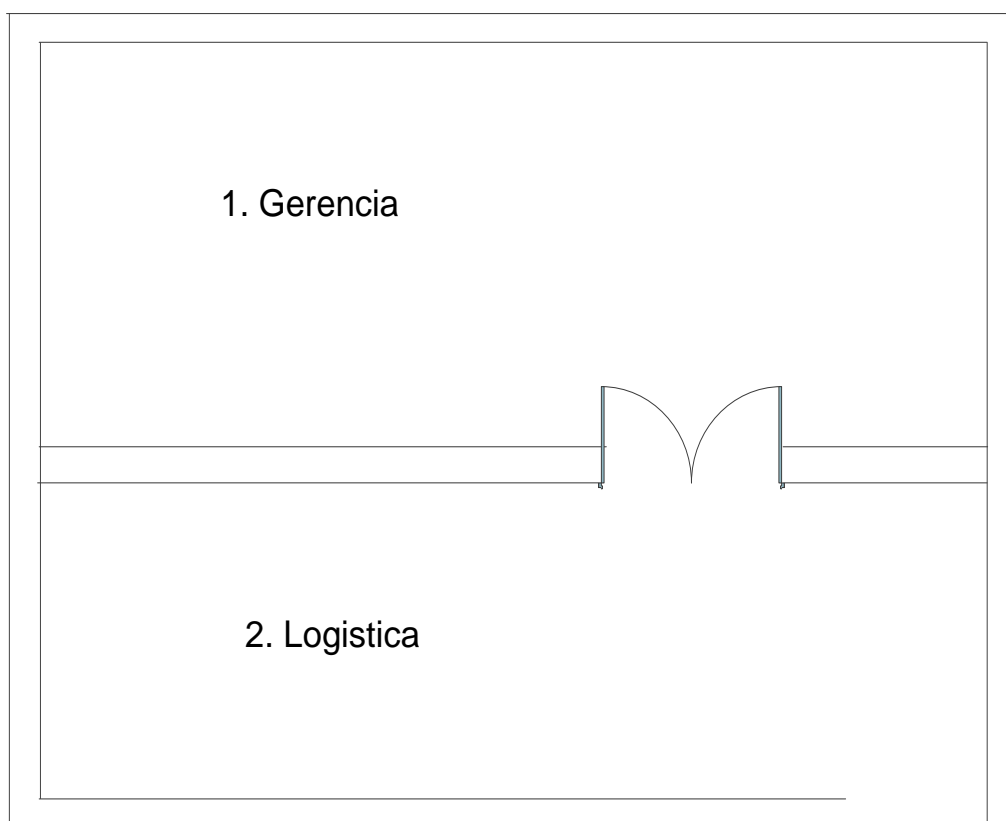
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 41

No.	Actividad	Requerimiento M ²
1	Acopio	50
2	Selección	40
3	Empacado	30
4	Almacenamiento	50
5	Insumos	15
6	Vestidores	15
7	Oficina	15
Total		215

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico 11 Distribución de la oficina de comercialización



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

Tabla 42

No.	Actividad	Requerimiento m²
1	Gerencia	10
2	Logística	10
Total		20

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

5.3.3. Presupuesto de activos fijos

Los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del proyecto se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 43 Activos Fijos

Activos Fijos - Inversión Fija			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Muebles y Enseres			2.060
Escritorio	2	170,00	340
Sillón ejecutivo	2	70,00	140
Sillas	6	200,00	1.200
Archivadores	2	100,00	200
Estantería metálica	1	120,00	120
Teléfono	1	60,00	60
Equipo de Computo			2.420
Computadora	2	850,00	1.700
Impresora	1	500,00	500
Fax	1	220,00	220
Total Activos Fijos - Inversión Fija			4.480

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Yajaira Velasco

5.3.4. Localización de la Empresa

Para la localización del proyecto se identificó el lugar donde actualmente se realiza el proceso productivo (Pimampiro), además se realizó un análisis que permita establecer técnicamente la ubicación de la oficina de comercialización.

5.3.4.1. Macro Localización

El proyecto se localiza en Ecuador, capital Quito, tiene una superficie de 272.045 Km², su población es de 14 millones de habitantes aproximadamente, limita al norte con Colombia, al oeste con el Océano Pacífico, al sur y este con Perú. Su ubicación satelital es latitud y longitud del 2 ° S y 77 °; 30 ° W

Gráfico 12 Localización de la empresa



Fuente: Provincia de Imbabura
Elaborado: Yajaira Velasco

5.3.4.2. Micro Localización

El proyecto se ubica en la provincia de Imbabura, Cantón Pimampiro, a 52 kilómetros al noroeste de Ibarra, la capital provincial, este lugar cuenta con las condiciones óptimas para realizar el proceso productivo y existe la disponibilidad de materias primas e insumos.

El Cantón Pimampiro limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con el cantón Ibarra. La extensión cantonal es de 442,5 km², que significan el 3.8% de la superficie total de la provincia de Imbabura.

Par determinar la ubicación de la oficina en la ciudad de Tulcán se realizó la siguiente evaluación:

Tabla 44 Localización óptima de la empresa

FACTOR ZONA	P.A (%)	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		Calif.	C.P	Calif.	C.P	Calif.	C.P
Cercanía del Mercado Cliente.	40	7	1.8	9	2.5	7	0.7
Costo edificación	15	6	0.9	6	0.9	7	1.1
Vías comunicación	25	8	0.8	7	0.7	8	0.8
Costo insumos	10	8	1.2	8	1.2	8	1.2
Aspectos fiscales	10	7	0.4	7	0.4	7	0.4
TOTAL	100		6.9		7.8		7.6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Yajaira Velasco

Evaluación por puntos

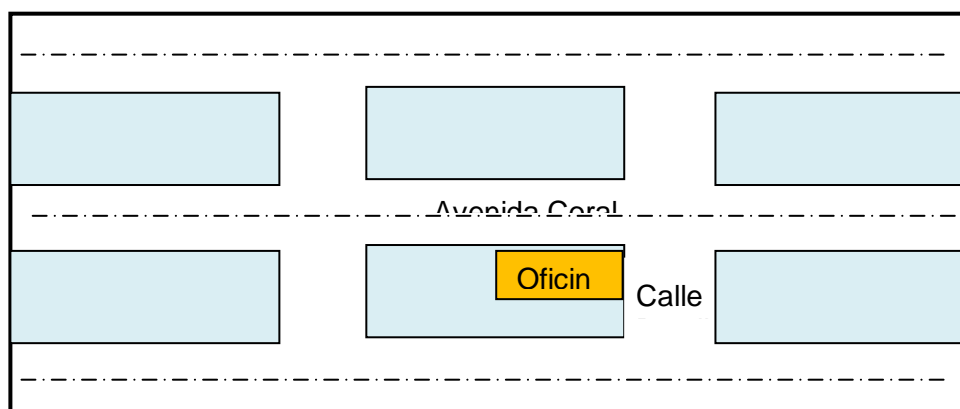
P.A. (%) = Puntuación asignada.

C.P. = Calificación ponderada.

CALIF = Calificación

De acuerdo al método de evaluación por puntos se determina que el lugar idóneo para la instalación de la oficina es el sector centro, ubicado en la avenida Coral y Calderón, debido a que es una zona comercial de la ciudad y además es un lugar estratégico por su cercanía con la ciudad de Ipiales.

Gráfico 13 Localización óptima de la empresa



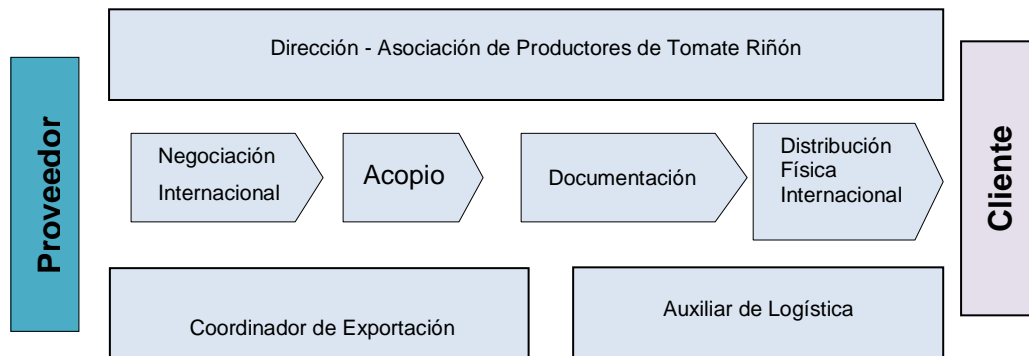
Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Yajaira Velasco

