

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“La demanda de jengibre en Cali - Colombia y su comercialización desde el
Cantón el Carmen Provincia de Manabí.”

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

AUTOR: Santiago Fernando Portilla Zambrano

ASESORA: Msc. Beatriz Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Santiago Fernando Portilla Zambrano con el número de cédula 040113972-0 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: "LA DEMANDA DE JENGIBRE EN CALI COLOMBIA Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE EL CANTÓN EL CARMEN PROVINCIA DE MANABÍ."

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.

Msc. Beatriz Realpe

Tulcán, 12 de Marzo de 2014

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Santiago Fernando Portilla Zambrano con cédula de identidad número 040113972-0 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.....

Santiago Portilla

Tulcán, 12 de Marzo de 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo, Santiago Fernando Portilla Zambrano, 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, 12 de Marzo de 2014.

Santiago Fernando Portilla Zambrano
CI 040113972-0

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por estar siempre conmigo en cada paso que doy en la vida y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido el pilar fundamental para lograr culminar satisfactoriamente mi periodo de estudio.

A mi madre por haberme brindado todo su apoyo amor, comprensión, amistad, y quien a través de sus consejos logra hacer de mí una mejor persona, ya que sin ella esto no hubiera sido posible.

A todos mis maestros que han impartido sus conocimientos, quienes me han ayudado y enseñado a ser mejor en la vida.

Un agradecimiento especial a mí asesora, la Ingeniera Beatriz Realpe por brindarme el tiempo necesario que hizo posible la realización de esta tesis.

A los actores involucrados en mi investigación, productores y exportadores de jengibre ecuatoriano y colombiano, quienes con su valiosa colaboración proporcionaron información importante e indispensable para la presente tesis.

A todos mis compañeros de clase que recorrieron junto a mí todo este trayecto de conocimientos y aprendizaje con un solo objetivo, el realizarnos como profesionales.

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a mi familia, en especial a mi esposa Tatiana Narváez por haberme acompañado en todo esta jornada de estudios, brindándome amor, confianza, comprensión, paciencia, fortaleza y todo su apoyo incondicional, lo cual me ha permitido culminar una meta más en mi vida.

A mi hija Valentina que con su luz ha iluminado mis días y hace mi camino más claro, y por ser el motor que me inspira a culminar con uno más de mis sueños.

A mi madre y hermanas que con su amor y enseñanza han sembrado las virtudes que se necesitan para vivir con empeño y prosperidad.

Desde hoy, me comprometo a ser mejor cada día, a forjarme nuevas metas y a no defraudarles nunca buscando siempre el camino correcto que me lleve a ser mejor persona y mejor profesional día a día.

CONTENIDO

CERTIFICADO.....	I
AUTORÍA DE TRABAJO.....	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	3
INTRODUCCIÓN.....	7
I. CAPÍTULO: EL PROBLEMA.....	9
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.3. DELIMITACIÓN.....	10
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	11
1.5. OBJETIVOS.....	13
1.5.1 Objetivo General.....	13
1.5.2 Objetivos Específicos.....	13
II. CAPÍTULO: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	14
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.3. MARCO TEÓRICO.....	17
2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.3.2. METODOLOGÍA.....	21
2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO.....	21
2.4. IDEA A DEFENDER.....	23
2.5. VARIABLES.....	23

III. CAPÍTULO: METODOLOGÍA.....	24
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	27
3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	30
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	31
3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO COLOMBIA.....	31
3.6.1.1. FACTORES SOCIO ECONÓMICOS.....	32
3.6.1.2. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES.....	36
3.6.1.3. FACTORES GEOGRÁFICOS.....	44
3.6.1.4. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO (POAM).....	45
3.6.2 ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO.....	47
3.6.2.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	47
3.6.2.2 EL PRODUCTO: IMPORTACIONES, EXPORTACIONES, PRODUCCIÓN NACIONAL, PRECIO REFERENCIAL Y COMPETENCIA.....	48
3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE ECUADOR.....	52
3.6.3.1 FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES.....	52
3.6.3.2 FACTORES SOCIO, ECONÓMICOS.....	56
3.6.4. ANÁLISIS. MERCADO – PRODUCTO.....	59
3.6.5. FODA.....	63
3.6.5.1. ANÁLISIS FODA.....	63
3.6.7. DEMANDA EFECTIVA.....	65
3.6.8. IDEA A DEFENDER.....	67
IV. CAPÍTULO: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
4.1. CONCLUSIONES.....	68
4.2. RECOMENDACIONES.....	69

V. CAPÍTULO: PROPUESTA.....	71
5.1. TITULO.....	71
5.2. JUSTIFICACIÓN.....	71
5.3. OBJETIVOS.....	72
5.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	72
5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	72
5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	73
5.4.1. ESTUDIO TÉCNICO.....	73
5.4.2. ESTUDIO LOGÍSTICO.....	86
5.4.3. ESTUDIO FINANCIERO.....	91
6. BIBLIOGRAFÍA y LINKOGRAFÍA.....	98
7. ANEXOS.....	102
ARTICULO CIENTÍFICO	

LISTA DE TABLAS.

Tabla N°1.- información general de Colombia.....	31
Tabla N° 2.- Indicadores Economicos.....	32
Tabla N°3.- Acuerdos Comerciales de Colombia.....	37
Tabla N°4.- Balanza Comercial de Colombia.....	40
Tabla N° 5.- Nomenclatura del Jengibre.....	41
Tabla N° 6.- Medidas Arancelarias.....	42
Tabla N° 7.- Puertos, Aeropuertos y Pasos Fronterizos.....	44
Tabla N° 8.- Exportaciones Colombianas de Jengibre.....	48
Tabla N° 9.- Importaciones Colombianas de Jengibre.....	49
Tabla N° 10.- Importaciones de Jengibre desde el Ecuador.....	49
Tabla N°11- Producción de Jengibre Colombiano.....	50
Tabla N° 12.- Exportaciones Ecuatorianas de Jengibre.....	56
Tabla N° 13.- Importaciones Ecuatorianas de Jengibre.....	56
Tabla N° 14.- Población Ofertante en el Ecuador.....	59
Tabla N° 15.- Información Nutricional del Jengibre.....	61
Tabla N° 16.- Proveedores de Jengibre.....	61
Tabla N° 17.- Requerimiento Espacio Físico.....	73
Tabla N° 18.- Activos Fijos.....	74
Tabla N° 19.- Localización Óptima del Proyecto.....	75
Tabla N° 20.- Mano de Obra Requerida.....	83
Tabla N° 21.- Información del Producto.....	86
Tabla N° 22.- Información Adicional.....	87
Tabla N° 23.- Costos de Exportación.....	88
Tabla N° 24.- Costos en el Transito Internacional.....	89
Tabla N° 25.- Costos de Importación.....	91
Tabla N° 26.- Inversión Inicial.....	92
Tabla N° 27.- Costos y Gastos.....	93
Tabla N° 28.- Balance General con Financiamiento.....	94
Tabla N° 29.- Estado de Resultados con Financiamiento.....	95

Tabla N° 30.- Flujo de Efectivo con Financiamiento.....	96
Tabla N° 31.- P.E. con Financiamiento.....	97

LISTA DE GRÁFICOS.

Gráfico N° 1.- Crecimiento Del PIB De Colombia.....	34
Gráfico N° 2.- PIB, Inflación Y Tasa De Desempleo 202-2016.....	35
Gráfico N° 3.- Riesgo País Colombia.....	36
Gráfico N° 4.- Canal De Distribución.....	51
Gráfico N° 5.- Competencia Internacional.....	52
Gráfico N° 6.- Balanza Comercial Ecuatoriana De Jengibre.....	57
Gráfico N° 7.- Países Importadores De Jengibre Ecuatoriano.....	58
Gráfico N° 8.- Microlocalización De La Empresa.....	75
Gráfico N° 9.- Distribución Interna De La Empresa.....	76
Gráfico N° 10.- Organigrama Estructural.....	82

LISTA DE FICHAS TÉCNICAS.

Ficha Técnica No 1.- Características del Producto.....	60
Ficha Técnica No 2.- Proceso de Negociación con el Cliente.....	78
Ficha Técnica No 3.- Proceso de Compra al Proveedor.....	79
Ficha Técnica No 4.- Proceso de Documentación Requerida.....	80
Ficha Técnica No 5.- Proceso de Distribución Física Internacional.....	81

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador actualmente se encuentra experimentando grandes cambios y desarrollos en los procesos de producción, comercialización y exportación en el mercado nacional e internacional, debido al incremento de la demanda externa de productos agrícolas, principalmente del jengibre el cual tiene una gran apreciación en el mercado internacional, debido a las múltiples utilidades que se le puede dar a este producto en el sector alimenticio, cosméticos, y medicina. Este producto es cultivado en las zonas subtropicales de nuestro país como son; Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Los Ríos, Guayas, Napo y Morona Santiago; se determina que en el Ecuador existen aproximadamente 100 hectáreas destinadas a la producción de jengibre, el mismo que durante los últimos años ha presentado un incremento en su cultivo, a pesar de que su precio nacional de venta es uno de los más bajos durante el último año.

El objetivo fundamental de este proyecto es la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia, donde se encuentra la mayor parte de consumidores potenciales de jengibre, esta estrategia tiene como finalidad que nuestro país ingrese en el mercado internacional con productos no tradicionales especialmente con el jengibre, llegando de esta forma a mejorar la calidad y competitividad en los precios, para esto es necesario contar con la ayuda de las instituciones públicas como son: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, entre otros para promover este tipo de exportaciones las cuales generan desarrollo económico para el país.

El presente proyecto ha sido elaborado con la recolección de información obtenida de la investigación: documental, descriptiva y de campo, la información más relevante se obtuvo a través de las entrevistas realizadas a

importadores, exportadores, productores de jengibre y entidades públicas que se encargan de realizar el control y autorización de los procesos de exportación.

Así mismo, dentro de este proyecto se analizan las características del mercado, para lo cual se considera la cantidad de 20.160 cajas/año, lo que corresponde a 1.680 cajas/mes, oferta exportable existente en el cantón El Carmen provincia de Manabí, la misma que es proporcionado por los seis productores existente en esta localidad, también se da a conocer datos acerca de la demanda existente en nuestro mercado meta y la oferta actual del jengibre en el cantón El Carmen, igualmente se detalla el capital que se requiere para la ejecución, siendo este un valor de 152.645 dólares americanos, recuperable en 2,9 años con financiamiento, y una serie de conocimientos generales orientados a reducir los principales limitantes de la comercialización del producto.

Analizando este proyecto desde el punto de vista financiero, resulta rentable por ser un producto exótico, por lo cual las expectativas de crecimiento comercial son muy posibles, obteniendo un VAN positivo con un valor de 124.605,72 dólares; y un TIR de 35,47% indicando esto que por cada dólar que se invierta se lograra tener una ganancia de 1,82 dólares lo cual hace que este proyecto se rentable y factible para su ejecución.

ABSTRACT

Nowadays Ecuador is experiencing major changes and development in process as production, commercialization and exportation in national and international markets; this is by the increased of the foreign demand for agricultural products, mainly the ginger which has a great appreciation in the international market by the multiple uses that this product have in the food industry, cosmetics, and medicine. This product is cultivated in the subtropical areas of our country such as Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Los Ríos, Guayas, Napo and Morona Santiago, In Ecuador there are 100 hectares for the ginger production approximately and its cultivation has increase in the recent years although its national retail price is one of the lowest in the last year.

The main objective of this project is the proposal of to realize a feasibility study for the commercialization of ginger from El Carmen Canton in Manabí province, that allow to attend a part of the demand of this product in Cali city – Colombia, where is the majority of potential consumers of ginger, This strategy has as finality that our country enter in the international market with traditional products especially with ginger, reaching of this way to improve the quality and the price competitiveness, for this is necessary to have the help of public institutions such as: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, and others for to promote the exports which generate economic development for the country.

This project has been developed according to the information collected from a documentary, descriptive and field research; the main information source was interviews with importers, exporters, producers of ginger and public entities responsible of the control and the authorization of the export processes.

Also this project analyzes the characteristics of the market, that's why is considered the amount of 20,160 boxes / year, which corresponds to 1,680 boxes/ month, It is the exportable supply in El Carmen canton in Manabí Province, the same that is provided by six producers existing in this place, also it shows the demand existing in our target market and the actual supply of ginger El Carmen canton, In addition it details the capital required for the execution, it's \$ 152,645 dollars, recoverable in 2.9 years with funding and a general understanding aimed to reducing the main limiting by the commercialization of the product.

Analyzing this project of a financial view point, it is profitable because the ginger is an exotic product, that's why the expectations of business growth are very possible, obtaining a positive VAN with a value of \$ 124,605.72; and a TIR of 35.47%, this indicate that for every dollar invested will have achieved a profit of \$ 1.82 which makes this project is profitable and feasible for its implementation.

SHUK UCHILLA KAMU EJECUTIVO.

Kay llakta Ecuador kay tiempo cunapi experimenta juk ashtakata imanalla produccionpi, tatunacunapi y karu llaktamak cachanajunapi shuk llakta kunama, kay ricurishka porque viñashka rantidurkuna de productos agrícolas, ashtaka gushtaiwa jengibre kay ashtaka juyaita chain karu llaktapi, porque ashtakata utilizarin mikunacunapi, gentipa ñavikunapi y gentita alinchingapa, kay productota tarpun zonas subtropicalespi kay llaktapi y kan: Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsachilas, Manabi, Los Rios, Guayas, Napo y Morona Santiago llaktacunapi, yachay chayarithka de que kay Ecuadorpi tian aproximadamente 100 hectareas tarpushka jengibre, shinallata kay ultimo watapi mirashka tarpuikuna y paypak precio jaluna ashtakata uraitukushka kay ultimo watapi.

Yuyay fundamental kay kamumanda kan rurana shuk estudio de factibilidad cachangapak jengibre kay cantón El Carmen provincia de Manabí que aydachuk atenditak shuk ashala demandatak kay productota llakta Cali - Colombia, kay llakta colombiapi tian ashtaka micurdurcuna kay maduchota, kay estrategia chain como finalidad que ñukandi llakta icuchuk mercado internacionalpi kay productos que no kay tradicionales como kay jengibre, kay yuyaywa alichingapak calidadta y competitividadta precios kunapi, kay yuyaita paktachingapak ministirishka ayudata de instituciones públicas como: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, y shukuna mas que promovichuk kay yuyaykunata que allipi saquin kay laktata.

Kay kamururashka kan tandachishpa informacionta de investigación documental, descriptiva y de campo, allipacha ayuda kashka tapuicuna urashka importador kunata, exportador kunata, productores de jengibre y shuk entidades públicas que shinan control y mandan rurachu procesos de exportacionta.

Shinallata kay kamupi rikurin imamalla kan mercado, y kaypa japishkandi 20.160 cajas/watapi, y kan 1.680 cajas/quillapi, que tian cachangapak kanu llaktama kay Carmen provincia de Manabí, kay cantidadkuna kushka kan seis productores kunamandak que tian kay llaktapi shinallatick ricuchinchik imamalla rantidurkunak tian ñukanchik mercado metapi y imamalla jaturduna tian cantón El Carmen, shinallatak churarcanduk mashna culquita ministirian kay kamuta pactachingapak y kashpa 152,645 dólares americanos, que tigramurin 2,9 watapi financiashpa shinallata ñucanchik yachaykunawak tucuy na allikunatak yalichishuk.

Kay kamu financieramente kan ashtaka rentable porque kan shuk producto exótico, y chaimandak paypak viñay comercial kan allí, tarishpa shuk VAN positivo, shuk 124.605,72 y shuk TIR de 35,47% ricuchishpa que shuk dólar manda invertishkamanda charirin chik shuk ganancia de 1,87 dolares lo que ruran kay kamuta ashtaka rentable y factible pactachingapak.

INTRODUCCIÓN

Es necesario mantener el desarrollo permanente de proyectos, por ser de vital importancia para la contribución del desarrollo económico del Ecuador ya que estos se transforman en opciones de inversión que generan ingresos y alta rentabilidad para quienes lo ejecutan, así como también permiten crear fuentes de trabajo mejorando el nivel de vida de las personas inmiscuidas de forma directa o indirecta.

Ecuador es considerado un productor agropecuario potencial pues nuestro país cuenta con excelentes ventajas para la producción y comercialización de jengibre como: la ubicación geográfica, el clima constante y los suelos fértiles, lo cual genera buenas perspectivas para este producto que es considerado como uno de los mejores productos ecuatorianos a nivel mundial, y al existir productores ecuatorianos de jengibre ubicados en el Cantón el Carmen se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la demanda de jengibre requerida en la ciudad de Cali-Colombia para su comercialización desde el cantón el Carmen provincia de Manabí. Para alcanzar dicho objetivo se estableció los siguientes adjetivos específicos: fundamentar bibliográficamente la demanda y la comercialización; realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de jengibre existente en los mercados del cantón el Carmen provincia de Manabí y en Cali-Colombia respectivamente y realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia.

Es así como esta investigación es desarrollada, guiándose a través de la temática siguiente

El Capítulo I, EL PROBLEMA, muestra proposiciones principales que enuncia hechos no resueltos a través del planteamiento y la justificación, conjuntamente con la propuesta de objetivos.

El Capítulo II, FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA, expresa el estudio realizado del tema planteado con el objeto de dar coherencia y consistencia a la investigación, con el desarrollo de, teorías, ideas, vocabulario técnico y las variables.

El Capítulo III, METODOLOGÍA, despliega un análisis de la metodología utilizada, revela la población a investigar y se realiza un estudio de mercado que analiza factores políticos, legales, socioeconómicos, geográficos tanto de Ecuador como de Colombia, permitiendo determinar el mercado al cual va dirigido el producto, la oferta y la demanda insatisfecha del mismo.

El Capítulo IV, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, formula la evidencia como aspecto susceptible de mejoramiento, en lo deficiente encontrado dentro de esta investigación.

El Capítulo V, PROPUESTA, se ha realizado una propuesta precisa, que contiene explicaciones generales a favor de esta investigación. En donde se elabora tres estudios, técnico, logístico y financiero. Dentro del estudio técnico se muestra la organización de la empresa y del talento humano de la misma por ello se planteó un manual de funciones necesarios para la comercialización de jengibre; El estudio logístico detalla información sobre costos y gastos que incurre en la comercialización de jengibre; y el estudio financiero, en el cual se manifiesta proyecciones referentes a rubros contables necesarios para el desarrollo de esta investigación

Al final se fundamenta la investigación con la respectiva bibliografía y linkografía utilizada en el desarrollo de esta investigación.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el artículo del *diario El Comercio*: “El jengibre conquista mercados” (2007), se hace énfasis que en la actualidad en el cantón el Carmen, provincia de Manabí, la producción y cultivo de jengibre o kión, como se le conoce en otros mercados, ha aumentado considerablemente, pues el jengibre es un producto que en los últimos años se está utilizando en la elaboración de nuevos productos a través de su industrialización.

De acuerdo al artículo de *Agronegocios Perú*: “Jengibre o Kion”, la industrialización del jengibre se da generalmente en países que cuentan con tecnología avanzada y maquinaria especializada, Colombia ha creado industrias especializadas en la transformación de jengibre en productos terminados; té, aromática, picante, condimento, aceites, esencias y otros productos necesarios y beneficiosos para el consumidor final. (Grupo Raiseb, 2006).