5.3.5. Ingeniería del proyecto

5.3.5.1. Procesos

Gráfico 14 Diagrama de Procesos de la exportación de Tomate Riñón

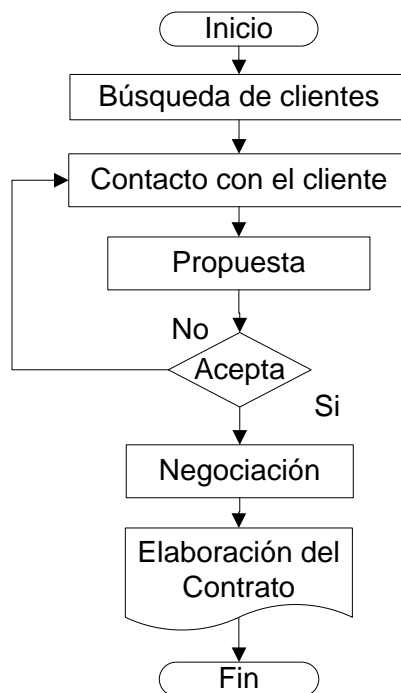


Fuente: Fundamentos ISO 9000

Elaborado: Yajaira Velasco

	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	Código:	NI-001
		Versión:	001
		Páginas:	1-1
Responsable:	Asociación y Gerente		
Objetivo:	Realizar la negociación internacional		
Alcance:	Establecer el contacto con el cliente hasta la elaboración del contrato de compra venta.		
Responsable	1. DETALLE	Documento	
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Búsqueda y prospección de clientes ✓ Realizar el contacto con el cliente ✓ Pre-negociación, demostración del producto. ✓ Negociación de la propuesta ✓ Acuerdo. (cantidad, Incoterms, medio de transporte) ✓ Elaboración del contrato ✓ Seguimiento de la venta 	Internet Correo electrónico	

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Cientes	Cientes contactados/ ventas realizadas	100%	Mensual	Coordinador

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Coordinador	Equipos Informáticos y papelería	Ninguno
REVISADO		APROBADO
Coordinador Exportación		Asociación
		FECHA
		20/06/2013

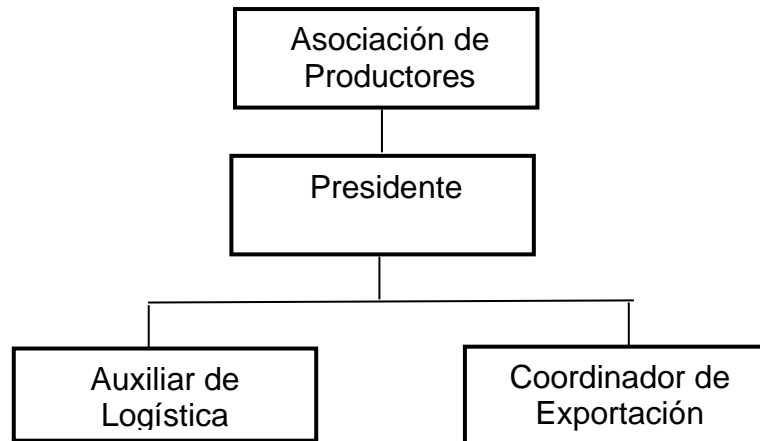
	ACOPIO	Código:	A-001
		Versión:	000
		Páginas:	1-1
Responsable:	Asociación y coordinador de exportación		
Objetivo:	Preparar la mercadería para el envío a Ipiales		
Alcance:	Recolectar seleccionar el tomate riñón de la asociación y preparar para el envío al cliente		
Responsable	1. DETALLE	Documento	
Asociación y coordinador	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer el contacto con los productores de tomate ✓ Formalizar el pedido de la cantidad requerida ✓ Indicaciones del empaque ✓ Elaboración de la factura comercial ✓ Pago a proveedores 	Correo electrónico Teléfono Nota de pedido Factura comercial	
2. FLUJOGRAMA			
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Establecer[Establecer contacto] Establecer --> Productores[Productores de Pimampiro] Productores --> Pedido[Pedido de la cantidad a exportar] Pedido --> Acepta{Acepta} Acepta -- Si --> Pago[Pago al proveedor] Acepta -- No --> Productores Pago --> Fin([Fin]) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO
Acopio	Toneladas recolectadas / Toneladas listas para el envío	5 horas	Mensual
			RESPONSABLE
			Coordinador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO			
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Coordinador exportación	Equipos Informáticos y papelería	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA
Coordinador		Asociación	20/06/2013

	DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN	Código:	DE-001
		Versión:	000
		Páginas:	1-1
Responsable:	Coordinador de exportación y auxiliar de logística		
Objetivo:	Elaborar los documentos de exportación		
Alcance:	Elaboración de los documentos y obtención de los certificados		
Responsable	1. DETALLE	Documento	
Coordinador y auxiliar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar factura comercial ✓ Obtención del certificado de origen y fitosanitario ✓ Contactar al agente de aduana ✓ Contactar la empresa de transporte ✓ Contactar al banco para la realización del giro directo 	Factura comercial Certificado de origen Certificado Fitosanitario Correo, Teléfono Correo electrónico Teléfono	
2. FLUJOGRAMA			
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Elaboración de la factura comercial] A --> B[Obtención de certificado de origen, Fitosanitario] B --> C[Contactar al agente de aduana Contactar la empresa de transporte Contactar al banco] C --> D[Elaboración de Documentos] D --> E{Acepta} E -- No --> D E -- Si --> F[Presentación en aduana] F --> Fin([Fin]) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD
Documentos	Numero de documentos	1 día	Quincenal
			RESPONSABLE
			Auxiliar de logística
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO			
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Coordinador y auxiliar	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA
Coordinador		Asociación	20/06/2013

	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL		Código:	DFI-001
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable:	Coordinador de exportación y auxiliar de logística			
Objetivo:	Realizar la distribución física internacional			
Alcance:	Enviar la mercadería desde el país de origen hasta el país de destino			
Responsable	1. DETALLE		Documento	
Coordinador y auxiliar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cargar la mercadería al medio de transporte ✓ Transporte interno ✓ Trámite de exportación en aduana coordinando con el agente ✓ Manipulación y embarque de la mercadería coordinando con la empresa de transporte ✓ Transporte internacional Tulcán - Ipiales ✓ Manipulación y desembarque de la mercadería en Ipiales 		Factura Comercial Manifiesto de carga Declaración aduanera de exportación Carta porte internacional	
2. FLUJOGRAMA				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
DFI	Despachos programados / despachos realizados	1 día	Quincenal	Coordinador y auxiliar
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Coordinador y auxiliar	Equipos Informáticos y papelería		Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Coordinador		Asociación	20/06/2013	

5.3.6. Organización

Gráfico 15 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Yajaira Velasco

- a. **Coordinador de Exportación.**-Es la persona encargada de toda la programación (documentación, trámite, logística) para llevar la mercadería al lugar convenido.
- b. **Auxiliar de Logística.**- Encargado de realizar el proceso de exportación de tomate riñón.

5.4. PROCESO LOGÍSTICO

Este proceso comprende el traslado del tomate riñón desde el punto de origen, Pimampiro hasta el puerto de destino Ipiales Colombia, cumpliendo con todas las formalidades establecidas.

Los procesos involucrados para el traslado de la mercadería son:

- Procesos realizados en el país de exportación
- Procesos realizados en el tránsito internacional

5.4.1. Datos del Embarque

Para la comercialización de tomate riñón fue necesario identificar de forma detallada el producto, partida arancelaria, unidad comercial, valor comercial, tanto en país del exportador y en el país de destino del importador.

Tabla 45 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Nombre técnico o comercial del producto	Tomate riñón
Posición arancelaria en el país exportador	0702.00.00
Posición arancelaria en el país importador	0702.00.00
Unidad comercial de venta	Cajas
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	10.82

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Investigación de campo

Los datos descritos del embarque corresponden a un envío quincenal de un carro GH de 7 toneladas, se realizarán 24 envíos al año, el término de negociación es FCA.

Tabla 46 INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE

DETALLE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Pimampiro
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Ipiales
Nº de unidades comerciales por embarque	309
Valor inicial del embarque (EXW)	3343
Tipo de embalaje	cajas
Tipo de unidad de carga	Vehículos
Nº total de embalajes	309
Nº total de unidades de carga	1

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Investigación de campo

Se identificó las formas de pago, tipos de cambio, tasas de interés en el Ecuador y Colombia que pueden influir de manera directa en la realización del proyecto.

Tabla 47 INFORMACIÓN ADICIONAL

INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	FOB
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1,00
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,17%
TASA PROMEDIO DE INFLACIÓN ANUAL	4,44%
INFLACIÓN ANUAL PAÍS DE DESTINO	3,20%

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Investigación de Mercado

5.4.2. Cálculo del cubicaje

Para este cálculo se tomó como base las medidas de largo alto y ancho de la caja de cartón de 22 kg y del vehículo, tipo GH de 7 toneladas.