El jengibre no puede ser industrializado en el Ecuador, no contamos con plantas de tratamiento y aprovechamiento del mismo, es por esto que la mayor parte de la producción de jengibre que se encuentra en las provincias de Pichincha, Manabí, Morona Santiago se exporta hacia otros mercados como Estados Unidos, Colombia, Puerto Rico y España.

El señor Carlos Morocho, productor de jengibre del cantón el Carmen, provincia de Manabí en la entrevista realizada (09/2012), afirma que:

La producción de jengibre no tiene miras a la exportación, pues en la comunidad existe desconocimiento de estrategias de comercialización, haciendo así que la misma se realice internamente por falta de información acerca de nuevos mercados, las formas de distribución y las oportunidades que el jengibre puede ofrecer.

Hay que tomar en cuenta que la venta de jengibre en el cantón el Carmen se da a bajos costos y por ende representa ganancias mínimas para los productores, sin embargo si la producción de jengibre se comercializa externamente, generara mayores ganancias para las personas dedicadas a la producción.

De acuerdo con las estadísticas de exportaciones elaboradas por el Banco Central del Ecuador, el Jengibre se muestra como un producto muy apetecido en el mercado colombiano, registrando desde el mes de enero del año 2010 a julio del 2011, un total de 1042,08 toneladas de jengibre hacia otros países, en los cuales tiene Colombia una importante participación del 78%, es por esto que estamos desaprovechando oportunidades comerciales con el vecino país.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la demanda requerida de jengibre de Cali-Colombia, para la comercialización desde el cantón el Carmen provincia de Manabí?

1.3. DELIMITACIÓN

Objeto:	Demanda de Jengibre en Cali – Colombia
Sujeto:	Comercialización de Jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí
Tiempo:	Enero 2012 - Agosto 2013
Área geográfica:	Cantón el Carmen, provincia de Manabí – Ecuador / Cali– Colombia
Grupo objetivo:	Productores, consumidores, comercializadores, e importadores de jengibre

1.4. JUSTIFICACIÓN

Los efectos que podrían generarse a partir de esta investigación están enfocados a fomentar la exportación de jengibre, incrementar la producción del mismo, generar un desarrollo económico y social en el cantón el Carmen y mejorar los ingresos económicos de los productores de jengibre.

El señor Carlos Morocho, productor de jengibre del cantón el Carmen, provincia de Manabí en la entrevista realizada (09/2012), afirma que:

Es importante investigar este problema puesto que en el cantón el Carmen existen terrenos productivos en los cuales se cultiva gran cantidad de jengibre, producto que no ha sido promocionado en el mercado extranjero debido a que la producción cosechada en esta ciudad es comercializada internamente.

Así mismo en el artículo del *diario El Comercio*: “El jengibre conquista mercados” (2007), indica que, este producto tiene muchos factores que pueden beneficiar la comercialización, uno de ellos es que, es perecedero a largo plazo y no pierde sus características principales al momento de secarse y a diferencia de otras especias el jengibre es considerado como un producto exótico.

El señor Rene Villota, importador colombiano en la entrevista realizada (07/2012), también afirma que “Este producto presenta actualmente una gran demanda en el mercado colombiano, principalmente en la ciudad de Cali como materia prima para su industrialización”.

Otro aspecto importante es que a pesar de existir insuficientes estudios referentes a la comercialización de jengibre, existen estadísticas realizadas por el Banco central del Ecuador que nos indican, que Colombia es un país demandante de jengibre, por lo que se hace necesario realizar la

comercialización de jengibre hacia Colombia, aprovechando la necesidad que tiene este país del producto.

Investigo el problema para determinar la demanda de jengibre en el mercado colombiano, fundamentalmente en la ciudad de Cali y así fortalecer la producción de esta especia como lo enuncia Castro (2009):

Ayudar a contribuir a dinamizar y ampliar los mercados regionales, pues no solo el crecimiento económico del área depende de los niveles de demanda extraregional. Así como favorecer la especialización en producciones y servicios que impulsen la integración de los países latinoamericanos a las cadenas globales y propiciar el avance dentro de las mismas hacia las actividades generadoras de mayor valor agregado, impulsando la inserción regional a la economía mundial en condiciones cada vez más competitivas (p.8).

La ejecución de este proyecto de investigación, permitió visualizar los impactos económicos y sociales, los cuales no solo beneficiarán al cantón del Carmen sino a todo el país por repercutir en el ingreso de divisas, los cuales otorgarán un mayor peso a los rubros de la balanza comercial, además al no existir investigaciones acerca de la comercialización de este producto, el presente proyecto será relevante para el desarrollo sostenible del sector y por ende del país, por lo cual es factible realizar y aplicar esta investigación y además no es necesario un excesivo recurso financiero para su ejecución.

Personalmente, se consideró necesario aprovechar la demanda de jengibre en Colombia, lo cual es una ventaja ya que permite hacer realidad este proyecto, con el cual se puede beneficiar a los productores ecuatorianos, contribuir con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, además es importante tomar en cuenta que contamos con el apoyo económico gubernamental que aplica para proyectos factibles y creativos que benefician de alguna manera a la producción nacional como es este caso, en lo profesional este proyecto me permite emprender y desarrollar

nuevas investigaciones que aporten al desarrollo de la sociedad, dando soluciones a problemas existentes en la misma.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Determinar la demanda de jengibre requerida en la ciudad de Cali Colombia para su comercialización desde el cantón el Carmen provincia de Manabí.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente la demanda y la comercialización.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de jengibre existente en los mercados del cantón el Carmen provincia de Manabí y en Cali – Colombia respectivamente.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se ha considerado los siguientes antecedentes, que serán de apoyo y de gran importancia como referencias para el desarrollo del proyecto, entre los cuales están:

El primero se titula *“Producción y comercialización de jengibre para consumo local y como alternativa de exportación en el cantón Marcabeli en la provincia de El Oro.”* realizado en la Escuela Superior Politécnica del litoral (ESPOL). Este documento realiza un análisis mencionando que nuestro país Ecuador es considerado netamente agrícola, lo cual nos beneficia por tener una creciente demanda externa, esto ha beneficiado al jengibre por ser un producto considerado como tradicional y existir actualmente un alza en las exportaciones del mismo, y por la variedad de productos que se pueden realizar utilizando como materia prima el jengibre, por lo cual se debe desarrollar estrategias de imagen de producción y consumo del jengibre Ecuatoriano, y también mejorar las relaciones con los países importadores de este producto para mantener una buena comercialización en los mercados externos. (Maldonado et al., 2003).

El segundo antecedente es *“Comercialización del aceite de jengibre y su uso en la elaboración de pasteles en la ciudad de Guayaquil”*, realizado en la Escuela Superior Politécnica del litoral (ESPOL). El mismo que trata de brindar un producto que no sea solamente de origen natural, sino que brinde beneficios al consumidor final, siendo provechoso comercializar el aceite de jengibre por la demanda potencial existente, debido a que las personas, en la actualidad consumen productos beneficios para la salud, en los cuales se encuentra el jengibre como uno de estos, por eso es necesario mantener e

impulsar un crecimiento sostenido de la producción y comercialización de jengibre en los mercados internacionales, y para esto se debe establecer programas de capacitaciones constantes con asesoramientos técnicos y elaboración de contratos con contenido claro y preciso para mantener alianzas con proveedores e importadores, para este fin. (Benavides et al., 2011).

El tercer antecedente es *“Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de jengibre variedad hawaiano, en San Lorenzo provincia de Esmeraldas”*, realizado en la Universidad San Francisco de Quito. En el cual menciona que actualmente la demanda de jengibre crece el 8% anual en los mercados internacionales, por esta razón, el Ecuador, debe romper las barreras, buscar e implementar nuevas alternativas tecnológicas de producción y exportación que sean competitivas en los mercados internacionales, impulsando y desarrollando nuevos cultivos y productos procesados, sin que representen un costo muy alto, aprovechando las preferencias arancelarias que otorgan varios países a los productos y cultivos no tradicionales que son una nueva alternativa para incrementar los ingresos del país, por lo cual, los procesos de producción, comercialización y exportación del jengibre deben ser eficientes y eficaces, con el fin de competir en parámetros de calidad, cantidad y precio, con el desarrollo del proyecto se busca mejorar la producción y comercialización, creando con el fin de lograr que el producto tenga mayor auge e incluyendo métodos amigables con el ambiente. (Oscullo, 2011).

1.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Esta investigación se encuentra fundamentada en leyes tanto nacionales como internacionales, las mismas que permiten efectuar la comercialización de jengibre hacia el mercado de Cali Colombia:

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador (2008).	Art. 306 promover exportaciones de los pequeños productores.
Plan Nacional del Buen Vivir (2013).	<p>Estrategia 6.1 El gobierno impulsará la producción agrícola y promoverá la comercialización directa (productores-consumidores.</p> <p>Estrategia 6.3 Aumento de la productividad y diversificación de las exportaciones, exportadores y destinos mundiales.</p>
Acuerdo de Cartagena Decisión 563: Codificación del Acuerdo de Integración Subregional Andino (2003).	<p>Art. 72; eliminación de gravámenes y restricciones a productos originarios de los países miembros.</p> <p>Art 87; lit. f). Sustitución subregional de las importaciones y diversificación de las exportaciones.</p> <p>Art. 100; se adoptará normas de origen para la consecución de los objetivos del Acuerdo.</p>
Acuerdo de Cartagena Decisión 232: Lineamientos generales para el desarrollo del Plan Andino de Promoción de	<p>Art. 1; lit. a)</p> <p>Apoyar las exportaciones de los países miembros para aprovechar los mercados subregionales.</p>

Exportaciones (1987).	
Acuerdo de Cartagena Decisión 416: Normas Especiales para la calificación y Certificación del origen de las Mercancías (1997).	Art 2. Para el programa de liberación en los países miembros se considerara las mercaderías: a) íntegramente producidas.
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones “COPCI” (2010).	Art. 4; lits. o) fomentar y diversificar las exportaciones. p) facilitar las operaciones de comercio exterior. Art. 93, lit. a) acceso a las preferencias arancelarias para los países signatarios.