Tabla 48 CALCULO DEL CUBICAJE

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE Cajas	UNIDAD DE CARGA	estimación del espacio
Nº de unidades	22	360	
Largo mts	0,60	5,00	8
Alto mts	0,30	1,50	5
Ancho mts	0,25	2,40	9
Volumen total del embarque m3	0,045	18	400,00
Peso por unidad kg	23	8280	360
Peso total del embarque ton	0,023	8,280	360

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico

El número de vehículos a utilizar para los envíos de los siguientes años corresponde a un camión de 7 Toneladas.

Tabla 49 PROYECCIÓN DE VENTAS

Datos	2013	2014	2015	2016	2017
Oferta exportable	179	183	186	189	192
Demanda insatisfecha	636	647	659	671	683
% de cobertura de la demanda	28,22%	28,21%	28,20%	28,18%	28,16%
Frecuencia de envío	Quincenal	Quincenal	Quincenal	Quincenal	Quincenal
Número de envíos al año	24	24	24	24	24
Tamaño del embarque	7	8	8	8	8
Nº de empaques / embalajes	340	346	352	358	365
Nº de vehículos 5 tn	1	1	1	1	1
Estimación de ventas según embalajes por envío	340	346	352	358	365
Estimación de ventas según unidad comercial (envases) por envío	8.160	8.304	8.448	8.592	8.760
Estimación de ventas según unidad comercial	180	183	186	189	193

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.3. Empaque

El empaque más idóneo para la comercialización del café son los sacos de yute que cumplen con la normativa del mercado español que contendrán 45 kilogramos cada uno.

Tabla 50 EMPAQUE/ EMBALAJE / MARCADO

<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario usd</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo total USD</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>RR.HH</i>	<i>Costo X Trabajador</i>	<i>Costo de mano de obra</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cajas	0,60	309,00	185,40	0,5	4	10	20	205,40
TOTALES								205,40

Elaborado: Yajaira Velasco.

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.4. Manipuleo en el local del exportador

Corresponde al manipuleo de las cajas del tomate al medio de transporte para posterior trasladado al lugar de destino.

Tabla 51 MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR

<i>Descripción</i>	<i>Costo por vehículo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo total días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de los sacos al vehículo 7 TN	40	1	0	0	40
TOTALES				0,00	40

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.5. Documentación

Para cumplir con el proceso de exportación en aduana se debe de obtener los siguientes documentos;

Tabla 52 DOCUMENTACIÓN

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario USD</i>	<i>Cantidad</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Certificado de Origen	12,50	1		2	0,25	12,50
Certificados Fitosanitario	14,00	1		1	0,13	14,00
Otros	10	1		0,5	0,06	10,00
TOTALES				8,5	1,06	36,50

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.6. Transporte interno

El transporte interno estará a cargo del exportador quien con la contratación del transporte habilitado llevará la mercadería desde Pimampiro hasta Ipiales.

Tabla 53 TRANSPORTE INTERNO

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario por vehículo</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
flete interno vehículos 7 TN	180	1	0,25	180
TOTALES			0,25	180

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.7. Manipuleo Embarque

En este proyecto el traslado Internacional no requiere de cargue y descargue se lo realiza en el mismo vehículo, hasta las bodegas de Ipiales (para temas de cálculo se desglosó el valor que aparece en la siguiente tabla).

Tabla 54 MANIPULEO DE EMBARQUE

<i>Descripción</i>	<i>Costo por EMBARQUE</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de las cajas al Transporte Internacional	40	1	2	0,08	40
TOTALES				0,08	40

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.8. Agentes

Es necesaria la contratación del Agente de Aduana, para elaborar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) y su posterior envío electrónica través sistema informático ECUAPASS y presentación física ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA E.

Paralelamente se coordina con la empresa habilitada para la elaboración de los documentos de transporte, conocimiento de Embarque o Bill of Lading B/L, para el despacho de la mercadería.

Tabla 55 AGENTES

<i>Descripción</i>	<i>HONORARIOS PROFESIONALES</i>	<i>RR.HH. DE LA EMPRESA</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Agente de aduana	164		3	0,38	164
TOTALES			5,5	0,69	164

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.9. Bancarios (Costos Indirectos País de Exportación)

El cobro de la mercancía se realizará a través del giro directo, emitida por una institución de pago de divisas Internacionales como es Western Unión.

Tabla 56 COSTOS BANCARIOS

<i>Descripción</i>	<i>VALOR FCA</i>	<i>Tasa del banco</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo de contratación en Días</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
COSTO CARTA DE CRÉDITO	3.382,80	2%	0,00	0	67,66

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.10. Capital e inventario país de origen

El cálculo del capital e inventario se toma en cuenta el valor del incoterm FCA y la Tasa de Interés Pasiva anual otorgada por el Banco Central del Ecuador que es del 8,17 %

Tabla 57 CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN

<i>Descripción</i>	<i>Base de cálculo = FCA + gastos</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>año comercial</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
Costo de oportunidad.	3.870,95	8,17%	1,52	360	1,34

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

a. Total Costo - Tiempo de la distribución física internacional país exportador

Permite realizar un análisis de costos directos e indirectos y tiempos totales incurridos en el país del exportador y se obtuvo como resultado un valor de 1680,88 Usd, en un tiempo de 3,33 días requeridos para que la mercadería esté lista para él envío a Colombia, y un valor FOB de 11.409,69 Usd.

Tabla 58 COSTOS DIRECTOS PAÍS EXPORTACIÓN

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Embalaje	205,40	0,50
Transporte interno	180,00	0,25
Manipuleo Embarque	40,00	0,08
Agentes	164,00	0,69
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Capital e inventario país de origen	1,34	1,52
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	734,89	1,52
VALOR Ex Work	3.342,80	0,50
VALOR FCA	3.382,80	0,58
VALOR FOB	3.872,29	1,52

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.4.11. Flete Internacional (Costos directos en el Tránsito Internacional)

En este proyecto el traslado Internacional no requiere de cargue y descargue se lo realiza en el mismo vehículo, hasta las bodegas de Ipiales (para temas de cálculo se desglosó el valor que aparece en la siguiente tabla).

Tabla 59 FLETE INTERNACIONAL

<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por embarque</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Flete interno vehículos 7 TN	180	1	1	180
TOTALS			1	180

Elaborado: Yajaira Velasco
Fuente: Estudio Logístico.

a. Total Costo – Tiempo de la distribución física internacional en el tránsito internacional

Se realizó el análisis de los costos directos e indirectos y el tiempo requerido para el tránsito internacional y se obtuvo como resultado que el valor DAT haciende a 4.052.29 Usd en un tiempo requerido de 2.77 días.

Tabla 60 ANÁLISIS DE COSTOS TRANSITO

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	180,00	1,00
VALOR CFR	4052,29	2,52
SEGURO INTERNACIONAL	0,00	0,13
VALOR CIF	4052,29	2,65
MANIPULEO DESEMBARQUE	0,00	0,13
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	0,00	1,25
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	180,00	1,25
VALOR DAT	4052,29	2,77

a. Precio de Venta

En base a los costos en término FCA, el tiempo total requerido en el país importador es 5,21 días y el precio de venta en Ipiales incluido utilidad del 5% corresponde a 13.77 usd.

Tabla 61 ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR

COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	0,00	1,00
Documentación	0,00	0,50
Agentes	0,00	0,94
VALOR FCA	4052,29	5,21
Precio (c/u) en país de destino	13,11	
MARGEN DE VENTAS	0,7	
PRECIO DE VENTA	13,77	

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Logístico.

5.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.5.1. Inversión Inicial

Tabla 62 Activos Fijos

Concepto	Total
Muebles y Enseres	2.060
Escritorio	340
Sillón ejecutivo	140
Sillas	1.200
Archivadores	200
Estantería metálica	120
Teléfono	60
Equipo de Computo	2.420
Computadora	1.700
Impresora	500
Fax	220
Total Activos Fijos - Inversión Fija	4.480

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Para este proyecto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para la exportación de tomate.

El capital de operación corresponde a los costos de producción, gastos administrativos y de exportación desde la compra de los insumos, su traslado hasta el cobro de la venta realizada, con una duración de 7 días (el valor total anual calculado proporcionalmente).

Tabla 63 CAPITAL DE OPERACIÓN

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	63.778
Gastos Administrativos	16.450
Gastos de Exportación	25.668
Total Costo Anual	105.895
Total Costo Diario	294
Ciclo de caja	7
Capital de Operación	2.059

Elaborado: Yajaira Velasco
Fuente: Estudio Financiero.

Los gastos de constitución corresponden aquellos rubros que se ejecutan antes del funcionamiento del negocio y que son necesarios para su puesta en marcha.

Tabla 64 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Concepto	2012
Investigación	1.000
Diseños	400
Abogado	500
Permisos	500
Token	100
Total Gastos de Constitución	2.500

Elaborado: Yajaira Velasco
Fuente: Estudio Financiero.

Se establece entonces que la inversión inicial total corresponde a 9.039 usd e incluye la inversión en activos fijos, capital de operación y gastos de constitución.