Fuente: Constitución Política del Ecuador/Plan Nacional del Buen Vivir/ Acuerdo de Cartagena/ COPCI/
Autor: Santiago Portilla

2.3. MARCO TEÓRICO.

2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.

Nº	TEORÍA	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
1	Teoría del Comercio	Esta se basa en un estudio del mercado y de	Esta teoría se vincula con este trabajo de

<p>Internacional (Giménez et al., 2012)</p>	<p>los precios concentrando su mayor interés en la obtención de ganancias sin importar mucho como se las obtenga.</p> <p>Esta teoría se enfoca en los precios y en las cantidades que permitan un movimiento estable de los productos desde el lugar en donde se producen hasta los centros comerciales sin que las condiciones establecidas sean alteradas. Los intercambios comerciales benefician a un país siempre que el valor de sus exportaciones supere el valor de sus importaciones lo cual generara enriquecimiento del país, para lograr esto lo mercantilistas proponen el intervencionismo del estado para que dificulte la entrada de productos importados mediante políticas proteccionistas y</p>	<p>investigación debido a que, el jengibre en el Ecuador es producido en volúmenes altos de gran calidad y de forma artesanal, lo cual es una ventaja, para aprovechar las economías a escala, ya que los países tienen diferencias entre sí, lo cual ayuda a que la comercialización de este producto tenga mayor facilidad para ingresar al mercado extranjero.</p>
---	--	---

		fomente las exportaciones de los productos nacionales.	
2	Teoría de la Oferta y la Demanda (Sinibaldi, 2008).	Estudia y analiza el comportamiento de los consumidores vendedores de un determinado producto. Una persona demanda porque tiene necesidades, para satisfacer dichas necesidades esta persona requiere de un poder de compra, la oferta establece que manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad de un bien aumenta cuando sube su precio, para esta oferta existen determinantes que pueden ser; el precio de los bienes sustitutos y complementarios en la producción, el precio de los factores productivos, la tecnología, las expectativas y el número de vendedores.	Esta teoría tiene relación con la presente investigación, por tener una oferta y demanda estable en el mercado nacional e internacional lo cual permite tener un precio de referencia equilibrado para la comercialización del jengibre en Cali Colombia, generando beneficios para el productor, comercializador e importador.
3	Teoría de la	Esta teoría se basa en	Esta teoría se relaciona

	<p>Ventaja Absoluta (Benjadrumer, 2011).</p>	<p>que ningún país debe producir un bien o servicio que incurriera en un costo mayor que al ser comprado, de esa manera se la puede definir a esta ventaja como la capacidad de producir un bien o servicio a un costo relativamente menor. Pero en la actualidad esta ventaja llega a ser superficial y engañosa, ya que si el comercio se basara en esta teoría se llegaría a la conclusión de que varios países no podrían producir absolutamente nada.</p>	<p>con mi investigación, pues el jengibre es un producto que se cultiva durante todo el año en regiones naturales que posee el Ecuador, la misma que se desarrolla con materiales locales, logrando así una oportunidad para mantener nuestro producto en los mercados extranjeros, ya que otros países productores de jengibre no pueden realizar su cultivo durante todo el año, ocasionando esto un incremento en el precio del jengibre, lo cual es una ventaja para nosotros, permitiéndonos tener un abastecimiento del producto en forma constante y a un precio estable de comercialización en el mercado extranjero.</p>
--	--	--	---

**Fuente: Nueva Teoría de Comercio Exterior / Teoría de la Oferta y la demanda/ Teoría de la Ventaja Absoluta.
Autor: Santiago Portilla.**

2.3.2. METODOLOGÍA

En la actual investigación se realizó una metodología documental, en la cual se realizó una selección, interpretación y análisis de información, obtenida de diferentes tipos de documentos de interés relacionados con la investigación de estudio, como; libros, artículos de revista, periódicos, proyectos anteriores, monografías, páginas web, leyes, tratados internacionales y reglamentos, que de forma directa o indirecta aportaron información, teniendo como obtención resultados coherentes que fueron de base para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

También se efectuó una recopilación insitu de información donde se aplicó técnicas como es la de; observación y entrevista las cuales fueron aplicadas a productores e importadores de jengibre, para determinar el problema actual existente con la comercialización de este producto hacia el exterior para así poder determinar posibles soluciones que permitan la exportación directa hacia mercados internacionales, enfocada principalmente a Colombia.

Toda la información obtenida ha sido analizada, para lo cual se extrajo los aspectos más relevantes que son de utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO

Comercialización: Es un intercambio ya sea de bienes o servicios estableciendo términos de negociación y estrategias que permitan satisfacer las necesidades del comprador y del vendedor.

Demanda: es la cantidad de productos que el consumidor adquiere para satisfacer necesidades.

Mercado: es un espacio donde se realizan transacciones comerciales entre demandantes y ofertantes.

Acuerdo de Integración: es un proceso en el cual intervienen dos o más países con el fin de eliminar la discriminación existente en el comercio exterior de manera progresiva.

Certificado Fitosanitario: es un documento expedido por la autoridad competente que certifica que el producto se encuentra en condiciones aptas para su exportación y su consumo.

Comercio Exterior: es la acción de comerciar bienes y servicios propios y procedentes de diferentes países, cumpliendo con las formalidades aduaneras exigidas por cada país.

Exportación: es la venta de un bien o servicio hacia el extranjero para su uso o consumo.

Exportador: es toda persona que organice la exportación o venta de cualquier producto hacia el extranjero y esté sometida a la jurisdicción del país de exportación.

Negociación: es una transacción o acuerdo en el cual se involucran dos o más países para el intercambio de bienes y servicios.

Norma de Origen: es un criterio fundamental para determinar la procedencia de un producto.

2.4. IDEA A DEFENDER

El conocimiento de la demanda de jengibre en el mercado de Cali-Colombia permitirá la comercialización de este producto por parte de los productores ubicados en el cantón el Carmen provincia de Manabí.

2.5. VARIABLES

Variable Independiente	Demanda
Variable Dependiente	Comercialización

III. METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Cualitativa.- Se aplicó esta modalidad con el fin de lograr un entendimiento en el comportamiento de los procesos de comercialización que actualmente tienen los productores de jengibre del cantón El Carmen, con el propósito de investigar las relaciones sociales entre productores, comercializadores e importadores y poder determinar la realidad, tal como lo experimentan los correspondientes en sus negociaciones, para lo cual se ha hecho uso de la observación para poder en lo posible registrar todo lo que acontece en el entorno estudiado, y así determinar los principales problemas existentes de la comercialización, tanto interna y externa, que se viene dando desde años atrás con el jengibre.

Investigación Cuantitativa.- La utilización de esta modalidad es para obtener un análisis de los indicadores económicos, tanto de Ecuador como de Colombia, los mismos que permitirán determinar la factibilidad de comercialización del jengibre. Además, se ha tomado en cuenta que una de las variables es la demanda, la cual requiere un análisis exhaustivo de los datos numéricos obtenidos de información de segunda mano validada, que permitan determinar el porcentaje y las proyecciones de dicha demanda.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación documental.- se utilizó este tipo de investigación para obtener información de la recolección, selección y análisis, obtenida de documentos como, libros, revistas, códigos, leyes, reglamentos, periódicos, e investigaciones anteriores que de forma directa e indirecta aportan con esta investigación, para así determinar los procesos de comercialización

nacionales como internacionales, los mismos que se encuentren enmarcados dentro de las leyes que regulan el comercio.

Investigación de Campo.- se realizó este tipo de investigación con el fin de obtener información en el lugar donde se produce el jengibre, para diagnosticar problemas y necesidades de la situación actual que ocurre con este producto, que va desde la producción hasta su comercialización. Esta investigación de campo fue realizada a los productores en el cantón del Carmen provincia de Manabí, importadores de Colombia y a las entidades que regulan y controlan el comercio en las cuales se encuentran; Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), Cámara de la Pequeña Industria del Carchi (CAPEICAR), Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Dirección de Impuestos y Aduanas nacionales de Colombia (DIAN), esto con el fin de obtener información primaria que permita tener un mejor acercamiento a la realidad referente al tema investigado.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

OFERTANTE	GRUPO OBJETIVO
<p>“Productores de jengibre” Número de Productores: Seis (6) País: Ecuador Provincia: Manabí Cantón: El Carmen Tipo de producto: jengibre</p>	<p>Ciudad: Cali Población: 2.319.684 habitantes (DANE, 2013). Segmento desagregado: El jengibre será comercializado con el sector mayorista de Cali-Colombia</p>

<p>La población a investigar del sector ofertante son los productores de jengibre del cantón el Carmen ubicado en la provincia de Manabí, la misma que se compone de una población finita de manera que no es necesario la aplicación de la muestra, la recopilación de la información se la obtuvo de fuentes primarias como la observación y la aplicación de entrevistas y llamadas telefónicas a los productores, también se realizó la investigación de fuentes secundarias a través de la revisión de páginas web que proporcionan información validada como son: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), Banco Central del Ecuador (BCE), Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).</p>	<p>El grupo objetivo de la presente investigación es el sector mayorista de la ciudad de Cali. Los actuales compradores de jengibre en esta ciudad son: Señor Rene Villota, señor Osman Cevallos, señor Humberto Suarez, señor Nelson Méndez y señor Libardo Tobar importadores de jengibre. Para lo cual se tomó en cuenta la información recolectada y analizada de las fuentes primarias y secundarias, la cual ayudó a tomar decisiones sobre este tema de investigación. Por lo cual no se procedió a la aplicación de una muestra.</p>
---	--

**Fuente: Recopilación Insitu.
Autor: Santiago Portilla.**

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda de jengibre en el mercado de Cali-Colombia permitirá la comercialización de este producto por parte de los productores ubicados en el cantón el Carmen provincia de Manabí.

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ¿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 (Cali)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Colombia (Cali)? ¿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, etc.
		Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica que tiene Colombia frente a las Exportaciones? ¿Cuál es la balanza comercial de Colombia? 			
		Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de jengibre? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de jengibre? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar jengibre? Marcado, made in (etiqueta) 			

		Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura (puertos, aeropuertos cruces de frontera) y Tecnología • Cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino 			
	MERCADO	• DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • ¿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	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones de Colombia? • ¿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? 			

VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de jengibre? ¿Cuál es la balanza comercial del Ecuador? 	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web.
		Factores socio económico - Grupo ofertante	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante de jengibre? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante de jengibre? 			Acervo documental
	PRODUCTO / OFERTA	Características del producto Oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> ¿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 precio de mi producto? ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? 	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores

Fuente: Libro Comercio y Marketing Internacional (Lerma, 2010).
Autor: ECEYNCI

3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para recolectar información sobre la demanda de jengibre en Cali Colombia, se realizó una revisión linkográfica y bibliográfica de información otorgada por: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Dirección de Impuestos y Aduanas nacionales de Colombia (DIAN), Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), y Banco de la Republica, los datos suministrados por estas fuentes son analizados e interpretados, lo cual nos ayuda para sustentar las variables de investigación.

Para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, se realizó la recolección y procesamiento de información de fuentes primarias como secundarias, aplicando principalmente las entrevistas, lo cual permitió determinar el entorno de la producción y distribución del jengibre. Es importante tener un asesoramiento de personas conocedoras del problema planteado en el tema de investigación, para que nos puedan otorgar información explícita de la comercialización y demanda de jengibre, para esto se contó con la participación de tres personas que se encuentran directamente involucradas con este trabajo.

La primera persona es el señor Carlos Morocho, productor de jengibre del cantón el Carmen provincia de Manabí, la segunda persona es el señor: Gabriel Fierro productor y exportador de jengibre y el señor: Rene Villota, importador de jengibre en Cali Colombia, a cada uno de ellos se les realizó preguntas relacionadas con su labor mediante entrevistas, lo cual fue provechoso, en la obtención de información detallada en la cual se ha logrado tener un mejor análisis sobre el tema investigado.

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este proceso se realizó una evaluación de la información obtenida, que es de base para establecer criterios los cuales ayuden a tomar las decisiones respectivas y acertadas para esta investigación.

3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL (COLOMBIA)

En esta etapa se presenta información, que es de utilidad para la investigación la misma que es analizada para tener una mejor comprensión sobre el contexto en que se desenvuelve la demanda de jengibre en Colombia, para lo cual se ha considerado los siguientes factores: socioeconómico, geográfico, político, y legal.

TABLA No 1.
INFORMACIÓN GENERAL DE COLOMBIA

	
Capital	Bogotá
Idioma	99,2 % hablan español y el 0,8 % restante tienen dialectos propios
Población	46.582.000 habitantes
Superficie	1.138.910 Km ²
Política	República Democrática
Religión	Católica
Moneda	Peso Colombiano
Principales Ciudades	Bogotá, Medellín y Cali
Principales Puertos	Buenaventura, Cartagena, Barranquilla, y Santa Martha

Principales Aeropuertos	El Dorado- Bogotá, Alfonso Bonilla-Cali, y José María Córdova- Medellín
Pasos Fronterizos	San Miguel-Putumayo, Rumichaca-Nariño, Cúcuta-Santander
Principales sectores productivos	Agricultura, industria, y de servicios.

Fuente: PROECUADOR, PROEXPORT Colombia, DANE.

Autor: Santiago Portilla.

3.6.1.1. Factores Socio-Económicos.

La siguiente tabla indica la situación socioeconómica tanto histórica como actual de Colombia, la cual nos permite evaluar la evolución que ha tenido estos indicadores durante el año 2011 al 2012:

TABLA No 2.
INDICADORES ECONÓMICOS.

INDICADOR	AÑO 2011	AÑO 2012
Producto Interno Bruto (PIB)	USD 327,6 (miles de millones)	USD 365,4 (miles de millones)
PIB per cápita	USD 7.114	USD 7.841
Inflación	3,73 %	2,44 %
Tasa de desempleo	10,8 %	10,4 %
Riesgo País	195 puntos	119 puntos
Índice de Crecimiento poblacional	1,16 %	1.13 %

Fuente: Banco de la República de Colombia (2013).

Autor: Santiago Portilla.

Colombia es un país mega diverso con alrededor de 45.254.000 habitantes, con una superficie de 1.138.910 Kilómetros cuadrados (Km²), su idioma oficial es el español, su capital es la ciudad de Bogotá, la tercera ciudad más

importante es Cali con una población aproximada de 2.319.684 habitantes, su moneda es el peso colombiano. Colombia tiene un **índice de crecimiento poblacional** del 1,13 % como lo indica la tabla No 1, este indicador nos expresa el incremento de la población que ha tenido Colombia durante un tiempo determinado, como se puede observar este índice ha tenido un descenso frente al año 2011, lo que beneficia a la generación actual a tener una reducción en la tasa de desempleo, una mejor distribución de los ingresos y un mejor beneficio en el crecimiento del **Producto Interno Bruto (PIB)**, el cual es calculado por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), labor que realiza trimestralmente, como se puede apreciar en la tabla el PIB ha tenido un crecimiento del 4%, originando esto una evolución en la economía de Colombia, y por ende el incremento de los salarios, y un aumento en el poder adquisitivo de las personas, lo cual ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos de Colombia.

De acuerdo al periódico *El Colombiano* “El PIB de Colombia crecería 4,1 por ciento en 2013 (2013), señala que: “este incremento se ha dado debido a la evolución de los sectores agrícolas y mineros”, lo cual hace que el PIB crezca a un ritmo razonable, logrando así posesionar a Colombia entre las economías más dinámicas del mundo.

El Consejo Nacional Profesional de Economía CONALPE (2012) menciona que:

La expansión del Producto Interno Bruto (PIB) se debe al dinamismo del mercado interno por el lado del sector privado, el fortalecimiento del consumo de los hogares a través del repunte del consumo de bienes durables vía importaciones, la expansión del crédito y el aumento de la inversión privada, la fuerte expansión de las exportaciones minero energético, los buenos precios internacionales de los commodities y el Crecimiento de los sectores transables y no transables.

De acuerdo con lo anterior y analizando el Producto Interno Bruto cabe mencionar que esta evolución de dicho indicador estuvo acorde con lo

esperado por el Departamento Nacional de Estadística DANE, (2013) lo cual hace que todos los sectores se beneficien del buen momento por el que pasa la economía colombiana haciendo que progresen de forma positiva.

GRÁFICO No 1
CRECIMIENTO DEL PIB DE COLOMBIA (%).

	1980 – 1989	1990 - 1999	2000 – 2009	2010 - 2016E
Latinoamérica	2,1%	3,0%	3,1%	4,4%
Brasil	3,0%	1,7%	3,3%	4,7%
Chile	3,6%	6,4%	3,7%	4,8%
Colombia	3,4%	2,9%	4,0%	4,5%
México	2,4%	3,5%	1,8%	3,9%
Perú*	0,6%	3,2%	5,1%	6,4%*

Fuente: Partners Group.
Autor: PROEXPORT Colombia.

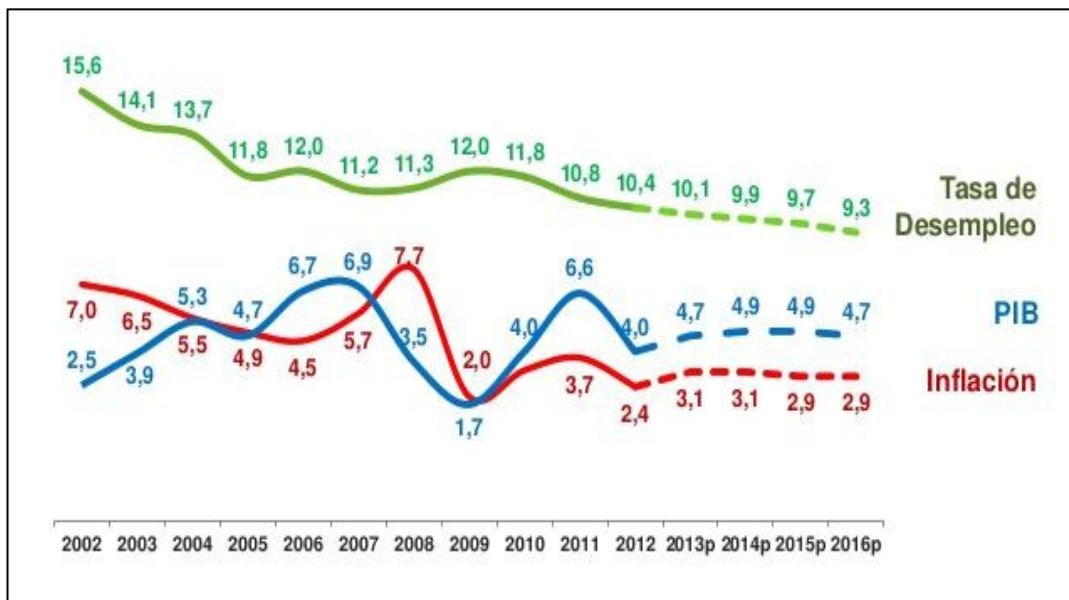
Con respecto a la **inflación** podemos analizar que se ubicó por debajo de las expectativas del mercado, esta fue “favorecida por el buen comportamiento en los precios de los alimentos, las comunicaciones, el transporte y el vestuario” así lo afirma el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2013), este índice es de gran importancia ya que comúnmente es usado como referencia para la fijación de arriendos, salarios, y préstamos, esta medida estadística nos muestra que Colombia tiene una estabilidad económica, estimulando así a los consumidores a demandar más bienes y servicios, además, esta baja inflación, ocasiona una disminución en los intereses, uso eficiente de los recursos productivos, e incentiva a la inversión extranjera.