Tabla 65 INVERSIÓN INICIAL

Concepto	Valor
Inversión Fija	4.480
Capital de Operación	2.059
Gastos de Constitución	2.500
Total Inversión Inicial	9.039

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Tabla 66 ESTRUCTURA DE CAPITAL - CON FINANCIAMIENTO

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	6.327
Capital Ajeno	30%	2.712
Total	100%	9.039

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

La inversión está compuesta por una proporción 70% de capital propio y un 30% de capital ajeno (financiados a través del Banco de Fomento a una tasa de interés del 11,20%, cuotas de \$ 239.92 y un plazo de 12 meses).

5.5.2. Proyección de Costos y Gastos

Con los datos calculados en los gastos de operación se procede a realizar la proyección en los siguientes 5 años, considerando como criterio para los variables el volumen de producción y para los fijos el índice de inflación promedio de 4.44% anual, tabla 65 a 67.

Tabla 67 PROYECCIÓN COSTOS DE PRODUCCIÓN

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima	68.177	69.380	70.583	71.786	73.190
Tomate	68.177	69.380	70.583	71.786	73.190
Costos Indirectos de Fabricación:	5.615	5.958	6.321	6.704	7.127
Embalajes	5.615	5.958	6.321	6.704	7.127
Total Costo de Producción	73.791	75.338	76.904	78.490	80.316

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Tabla 68 PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	15.077	16.638	18.362	20.263	22.362
Servicios Básicos	501	524	547	571	596
Suministros de Oficina	501	524	547	571	596
Suministros de Limpieza	251	262	273	286	298
Arriendo	2.506	2.618	2.734	2.855	2.982
Depreciaciones	1.013	1.013	1.013	1.048	1.048
Amortizaciones	500	500	500	500	500
Total Gastos Administrativos	20.349	22.078	23.975	26.095	28.383

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Tabla 69 PROYECCIÓN GASTOS DE EXPORTACIÓN (VENTAS)

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Manipuleo en el local de exportador	1.003	1.047	1.094	1.142	1.193
Documentación	915	998	1.137	1.352	1.680
Transporte interno	4.512	4.712	4.921	5.139	5.367
Manipuleo de embarque	1.003	1.047	1.094	1.142	1.193
Agentes	4.111	4.484	5.107	6.076	7.549
Costos bancarios	1.903	1.969	2.039	2.115	2.198
Capital e inventario - país de origen	37	39	40	42	44
Flete internacional	4.512	4.712	4.921	5.139	5.367
Total Gastos de Exportación (Ventas)	17.994	19.00	20.35	22.14	24.59

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

5.5.3. Estados Financieros

5.5.3.1. Balance General

Es aquel que permite conocer la situación actual de la empresa que corresponde a los activos, pasivos y capital realizado con financiamiento y sin financiamiento.

Tabla 70 BALANCE GENERAL

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	2.059	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	2.059	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
		Préstamos Bancarios	2.712
		Total Pasivos Largo Plazo	2.712
Muebles y Enseres	2.060		
Equipo de Computo	2.420	Total Pasivos	2.712
Total Activos Fijos	4.480		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de			
Constitución	2.500	Capital Social	6.327
Total Activos Diferidos	2.500	Total Patrimonio	6.327
Total Activos	9.039	Total Pasivo + Patrimonio	9.039

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

5.5.3.2. Estado de Resultados

Este informe resume las operaciones del negocio en cuanto a ingresos, costos y gastos, así mismo la determinación del impuesto a la renta para establecer la utilizada neta, que para el caso en cada año es positivo.

Tabla 71 Estado de Resultados - Con Financiamiento

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	117.917	122.083	126.757	133.069	139.955
Cantidad	8.160	8.304	8.448	8.592	8.760
Precio por caja de 23 kg	14,45	14,70	15,00	15,49	15,98
- Costo de Ventas	73.791	75.338	76.904	78.490	80.316
Utilidad Bruta en Ventas	44.126	46.746	49.854	54.579	59.639
- Gastos Operacionales	38.343	41.085	44.328	48.242	52.975
Gastos Administrativos	20.349	22.078	23.975	26.095	28.383
Gastos de Exportación	17.994	19.007	20.353	22.147	24.591
Utilidad Operacional	5.782	5.661	5.526	6.337	6.665
- Gastos Financieros	167	0	0	0	0
Interés Bancario	167				
U.A.T.I	5.615	5.813	6.036	6.337	6.665
- 15% Particip. Trabajadores	842	872	905	950	1.000
Utilidad Antes de Impuestos	4.773	4.941	5.131	5.386	5.665
- 22% Impuesto a la Renta	1.050	1.087	1.129	1.185	1.246
Utilidad Neta	3.723	3.854	4.002	4.201	4.419

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

5.5.4. Flujos de Efectivo, VAN, TIR

Luego de establecer la utilidad anual, determinamos las entradas y salidas de efectivo para establecer los flujos netos por cada año y consecuentemente calcular el VAN, TIR, Periodo de Recuperación, Costo Beneficio, indispensables en la evaluación de factibilidad económica del proyecto.

Tabla 72 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta	3.723	3.854	4.002	4.201	4.419
+ Depreciaciones	1.013	1.013	1.013	1.048	1.048
+ Amortizaciones	500	500	500	500	500
Liquidación del Proyecto					1.872
Recuperación Capital Operación					2.059
Total Entradas	5.235	5.367	5.515	5.750	9.899
Salidas de Efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial					
Amortización de la Deuda	2.712				
Reposición de Activos			2.527		
Total Salidas	2.712	0	2.527	0	0
=Flujo de efectivo Neto	2.524	5.367	2.987	5.750	9.899

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Además de los flujos de efectivo es necesario determinar el costo promedio de capital o tasa de descuento con la que se actualizarán los flujos de efectivo obtenidos y que nos permita traer a valor presente los valores estimados y por ende que sean comparables con la inversión inicial. Dicho valor se constituye por la composición de la estructura de capital multiplicado por el costo de cada fuente de financiamiento, obteniendo una tasa promedio del 9.08%.

Tabla 73 Costo de Capital Promedio Ponderado

Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	70%	8,17%	5,72%
Ajenos	30%	11,20%	3,36%
Total	100%		9,08%

Elaborado: Yajaira Velasco

Fuente: Estudio Financiero.

Realizando el procedimiento respectivo de cálculo para cada indicador, obtenemos un VAN positivo de 10.558, lo que lleva a la decisión de aceptar el proyecto, una TIR de 39.61%, rentabilidad propia de este proyecto y al ser mayor a la tasa de descuento o costo promedio de capital se acepta el proyecto; el Periodo de Recuperación corresponde a 2.38 años, que en términos de inversión nos establece que la recuperación será en la mitad de la vida útil del proyecto; finalmente se obtiene una relación Costo/Beneficio de 2.17, representando que por cada dólar invertido recuperamos más de 2 dólares, siendo un indicador igual favorable para este proyecto.

Tabla 74 VAN, TIR, PR, C/B

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 9.039,07	1,0	- 9.039,07
1	2.523,75	0,9168	2.313,69
2	5.367,01	0,8405	4.510,77
3	2.987,19	0,7705	2.301,65
4	5.749,62	0,7064	4.061,39
5	9.898,58	0,6476	6.410,14
		VAN	10.558,57
		TIR	39,61%
		Periodo Recuperación	2,38
		Costo /Beneficio	2,17

5.5.5. Punto de Equilibrio

En este apartado se procede al cálculo del número de unidades mínimas que se deben vender para no perder. Se identifica además el cálculo del precio por producto en el país de destino, determinándose que la cantidad requerida para producir es inferior a la venta planificada, por lo que el proyecto es factible. Al mismo tiempo el precio calculado es inferior al precio en el mercado de destino con lo que se podría afirmar que es competitivo.

Tabla 75 PUNTO EQUILIBRIO

AÑOS	Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Var	Fijos	Var	Fijos	Var	Fijos	Var	Fijos	Var
Costos y Gastos Totales	20.517	91.785	21.925	94.345	23.465	97.256	26.095	100.637	28.383	104.908
Unidades vendidas	8.160		8.304		8.448		8.592		8.760	
Costos y Gastos Unitarios	2,51	11,25	2,64	11,36	2,78	11,51	3,04	11,71	3,24	11,98
Total Costos y Gastos Unitarios	13,76		14,00		14,29		14,75		15,22	
% Utilidad	5%		5%		5%		5%		5%	
Precio de venta Unitario	14,45		14,70		15,00		15,49		15,98	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	6.407		6.564		6.720		6.913		7.094	

Elaborado: Yajaira Velasco
Fuente: Estudio Financiero.

5.5.6 Estrategias de Comercialización

Las empresas o asociaciones que producen tomate riñón en nuestro país carecen de una eficiente comercialización del producto, dejando gran parte de la utilidad a los intermediarios quienes se encargan de la comercialización del fuera de los mercados locales, por tanto los beneficios que tienen los productores son mínimos, cubriendo los costos de producción y obteniendo solo un porcentaje de utilidad bajo, lo que ha conllevado en muchas ocasiones a la inestabilidad del mercado; por ello se ha visto la necesidad de establecer estrategias de comercialización que permitan a las asociaciones de productores de tomate riñón de Pimampiro manejar el mercado local e internacional, obteniendo mayores beneficios por su producto, evitando el trabajo con los intermediarios.

Para la comercialización del producto se establecerán estrategias de mercadotecnia que abarca 4 variables del marketing: producto, precio, plaza, promoción; puesto que para cada una de ellas es necesario diseñar estrategias que le permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.

5.5.7. Precio

“El precio se define como: la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, pág. 353)

Para establecer una adecuada estrategia de precios será necesario que la empresa realice un análisis de los precios de del producto que actualmente se comercializan el mercado, de manera que pueda tomar precios referenciales y a su vez, considerando los costos de producción propios de la empresa, pueda establecer su margen de utilidad.

Sin embargo, cabe establecer que el precio que manejan los productores de tomate riñón oscila en 8 dólares por caja.

Por otro lado, se puede considerar que al tratarse de productos agrícolas, cuyo precio es muy sensible a las variaciones de la inflación, éstos son muy fluctuantes y pueden variar de acuerdo a la temporada estacionaria.

Ahora bien tomando en cuenta el precio que se maneja, se establecerá estrategias para posicionar el producto:

- Se mantendrán estructurados los costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.
- Los precios serán competitivos de acuerdo al mercado, para tener un mayor posicionamiento en el mismo.
- Precios serán accesibles para el mercado colombiano al que se exportará.

- Se ofrecerá un plazo de pago determinado según las relaciones comerciales que se tenga con la industria importadora.
- Se podrán manejar diferentes precios según las toneladas a ser exportadas si las industrias fueran diferentes.

5.5.8. Producto

“En términos generales, el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue”.(Thompson, 2006).

Pimampiro es conocido como la ciudad del tomate, porque el producto que ofrece es de excelente calidad y su color es rojo brillante.

El producto será exportado en gavetas de plástico y dimensiones fijas, sin ser llenadas excesivamente para evitar el daño del producto.

Una buena clasificación y presentación del producto favorece la comercialización, obteniéndose mejores precios y un mayor prestigio para el productor. El proceso de clasificación se realiza considerando el tamaño del fruto y sus condiciones físicas.

5.5.9. Plaza

Las estrategias de distribución incluyen todas aquellas estrategias que se enfocan en la colocación adecuada del producto en los puntos de venta. Para esto se pueden optar por diversas estrategias:

- Estrategia de distribución intensiva: aquella que supone la distribución de un producto a tanto puntos de venta como sea posible.

- Estrategia de distribución selectiva: la que segmenta a los minoristas que cumplen ciertos criterios exigidos por la empresa.
- Estrategia de distribución exclusiva: en este caso, se escogen determinados puntos de venta y se les otorga la exclusividad del producto.

Aunque las estrategias de distribución exclusiva y selectiva se parecen, la diferencia radica en que en la distribución selectiva un minorista puede acceder al producto si cumple con los requerimientos, mientras que en la exclusiva es la empresa quien realiza el convenio con determinados puntos de venta, sin permitir que ningún otro minorista distribuya su producto.

En el caso del presente proyecto se busca que el producto llegue al mayor número de clientes posibles, por lo que se utilizará la estrategia de distribución intensiva en relación al consumidor final, adicionalmente se debe considerar que la empresa entregará el producto al mayorista en puerto, quien se encargará de la distribución a los puntos de venta y clientes a los que haya ofrecido y vendido el producto.

Adicionalmente a estas estrategias se pueden mencionar las estrategias pull y push:

- La estrategia push se basa en ofrecer un elevado margen de beneficio a los distribuidores para que estos trabajen con más esfuerzo la promoción y venta del producto.
- La estrategia pull requiere una gran inversión en publicidad para generar una demanda que provoque en los distribuidores el deseo de vender el producto para satisfacer a sus clientes.

Se utilizará la estrategia *push*; pues, los márgenes de beneficio que se otorgarán a los distribuidores permitirán a estos obtener una buena rentabilidad sobre el producto, mientras que la promoción y publicidad se limitará a material en sitio de venta, redes sociales, entre otros.

La comercialización se la realizará mediante contacto vía telefónica o internet con empresas que deseen distribuir la hortaliza.

5.5.10. Promoción y Publicidad

La promoción se enfocará en difundir la actividad de la asociación para que el cliente potencial tenga conocimiento de la misma, para lo cual se plantea el envío de material informativo vía Courier a las principales empresas distribuidoras. En principio además, se estima la posibilidad de plantear acuerdos comerciales de pago a crédito de 30 días, lo que serviría para atraer al cliente y generar una relación comercial de confianza.

La promoción y la publicidad consisten entonces, principalmente en medios directos con cartas o propuestas a los diversos distribuidores mayoristas de verdura.

Otra estrategia a utilizarse para la promoción y publicidad de la actividad de la empresa es la de implementar una página web que servirá como portal de promoción y contactos a nivel local e internacional.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFIA

Arjona, M. (1999). Dirección Estratégica: Un enfoque práctico. Ediciones Díaz de Santos.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*, 6ª Edición. Edición. México. McGraw-Hill.

BARRENO, L. (2010). *Manual de Formulación y Evaluación de proyectos*. Ediciones Legales

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.

El comercio (2008). *El tomate de sello verde es de Pimampiro* en <http://www.elcomercio.com>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2012) *El Ecuador* en <http://www.eclac.org/publicaciones>.

El espectador.com (2012) *Colombia con el menor "Riesgo País"* <http://www.elsepectador.com>.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. (2013), *Población de Colombia* en <http://noticiasimpacto.bligoo.com>.

Fondo Monetario Internacional FMI. (2013) *Políticas sólidas y programa de reforma impulsan el crecimiento dinámico* en <http://www.boletindelFMI.com>

Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización INEN. (2010) *Hortalizas frescas. Tomate riñón* en <https://law.resource.org/pub/ec>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia [MINTIC] (2012) *Población de Colombia por Departamentos* en <http://noticiasimpacto.bligoo.com.co>

Norma Técnica del Tomate (1995) ICOTEC, en <http://tienda.icotec.org/brief/NTC1103-2.pdf>

PROECUADOR, (2011), *Informe de primer nivel*, en <http://www.proecuador.gob.ec/>

Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario. (2010), *Cálculos "Corporación Colombia Internacional - CCI"* en <http://www.cci.org.co>.

PRO-ECUADOR. (2010). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones* en <http://www.proecuador.gob.ec>

JARAMILLO, J. (2009). *El cultivo de las crucíferas*. Colombia: CORPOICA.

Jintao, H. (2012). *Población canadiense* en <http://spanish.peopledaily.com>.

KLOTTER, P. (2009). *Fundamentos de Marketing*. Cuarta edición Limusa

ANEXOS

Anexo 1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción Promedio Imbabura Tn x Ha	Producción en fruta fresca Total Anual TN.	Producción Anual Kg.	Producción destinada a la Exportación TN. (20%)	Envíos Bimestral
2012	38	21,47	816	815860	163	27
2013	42	21,47	897	897446	179	30
2014	43	21,47	913	913241	183	30
2015	43	21,47	929	929314	186	31
2016	44	21,47	946	945670	189	32
2017	45	21,47	962	962314	192	32

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), ESPAC

Para proyectar la oferta se consideró las hectáreas cosechadas actualmente en un número de 38 Ha y con un índice de crecimiento técnico del 10%.