La tasa de desempleo es calculada mensualmente en Colombia y es un indicador líder que establece el estado del mercado laboral en la economía,

y como podemos analizar este indicador se ha reducido, generando esto un incremento en los salarios, y existiendo una absorción de la fuerza de trabajo existente en Colombia, pero se debe tomar en cuenta que si la tasa de desempleo sigue reduciendo va a incrementarse la inflación, ya que la tasa de desempleo y la tasa de inflación son inversamente proporcionales, lo cual traerá como consecuencia el encarecimiento de la mano de obra.

GRÁFICO No 2.

PIB, INFLACIÓN Y TASA DE DESEMPLEO 2012-2016 (%).



Fuente: DANE 2013.

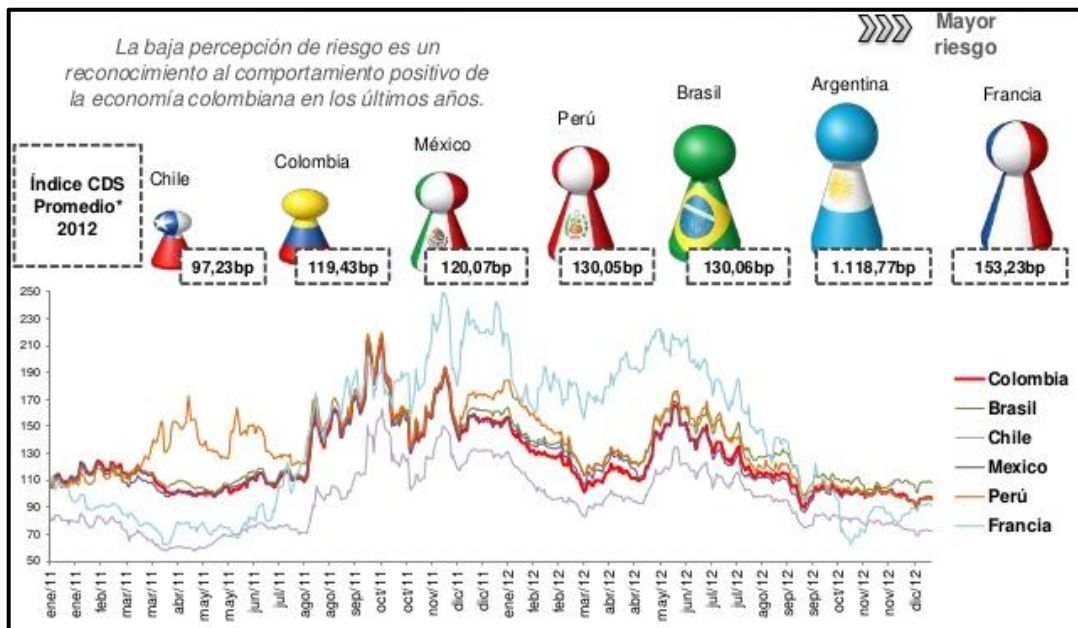
Autor: PROEXPORT Colombia.

Según informe de PROEXPORT Colombia (2013), “el riesgo país de Colombia es actualmente uno de los más bajos de su historia ubicándose en 119 puntos a pesar de la crisis externa existente” este indicador ocasionando una mayor inversión extranjera, ya que este país genera confianza inversionista en los empresarios internacionales, convirtiéndolo en un país seguro y con mucho potencial para realizar negocios debido a sus abundantes recursos que posee, y por su dinámico desarrollo económico.

El Banco Mundial (2013) menciona que:

Colombia sigue siendo uno de los países con mayor atractivo macroeconómico de Latinoamérica por tener una tasa de inflación controlada, una tasa de desempleo reducida y una buena proyección de estos indicadores económicos para los años venideros, por lo que es el momento de aprovechar para poder realizar negocios comerciales con este país.

GRÁFICO No 3 RIESGO PAÍS COLOMBIA (2012).



Fuente: Diario la Republica.
Autor: PROEXPORT Colombia.

3.6.1.2. Factores Políticos y Legales.

El Consejo Superior de Comercio Exterior es el organismo gubernamental encargado de desarrollar políticas comerciales, convenios, y formular estrategias para negociaciones internacionales, el mismo que se encuentra dirigido por el Presidente de la Republica. Esta **política comercial** está ligada directamente con la política económica, y la política cambiaria por ser las que regulan los pagos internacionales, el intercambio de bienes y servicios con el resto de países y el tipo de cambio en el flujo internacional de capitales, la política comercial de Colombia es regulada por la

Organización Mundial del Comercio (O.M.C.), por ser Colombia miembro de esta organización.

Su política Comercial como lo menciona PROEXPORT de Colombia (2012) busca:

Generar procesos de integración comercial, facilitando el acceso a los mercados externos, y avanzar en la armonización de las normas que regulan la actividad económica, si esto se da de la forma correcta el país aumenta en su desarrollo en forma gradual en el mercado mundial.

La política comercial de Colombia ha tenido un cambio significativo en los últimos años sus reformas se han concentrado en la reducción de impuestos a las importaciones y en la eliminación en su gran mayoría de las barreras no arancelarias, debido a los acuerdo comerciales que mantiene con diferentes países, estos acuerdos han ayudado aumentar los intercambios comerciales, los cuales podemos observar en la siguiente tabla.

TABLA No 3.
ACUERDOS COMERCIALES DE COLOMBIA

ACUERDO	SUSCRIPCIÓN	OBJETIVO
ACUERDOS MULTILATERALES		
Organización Mundial del Comercio (OMC)	30-abr-1995	Su objetivo es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible.
UNIONES ADUANERAS		
Comunidad Andina (CAN)	26-may-1969	Promover un desarrollo más acelerado y equilibrado en lo económico y social de los países miembros.
ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO		
Unión Europea	26-jun-2012	Promover la paz, para el bienestar de los pueblos, Desarrollar un mercado interior

		en el que la competencia sea libre, en el marco de una economía social de mercado tendente al pleno empleo.
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	25-nov-2008	fortalecer sus relaciones económicas y establecer un marco para la expansión, diversificación y liberalización del comercio y la inversión
Canadá	21-nov-2008	Contribuir al desarrollo armónico y la expansión del comercio mundial y regional, y proveer un catalizador para una cooperación internacional más amplia.
Triángulo del Norte (El Salvador Guatemala y Honduras)	9-ago-2007	Promueve la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios entre las Partes, elimina las barreras al comercio y facilita la circulación transfronteriza de mercancías y servicios dentro de la Zona de Libre Comercio, promueve condiciones de competencia leal para el comercio entre las Partes.
Chile	27-nov-2006	Promover, en condiciones de equidad, el desarrollo equilibrado y armónico de las Partes.
Estados Unidos	22-nov-2006	Fortalecer los lazos especiales de amistad y cooperación entre ellos y promover la integración económica regional, promoviendo un desarrollo económico integral con el objeto de reducir la pobreza y generar oportunidades alternativas.
México	13-jun-1994	Crear un mercado ampliado y seguro para los bienes y los servicios producidos en sus territorios, reduciendo las distorsiones en el comercio.
ACUERDOS DE ALCANCE PARCIAL		
Venezuela	28-nov-2001	Dar un tratamiento preferencial aplicable a las importaciones de productos originarios de Las Partes, con el fin de promover el desarrollo económico y

		productivo de ambos países
ALADI	12-ago-1980	Promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social. Su objetivo final es el establecimiento de un mercado común latinoamericano.
MERCOSUR	18-oct-2004	Maximizar el aporte de la investigación económica hacia la promoción y la profundización del proceso de integración regional, y la gestión de los desafíos que enfrentan los países de la región.
CARICOM	24-jul-1994	Fortalecer las relaciones comerciales y económicas y de cooperación técnica entre las partes, mediante la promoción y expansión del intercambio de productos originarios de Colombia y CARICOM.
Panamá	9-jul-1993	Diversificar y promover tanto el comercio entre las Partes, como todas las operaciones asociadas al mismo.
Costa Rica	2-mar-1984	fortalecer el intercambio comercial mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias que concederá Colombia a Costa Rica
Nicaragua	2-mar-1984	fortalecer el intercambio comercial mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias que concederá Colombia a Nicaragua
Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC)		Define lograr una mayor diversificación de mercados para los países en desarrollo. A su vez, los Estados impulsores del sistema prevén que dicho mecanismo también profundice la cooperación económica entre las tres regiones involucradas, Asia, América Latina y África.

Fuente: PROECUADOR, Sistema de información de Comercio Exterior (OMC).

Autor: Santiago Portilla.

Analizando estos tratados, el Acuerdo de Cartagena de la Comunidad Andina es el más utilizado entre Ecuador y Colombia en el intercambio de bienes y servicios, por lo que nuestro producto el jengibre gozará de liberación arancelaria, previo a la presentación del certificado de origen.