Anexo 2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Monto	2.712
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	12
Cuota	239,92

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				2.712
1	214,61	25,31	239,92	2.497
2	216,61	23,31	239,92	2.280
3	218,63	21,28	239,92	2.062
4	220,68	19,24	239,92	1.841
5	222,74	17,18	239,92	1.618
6	224,81	15,11	239,92	1.394
7	226,91	13,01	239,92	1.167
8	229,03	10,89	239,92	938
9	231,17	8,75	239,92	707
10	233,33	6,59	239,92	473
11	235,50	4,42	239,92	238
12	237,70	2,22	239,92	0

Elaborado: Yajaira Velasco

Anexo 3 CÁLCULO DEL ROL DE PAGOS

Año	S.B.U.	Crecimiento
2006	160	
2007	170	0,063
2008	200	0,176
2009	218	0,090
2010	240	0,101
2011	264	0,100
2012	292	0,106
2013	318	0,089
Promedio		0,104

Año	Base 10º cuarto
2012	292
2013	292
2014	351
2015	387
2016	427
2017	472

Base Cálculo IESS	
9,35%	12,15%

Elaborado: Yajaira Velasco

ROL DE PAGOS

Año 2013	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	552	552	6.621	318	552	276	552	619	805	9.123
Secretaria	1	353	353	4.238	318	353	177	353	396	515	5.953
PRODUCCIÓN	2	905	905	10.859	636	905	452	905	1.015	1.319	15.077

Año 2014	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	609	609	7.307	351	609	304	609	683	888	10.068
Secretaria	1	390	390	4.677	351	390	195	390	437	568	6.570
PRODUCCIÓN	2	999	999	11.984	702	999	499	999	1.120	1.456	16.638

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	672	672	8.064	387	672	336	672	754	980	11.111
Secretaria	1	430	430	5.161	387	430	215	430	483	627	7.251
PRODUCCIÓN	2	1.102	1.102	13.225	775	1.102	551	1.102	1.237	1.607	18.362

Elaborado: Yajaira Velasco

Anexo 4 Cálculo de las Depreciaciones

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2060
1	206	0,10	1854
2	206	0,10	1648
3	206	0,10	1442
4	206	0,10	1236
5	206	0,10	1030
6	206	0,10	824
7	206	0,10	618
8	206	0,10	412
9	206	0,10	206
10	206	0,10	0

Elaborado: Yajaira Velasco

Anexo 5 DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2420
1	807	0,33	1613
2	807	0,33	807
3	807	0,33	0

Elaborado: Yajaira Velasco

Anexo 6 DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2527
1	842	0,33	1685
2	842	0,33	842
3	842	0,33	0

Elaborado: Yajaira Velasco

Anexo 7 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2500
1	500	0,20	2000
2	500	0,20	1500
3	500	0,20	1000
4	500	0,20	500
5	500	0,20	0

Elaborado: Yajaira Velasco

ANEXOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

Anexo 8 TRANSPALETA MANUAL



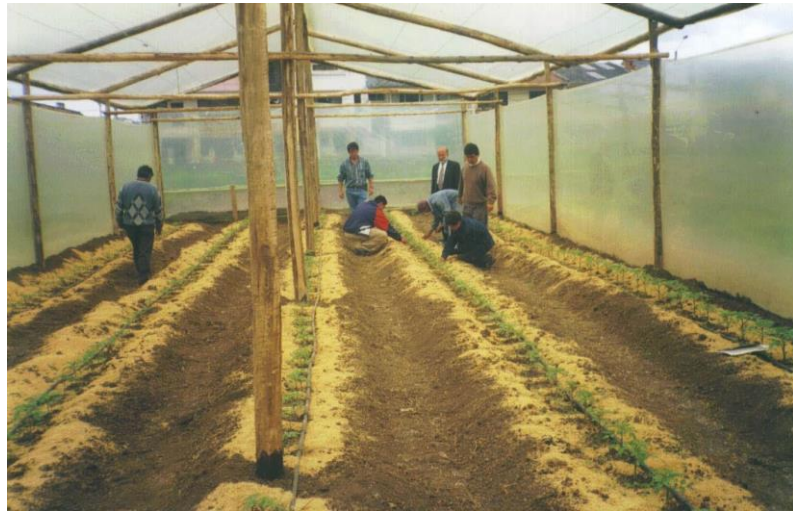
Anexo 9 APILADOR MANUAL



Anexo 10 MESA DE TRABAJO



Anexo 11 PREPARACIÓN DEL TERRENO



Fuente: Imagen de google

Anexo 12 PLANTA DE TOMATE



Fuente: Imagen de google

Anexo 13 TOMATES EN ESTADO DE MADURACIÓN



Fuente: Imagen de google

Anexo 14 TOMATES APTOS PARA EL CONSUMO EN FRESCO



Fuente: Imagen de google

Anexo 15 ENTREVISTA

Objetivo de la entrevista: Conocer la demanda que tiene el Tomate Riñón, hacia Ipiales – Colombia

Entrevistado: Dr. Hernán Álvarez, Director de La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – (*Agrocalidad- Carchi*)

Preguntas:

- 1.- ¿Cree usted Pimampiro es un buen ofertante de tomate riñón?
- 2.- ¿Por qué cree que la oferta de tomate riñón producido en Pimampiro, no se lo comercializa constantemente a Colombia?
- 3.- ¿Las cifras de exportación de tomate riñón obtenidas en el año 2012 de Ecuador a Colombia son acordes a la producción que se realiza?
- 4.- ¿Cuál cree que sea el motivo por el que los productores de tomate riñón producido en Pimampiro comercialicen su producto de manera ilegal?

Anexo 16 ENTREVISTA AGRICULTORES

Objetivo de la entrevista: Conocer la producción existente y la oferta de Tomate Riñón en Pimampiro

Entrevistados: Sres. Moisés Villota y Danilo Vásquez, Representantes de los productores de Pimampiro

Preguntas:

- 1.- ¿Por qué creen ustedes que los productores teniendo una buena producción no han ofertado su producto al mercado de Ipiales Colombia?
- 2.- ¿Por qué comercializan su producto a través de intermediarios?
- 3.- ¿Por qué motivo el precio del Tomate Riñón es variante?

Anexo 17 ARTÍCULO CIENTÍFICO

Comercialización del tomate riñón, producido en el Cantón Pimampiro y la demanda de la ciudad de Ipiales-Colombia
Yajaira Elizabeth Velasco Portilla
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán - Ecuador
yavel81@hotmail.com

RESUMEN

La investigación presenta el estudio de la demanda de tomate riñón en Ipiales y las estrategias que se van a utilizar para comercializar el producto al mercado; se lo plantea como una alternativa para que los productores de Pimampiro, provincia del Carchi, puedan ofrecer su producto directamente a los proveedores sin tener que utilizar intermediarios, y mejorando así su nivel de ingreso y calidad de vida. El tomate riñón posee nutrientes necesarios para un normal funcionamiento del organismo, utilizado como ingrediente de sopas, ensaladas a la hora de elaboración de alimentos y en los países desarrollados en pastas.. El objetivo es Determinar la demanda de tomate riñón en Ipiales – Colombia para su comercialización desde el cantón Pimampiro, Provincia del Carchi, para ello es necesario conocer la demanda potencial, características del consumidor, requisitos de acceso, factibilidad económica y financiera.



Se realizó un estudio de mercado investigando a los productores de tomate riñón en Pimampiro utilizando fuentes primarias como la entrevista a los productores y secundarias como, paginas oficiales del gobierno de Colombia, los mismos que permitieron dar conocer la competencia, establecer requisitos de ingreso, y el proceso de importación que se debe utilizar para exportar el producto al mercado de Ipiales y así dar a conocer los beneficios nutricionales del producto,

permitiéndonos asegurar una oferta exportable en condiciones sanitarias adecuadas según el mercado elegido

ABSTRACT

The research presents a study of the demand for kidney in Ipiales tomato and strategies that will be used to market the product to market, it represents an alternative to producers Pimampiro Carchi, can offer their product directly providers without having to use intermediaries, and improving their level of income and quality of life. The kidney possess estimator nutrients needed for normal functioning of the body, used as an ingredient in soups, salads when food processing and in developed countries in pasta. The goal is to determine the demand for kidney tomato Ipiales-Colombia for marketing from the canton Pimampiro Carchi Province, for It is necessary to know the potential demand, consumer characteristics, and access requirements, economic and financial feasibility.

A study investigating market to mate growers Pimampiro kid net using primary sources such as interview sand secondary producers as official government pages of Colombia, which allow wed the to know the competition, set entry requirements, and the import process to be used to export the product to market and thus Ipiales publicize the nutritional benefits of the product, allowing export supply ensure proper sanitary conditions chosen by market.

QUICHUA

Ta investigación presenta ta estudio pakta demanda pak tomate riñón pi Ipiales pashkunapron estrategias iwkkunase van tamawkana pronkaturant inataka puman mercado; se lo plantea tunushukalli y ay proniwka pron productores pakkuna Pimampiro marka pak Carchi puedan ofrecer pronkapu directamente tapron proveedores illakkuna charina iwkkamawkana intermediarios pashkuna allichis hakash napron nivel pakkpak ingreso pash calidad pakkawsay. ta tomate riñón posee nutrientes necesarios pronkuna shukshinaku funcionamiento pak organismo utilizado tunutunu ingrediente pakapikuna katukunata pacha pak elaboración pakmikuna kun akunapash pi pron países desarrollados pikuna pastas. Tarikuyku kan rimanakuyta demanda pak tomate riñón pi Ipiales? Colombia pron? Pronka turantin aprontakiti Pimampiro marka pak Carchi pronpron kan kan necesario riksinata demanda potencial características pakkuna consumidor requisitos pakkuna acceso factibilidad económica pash financiera.