El Acuerdo de Cartagena y los demás tratados contraídos por Colombia, han sido de gran importancia para este país, ya que estos han contribuido a que Colombia tenga una mejor **balanza comercial**, según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT, 2013) afirma que:

La balanza comercial de Colombia con los acuerdos contraídos ha hecho que se amplié su superávit con Venezuela y CAN. Pero también ha ocasionado que disminuya con EEUU, Chile, Triángulo Norte y Suiza, y por otra parte, amplió el déficit con México, Mercosur y Canadá, la balanza comercial sin petróleo y derivados con países con acuerdo fue deficitaria.

A pesar de esto la balanza comercial actualmente se encuentra en un superávit lo que significa que Colombia exporta más de lo que importa. Esto es muy importante para el país tener la balanza comercial positiva, ya que de esa forma ingresa, más recursos a través de las exportaciones realizadas, ayudando a tener un mayor impulso en la economía nacional.

TABLA No 4.
BALANZA COMERCIAL DE COLOMBIA

Balanza comercial.	2009	2010	2011	2012	2013-ene-feb.
(X) totales (millones de dólares FOB.)	32.853	39.820	56.954	60.274	9.452
(M) totales (millones de dólares FOB.)	31.188	38.351	51.998	58.632	9.229
Balanza comercial total.	1.665	1.469	4.955	4.915	222

Fuente: DANE, Min Comercio.

Autor: Santiago Portilla.

El rubro más destacado de la balanza comercial dentro de las exportaciones fue el petróleo y sus derivados y dentro de las importaciones estuvo el rubro de la manufactura, Los otros rubros, tales como agropecuarios/alimentos y bebidas, productos de industrias extractivas y otros sectores representan aportes en divisas y porcentajes muy bajos.

Las importaciones de bienes y servicios de Colombia tienen **barreras arancelarias**, el objetivo de estas barreras es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países, las barreras arancelarias son los impuestos que deben pagar los importadores en las aduanas de entrada.

Para la importación del jengibre hay que considerar su clasificación arancelaria, el mismo que está contemplado en el Arancel Integrado Andino de Colombia; en la sección II: Producto del Reino Vegetal, Capítulo 9: café, té, yerba mate y especias, Partida: 0910, Sub partida: 0910.10.00.00.

TABLA No 5.
NOMENCLATURA DEL JENGIBRE

NOMENCLATURA	09.10.10.00.00
DESCRIPCIÓN	Café, té, yerba mate y especias Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, «curry» y demás especias. - Jengibre: - - Sin triturar ni pulverizar
UNIDAD FÍSICA	kg – Kilogramo

Fuente: DIAN (2013).
Autor: Santiago Portilla.

Esta clasificación ayuda a determinar los impuestos que debe pagarse por la entrada de nuestro producto jengibre a Colombia los mismos que se muestran en la siguiente tabla.

TABLA No 6.
MEDIDAS ARANCELARIAS.

CONCEPTO	IMPORTACIONES
Gravamen	10 %
IVA	16%
Gravámenes por acuerdos internacionales	0 %
Régimen de Comercio	Libre importación
Documento Soporte	Permiso fitosanitario (previo a la importación)

Fuente: DIAN 2013.

Autor: Santiago Portilla.

El jengibre tiene como gravamen el 0%, con respecto a las **barreras no arancelarias**, esto se debe a que el Ecuador es miembro de la Comunidad Andina lo cual hace que goce de preferencias arancelarias en los productos de exportación. La importación del jengibre debe cumplir con la obtención del certificado fitosanitario el mismo que es emitido por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), estas medidas sanitarias minimizan los factores de riesgo ya que esto representa una diseminación de posibles plagas y enfermedades que puede tener el producto y de esta forma se asegura una movilización del jengibre tanto en el ámbito internacional como nacional, libre de introducción de plagas, garantizando la salud y vida de las personas.

Este tipo de barreras son disposiciones gubernamentales que Colombia impone como una restricción para su ingreso, en el cual el producto a

importarse debe cumplir con ciertos requisitos, estas barreras hacen incrementar la calidad y competitividad de los productos, Colombia al igual que otros países han incrementado y fortalecido las medidas de seguridad fitosanitarias, con la finalidad de mantener un intercambio comercial más ágil y seguro.

3.6.1.2.1 SISTEMA DE ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE.

Para la importación del jengibre se requiere de un empaque el mismo que ayuda a mantener la calidad y proteger el producto durante su transporte este empaque puede ser sacos o cajas, estos deben resistir el manipuleo, la compresión del peso, el impacto y la vibración, si son sacos estos deben ser de yute, nuevos y deben soportar una capacidad de 45 a 50 kilogramos o si son cajas estas deben ser de cartón, nuevas y soportar una capacidad de 25 kilogramos, estas cajas deben ser telescopiables (del tipo usado para el banano), y deben tener las siguientes medidas:

- ❖ Ancho: 50 cm. = 13,4”
- ❖ Largo: 60 cm. = 20”
- ❖ Alto: 27 cm. = 7.9”

En la entrevista realizada al señor Gabriel Fierro, exportador de jengibre (01/2013), manifiesta que:

El jengibre para ser importado debe tener etiquetas, en las cuales debe constar información referente al importador y exportador como es: el nombre, la dirección, el R.U.C, N.I.T y teléfono, además debe constar en la etiqueta la cantidad en kilos que contiene individualmente cada saco o caja de jengibre, esta etiqueta debe estar colocada en cada uno de los sacos o cajas del producto.

Se debe tomar en cuenta todos los aspectos antes mencionados previos a la internacionalización del jengibre al país de Colombia, ya que de esa forma podemos lograr una comercialización satisfactoria.

3.6.1.3. Factores Geográficos.

Para el ingreso y salida de mercancía Colombia tiene una extensa infraestructura, terrestre marítima y aérea lo que facilita las negociaciones comerciales con el resto de países, en la siguiente tabla se indica los puertos aeropuertos y pasos fronterizos de Colombia.

TABLA No 7.
PUERTOS, AEROPUERTOS Y PASOS FRONTERIZOS

PUERTOS	AEROPUERTOS	PASOS FRONTERIZOS
Barranquilla	Barranquilla-Ernesto Cortissoz	Paso Fronterizo San Miguel Putumayo
San Andrés	San Andrés-Gustavo Rojas Pinilla	Paso Fronterizo Rumichaca – Nariño
Buenaventura	Cartagena- Rafael Núñez	Paso Fronterizo Paraguachon
Santa Martha	Rio Negro-José María Córdova	Paso Fronterizo Cúcuta
Nueva Guajira	Pereira-Matecaña	Paso Fronterizo Arauca
Tumaco	Cali- Alfonso Bonilla	
Puerto Fluvial Leticia	Bogotá- El Dorado	
Puerto Fluvial Puerto Carreño	Bucaramanga-Palo Negro	

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

Autor: Santiago Portilla.

Para la importación del jengibre utilizaremos el medio de transporte terrestre por lo cual se lo realizará por el paso fronterizo Rumichaca-Nariño, este proceso está regido por el Sistema Andino de Carreteras, **Decisión 271**, esta decisión clasifica a las vías terrestres en tres grupos: ejes Troncales, ejes Interregionales y ejes Complementarios.

La transportación de jengibre en Colombia se la realizara por el eje troncal occidental donde el punto de destino es la ciudad de Cali, y en el Ecuador se lo realizara por el eje Troncal de la Sierra el cual tiene su culminación en el Puente Internacional de Rumichaca. El trasporte internacional por carretera también es normalizado por la **Decisión 399**, la cual de acuerdo al Literal 1 (2011), menciona que esta “regula las condiciones y requisitos para el permiso de prestación de servicios de transporte internacional de mercancías y la habilitación de automotores que puedan circular por la subregión” (párr.2)

Uno de los compromisos más importantes establecidos en esta Decisión es el de que “los Países Miembros, en sus respectivos territorios, deben conceder el libre tránsito a los vehículos habilitados y unidades de carga, debidamente registrados, para el transporte internacional” (Art. 14).

3.6.1.4. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO		
	OPORTUNIDAD	AMENAZA
ENTORNO SOCIO ECONÓMICO		
Producto Interno Bruto (PIB)	3	
PIB per cápita	3	
Inflación	3	
Tasa de desempleo	2	
Índice de Riego País	3	
Índice de Crecimiento Poblacional	2	
Suma	16	0
Promedio	2,6	0
ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL		

Balanza Comercial		2
Acuerdos Comerciales	3	
Barreras Arancelarias	3	
Barreras No Arancelarias		1
Suma	6	3
Promedio	3	1,5
ENTORNO GEOGRÁFICO		
Modos de Transporte	3	
Desc. 271/399	3	
Suma	6	0
Promedio	2	0

RESUMEN		
	OPORTUNIDAD	AMENAZA
Entorno Socio-Económico	2,6	
Entorno Político y Legal	3	1,5
Entorno Geográfico	2	
Suma	7,6	
Promedio	2,6	

OPORTUNIDADES	Alta	2,6
	Mediana	
	Baja	
DEBILIDADES	Alta	
	Mediana	
	Baja	1,5

Con el respectivo análisis del POAM, Colombia tiene un puntaje alto en lo que respecta a las oportunidades y en las amenazas tiene un puntaje bajo,

lo que hace que este país tenga una economía estable, para realizar negociaciones comerciales, esta estabilidad económica hace que los productos extranjeros se posesionen en el mercado con mayor facilidad, es así que nuestro producto jengibre con las oportunidades que ofrece Colombia, tiene un motivo más sólido para internacionalizarse, convirtiéndose estas oportunidades como una estrategia para exportar, es importante reconocer que estas oportunidades que brinda Colombia responde a una actividad comercial con una visión a mediano plazo, por lo que es importante aprovechar momento oportuno que nos ofrece este país.