Se realizó shuk estudio pak mercado mashkashatapon productores pakkuna tomate riñón pi Pimampiomawkashapakchakuna primarias tunukunata entrevista tapron productores pashkuna secundarias tunukuna paginas oficiales pakkunapushapak Colombia pronkikinkunaiwka permitieron kuna riksinatatinkuchina estable requisitos pakkuna ingreso pashtaruraypakkuyaychinakuyiwka se debe mawkana pronllukshichinatakapuman mercado pak Ipiales pashkunakashna kuna tariksinapron beneficios nutricionales pakkunakapu permitiéndonos asegurar shukkuna oferta exportable pi condiciones sanitarias adecuadas según takuna mercado.

Shimikuna claves: Demanda katurantina Tomate riñón llukshichinakuy.

1. Introducción

El cultivo de tomate riñón es una acción de gran importancia para los productores del cantón Pimampiro ya que constituye su herramienta de trabajo y por ende el sustento económico de sus familias.

“El tomate es un magnifico depurador de la sangre y un excelente vigorizante del organismo en general, por su riqueza en vitaminas A, C,E y sales minerales como: potasio , hierro , magnesio y fósforo.” (Salazar ,2011)

El cultivo de tomate riñón en Ecuador se ha desarrollado desde hace muchos, principalmente en Pimampiro que es considerado la Tierra del Tomate, desafiando dificultades productivas, inestabilidad de precios y comercialización del mismo sin contar con intermediarios.

A nivel mundial, principalmente en China, Estado Unidos, Turquía, la demanda de productos sanos está creciendo por el alto valor nutricional que poseen los mismos y porque son hortalizas que cuidan la salud del consumidor.

La presente investigación resume información necesaria para determinar la demanda existente en Ipiales-Colombia, las preferencias de los consumidores y los requerimientos que se necesitan para el ingreso del producto, identificando además las estrategias idóneas que se utilizan para comercializarlo internacionalmente, a su vez permiten que los productores del cantón Pimampiro comercialicen su producto de manera idónea y tengan estabilidad en los precios, permitiéndoles mejorar sus ingresos económicos y calidad de vida.

2. Materiales y Métodos

La investigación se basa en un análisis cualitativo y cuantitativo, logrando determinar las características específicas de la población y los datos estadísticos sobre la demanda del producto, logrando así, de cifrar la problemática actual; además se trata de una investigación descriptiva ya que con los resultados del análisis de la información recogida podremos establecer un adecuado sistema de comercialización del producto.

Se realizó una análisis documental orientado al conocimiento de la normativa vigente tanto en Ecuador como en Colombia; se utilizó una análisis numérico en base de los consumidores para establecer la demanda existente del producto investigado en base de lo cual se diseñaron las estrategias adecuadas para su comercialización.

3. Resultados y discusión

Colombia es un país que ha logrado reducir el nivel de riesgo para las inversiones y en los últimos años ha tenido un crecimiento del PIB de 365.40 % y una inflación del 23.20 % lo que le hace visualizar como un país estable.

En el estudio de Mercado se comprobó que Colombia es el cuarto país más poblado de América, con una gran población que en los últimos años, ascenderán a 15.000 habitantes. La mayoría de la población es de medio-alto, lo que permite que los consumidores puedan adquirir el tomate riñón sin tener dificultad alguna. Por otro lado la población Colombiana se caracteriza por cuidar de su salud, es por ello que el gobierno promueve programas de salud que hacen que el consumidor prefiera alimentos sanos y nutritivos, que no engorden y de fácil asimilación en su dieta, características que son de gran ayuda en la realización del proyecto ya que hacen prometedor la demanda del producto.

Otro elemento favorable a la realización del proyecto es que Colombia es uno de los primeros países que importa nuestro producto con una gran demanda por parte del consumidor por su alto contenido nutricional, excelente calidad, buena presentación y precios accesibles.

Un factor importante dentro de las barreras arancelarias es que Colombia y Ecuador por ser miembros de la Comunidad Andina (CAN), el valor del advaloren a pagar es del 0% de la mercancía, obteniendo un gran punto a nuestro favor y las barreras no arancelarias corresponden a todos los permisos y licencias de importación que pide el país del mercado meta con la finalidad de proteger la salud pública, seguridad del consumidor, medio ambiente

Para poder comercializar el tomate riñón desde Pimampiro al mercado de Colombia se necesitan seguir los siguientes lineamientos:

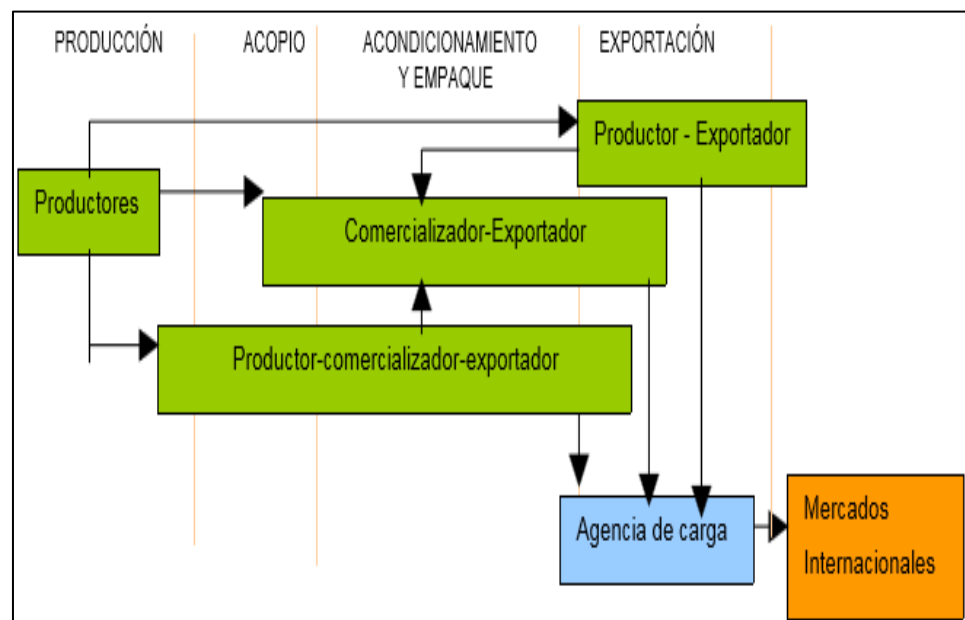
- El producto que va a ser ofertado por la Asociación de productores de Pimampiro deberá ajustarse a las reglas y requerimientos que requiere el mercado consumidor de Colombia.
- La estrategia de distribución más adecuada es directamente con el importador o agente, que conoce el mercado colombiano y su ubicación física en el mercado objetivo es ideal dentro de un sistema completo de distribución en el país de destino.
- La oferta de tomate riñón hacia mercados Internacionales no es muy alta debido a que los productores no saben el mecanismo que se usa para exportar el producto fuera del mercado nacional, por lo que se requiere que el Gobierno brinde capacitaciones que les ayuden a ver la manera más adecuada para la producción del producto y poder ser competitivos y brindar un producto de calidad.

- El canal de distribución utilizado actualmente para llevar el producto hacia el mercado de destino está integrado de la siguiente manera; productor - exportador - comercializador – consumidor.
- La Infraestructura en comunicación se identifica como una oportunidad de alto impacto. Existen los medios necesarios que permiten la comunicación, envío y recepción de la información de manera eficaz entre los exportadores e importadores, facilitando la transacción con el mercado meta.

4. Figuras

Gráfico No. 1

Canal de distribución del Tomate Riñón



El canal de distribución utilizado está integrado de la siguiente manera;

- Productor
- Exportador
- Comercializador - Consumidor.

Gráfico No. 2
Costo de la Calificación ante Agrocalidad

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Calificación anual de centros de producción para exportación de otros	8 días	80.00
VALOR			80.00

Fuente: AGROCALIDAD
Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico No. 3
Costo de la obtención del Certificado de Origen

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Certificado de origen obtención en el Ministerio de Industria y Productividad	3 días	12.50
VALOR			12.50

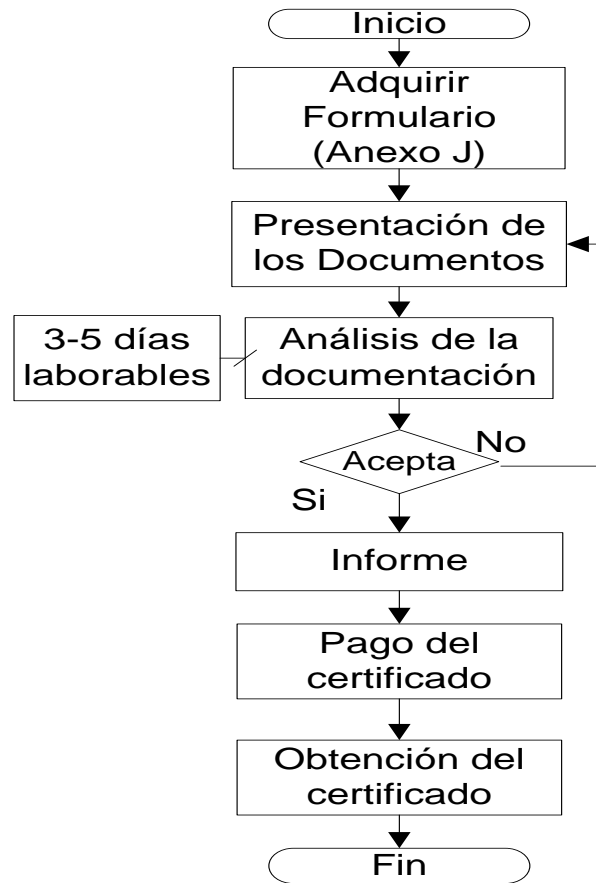
Fuente: PROECUADOR
Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico No. 4
Costo de la obtención Sanitario

Código	Ítem a Pagar	Tiempo	Valor Usd
0702.00.00	Certificado Sanitario Instituto de Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez	8 días	80,00
VALOR			80,00

Fuente: PROECUADOR
Elaborado: Yajaira Velasco

Gráfico No. 5
Proceso para obtener el Certificado Sanitario



Fuente: Investigación de campo

El exportador debe tramitarlo en el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez”.

Gráfico No. 6
Flujo grama - Proceso de Exportación

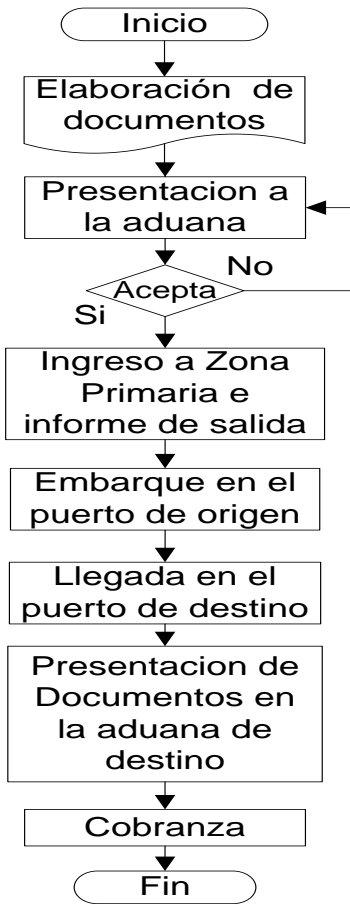
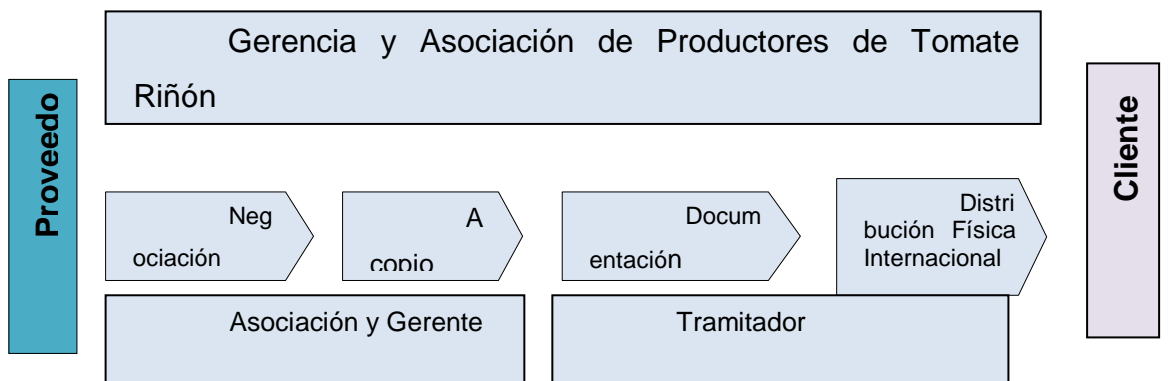


GRAFICO Nº 7
Diagrama de Procesos de la exportación de Tomate Riñón



Fuente: Fundamentos ISO 9000
 Elaborado: Yajaira Velasco

GRAFICO Nº 8
Medición y seguimiento del proceso de exportación

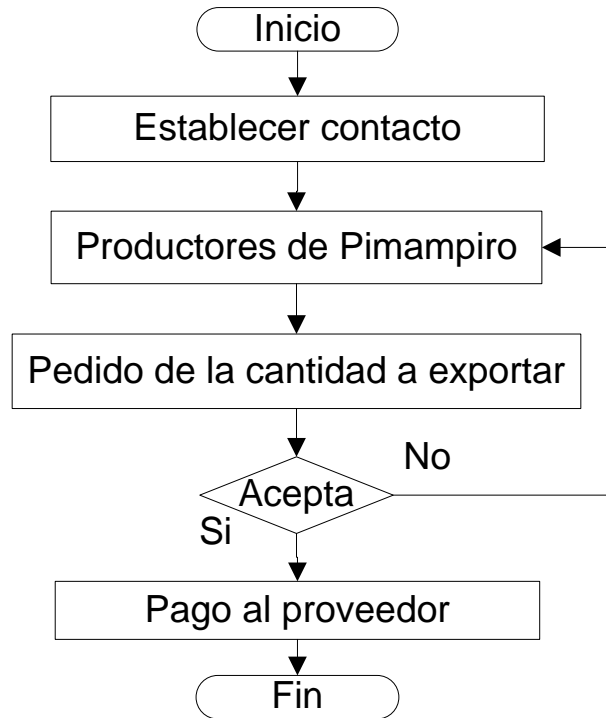
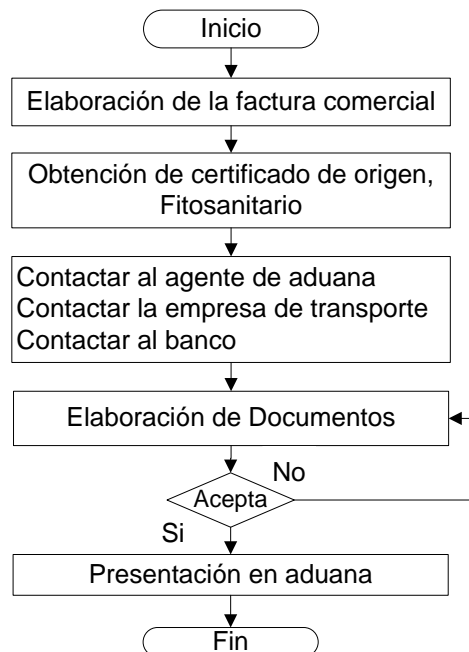


GRAFICO Nº 9
DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN



5. Tablas

Tabla No. 1
Indicadores Básicos de Colombia

INDICADOR	VALOR
PIB (en millones de dólares est. 2012)	365.40
PIB per cápita(dólares, est. 2012)	10.700
Crecimiento del PIB	4,30%
Riesgo país(puntos básicos)	131
Inflación(est. 2012)	3,20%
Población(est. 2013)	45.475.783
Tasa de crecimiento poblacional(est. 2012)	1,13%
Salario mínimo legal(en pesos año 2013)	589.500

Fuente: Fuente: PRO ECUADOR

Colombia presenta un Pib creciente durante el transcurso de los años aspecto positivo para el proyecto ya que se muestra una economía sólida en el mercado.

Tabla No. 2
Principales 10 países compradores de tomate riñón

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR
0702000000	TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.	COLOMBIA	14172.45	868.01
		ANTILLAS HOLANDEASAS	6.36	19.43
		ALEMANIA	0.58	1.85
		ESTADOS UNIDOS	1.12	1.28
		VENEZUELA	0.24	0.73
		HOLANDA(PAÍSES BAJOS)	0.13	0.39
		FRANCIA	0.02	0.09
		ANTIGUA Y BARBUDA	0.03	0.08
		PUERTO RICO	0.11	0.05
		ESPAÑA	0.03	0.04

Fuente: Proecuador

Colombia es el primer país que requiere el tomate riñón que se produce en evidenciando que su demanda es permanente.

Tabla No. 3
Población de Colombia

Años	Población
012	163.527
013	163.552
014	163.870
015	164.424
016	165.094
017	165.855

Fuente: DANE – Colombia
Elaborado: Yajaira Velasco

Colombia tiene un índice de crecimiento promedio de 1,24% anual. Además se ha identificado que la población se encuentra concentrada en las edades de 0 hasta 50 años.

6. Referencias bibliográficas

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2007). *Estudios del Comercio Internacional*. En <http://www.bce.fin.ec/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. (2013), *Población de Colombia*, en <http://noticiasimpacto.bligoo.com.co>.
- El espectador.com (2012) *Colombia con el menor "Riesgo País* en <http://www.elespectador.com>
- Fondo Monetario Internacional FMI. (2013) *Políticas sólidas y programa de reforma impulsan el crecimiento dinámico* en <http://www.boletindelFMI.com>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural -Colombia. (2010). *Agenda de investigación de cadenas productivas*. <http://www.minagricultura.gov.co>