3.6.2 ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO

3.6.2.1 Perfil del Consumidor

Sobre los gustos y preferencias del consumidor el jengibre se ha transformado en un producto de consumo diario en la población de Colombia por el existente crecimiento de las tendencias light y las tendencias saludables en las personas, lo cual favorece al producto y su comercialización.

El señor Rene Villota, importador colombiano de jengibre, en la entrevista realizada (07/2012) afirma que “en la ciudad de Cali Colombia el jengibre es utilizado para fines medicinales y culinarios”, además el diario El Hoy (2014) menciona que: “el jengibre se lo consumen para estimular el apetito y activar los procesos digestivos”, en esta ciudad el jengibre ocupa un lugar muy importante dentro de las especias más utilizadas por los consumidores ya que aprecian bastante los sabores ácidos.

Según Álvarez (2013) menciona que “El jengibre tiene un cálido aroma un sabor picante y ligeramente amargo, y no tiene un aporte nutricional

marcado porque es consumido en pequeñas cantidades, al consumir jengibre se ingieren adicionalmente ciertas cantidades de calcio y fósforo, es un producto también rico en sustancias aromáticas y aceites esenciales.”
(p. 4)

El señor Rene Villota, importador colombiano de jengibre, en la entrevista realizada (07/2012) afirma que:

la parte que se utiliza del jengibre es la raíz, este producto en esta ciudad es adquirido por Kilo en los mercados mayoristas y minoristas, la mayor parte de jengibre que se expende en esta ciudad es importado del Ecuador.

3.6.2.2 El Producto: importaciones, exportaciones, producción nacional, precio referencial y competencia.

Colombia ha realizado exportaciones como importaciones del jengibre hacia y desde diferentes países, en la siguiente tabla se puede visualizar cómo ha evolucionado durante los últimos cinco años estos dos rubros.

TABLA No 8.
EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE JENGIBRE

Subpartida	0910.10.00.00	
Descripción	Jengibre	
Unid. comercial	Kilogramo (KG):	
Año	Peso Neto (Kg).	Valor FOB (USD)
2008	77	246,76
2009	10.022	31,112.50
2010	22.028	78,329.55
2011	30.050	157,455.00
2012	934	1,358.84

Fuente: DANE.
Autor: Santiago Portilla.

TABLA No 9.
IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE JENGIBRE

Subpartida	0910.10.00.00		
Descripción	Jengibre		
Unid. comercial	Kilogramo (KG):		
Año	Peso Neto (Kg).	Valor FOB (USD)	Valor CIF (USD)
2008	275.917	70,921,76	78,588.02
2009	225.680	78,601.71	89,527.09
2010	318.542	75,707.39	83,051.03
2011	540.444	95,973.67	117,323.93
2012	524.273	102,718.70	122,633.97

Fuente: DANE.
Autor: Santiago Portilla.

TABLA No 10.
IMPORTACIONES DE JENGIBRE DESDE EL ECUADOR

Subpartida	0910.10.00.00		
Descripción	Jengibre		
Unid. comercial	Kilogramo (KG):		
Año	Peso Neto (Kg).	Valor FOB (USD)	Valor CIF (USD)
2012	352.800	39,139.00	41,482.87

Fuente: Sistema estadístico de Comercio Exterior (SIEX) / DIAN.
Autor: Santiago Portilla.

A través del análisis de los datos tanto de importaciones como de exportaciones de Colombia podemos determinar que este país tiene un mercado de consumo muy amplio para el jengibre lo que hace que sus importaciones sean mayor que sus exportaciones, también se debe tomar en cuenta que Colombia es ofertante de este producto, lo cual no produce la cantidad requerida por los países demandantes del jengibre Colombiano, por lo que debe abastecerse mediante la importación de este producto de otros países en el que se encuentra incluido Ecuador como se lo visualiza en la tabla No 8, en la que tiene una gran participación en el mercado Colombiano.

De acuerdo al plan Hortícola Nacional (PHN), elaborado por la Corporación Colombiana internacional (CCI),(2010), **La producción** de jengibre en Colombia se la realiza en los departamentos de Huila, Tolima, Cesar, Magdalena y Valle del Cauca, ya que estos departamentos cuentan con terrenos que reúnen las condiciones ecológicas para el cultivo, los mismos que cumplen con los parámetros de alta y bien distribuida pluviosidad, suelos ricos en nutrientes con muy buen drenaje y aireación, adecuado sistema de riego y las técnicas de cosecha, poscosecha y sistemas de calidad, la producción de jengibre de Colombia se la indica en la siguiente tabla.

TABLA No 11.
PRODUCCIÓN DE JENGIBRE COLOMBIANO.

AÑO	PRODUCCIÓN (TM).
2008	89
2009	73
2010	90
2011	150
2012	133

Fuente: DANE.
Autor: Santiago Portilla.

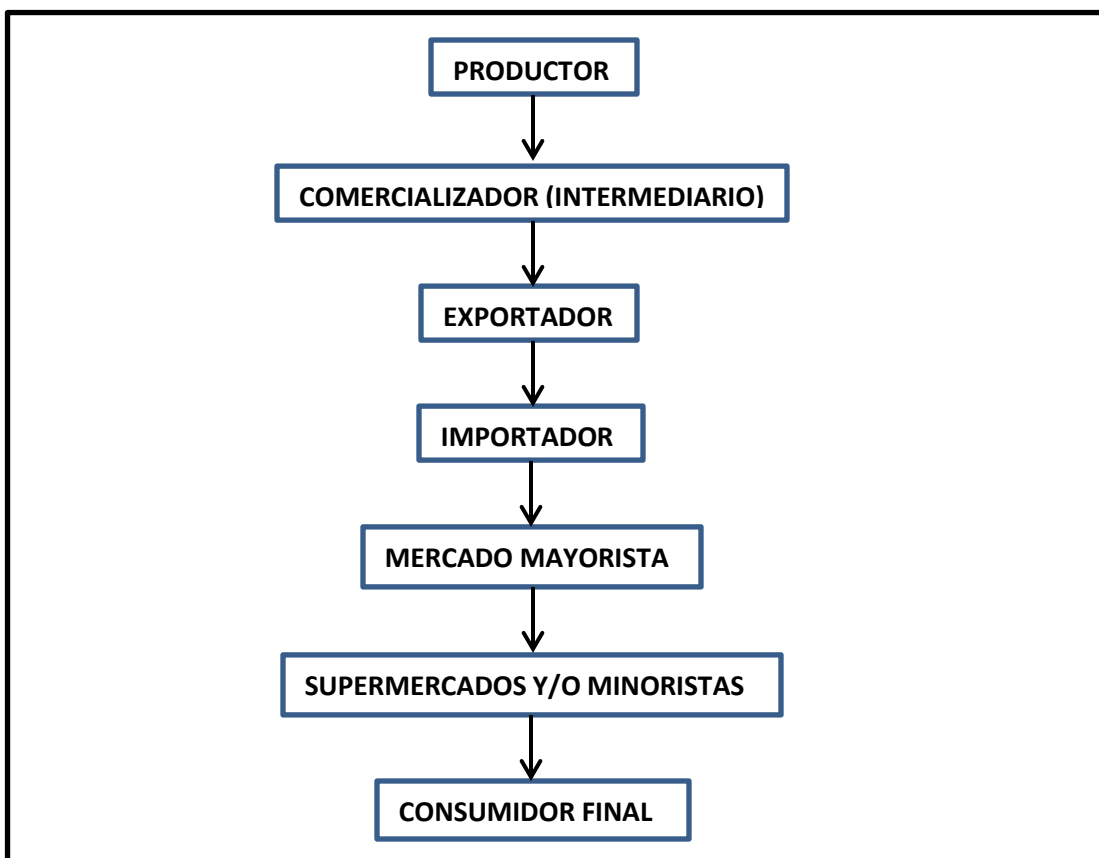
En cuanto al **precio referencial** del jengibre en Colombia; en la entrevista realizada al señor Rene Villota, importador de Jengibre, (01/2013), afirma que “el precio del kilo de jengibre al por mayor en Cali es de 8.000 pesos equivalente a 4,00 dólares”.

El proceso mediante el cual el jengibre llega al mercado Colombiano se guía actualmente mediante un **canal de distribución** a través del cual los productores, y/o exportadores ponen a disposición de los importadores el jengibre, para que estos pongan este producto al consumidor final. La

separación geográfica entre exportadores e importadores y la imposibilidad de situar la producción frente al consumidor hacen necesaria la distribución del jengibre, desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

En el canal de distribución del jengibre el punto de partida de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El vínculo de personas que están entre productor y consumidor final son intermediarios, este canal de distribución lo podemos observar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO No 4.
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Sr. Rene Villota (importador-jengibre)/ Sr. Gabriel Fierro (exportador jengibre).

Autor: Santiago Portilla.

Colombia solo realiza sus importaciones de jengibre del Ecuador y del Perú, por lo cual Perú es considerado la única competencia internacional para este producto, así lo demuestra el Sistema Estadístico de comercio Exterior (SIEX) en los últimos datos publicados en el año 2011.

GRÁFICO No 5. COMPETENCIA INTERNACIONAL

IMPORTACIONES POR SUBPARTIDA Y PAIS DE ORIGEN							
PARAMETROS DE CONSULTA							
Selección Tiempo: Anual							
Periodo (aaaaxx): 2011							
Cod. País: 589, País: Peru							
Cod. Capítulo: 09							
Cod. Partida: 10							
Cod. Subpartida: 100000							
Cod. Unidad Comercial: KG							
Capítulo	Partida	Subpartida	Unid. Comercial	Cantidad	Peso Neto (Kgm)	Valor Fob (US\$)	Valor Cif (US\$)
09	10	100000	KG	144,579	144,579.00	31,160.55	43,821.92
Registro 1 de 1							
Acumulado Peso Neto (Kgm) : 144,579.00							
Acumulado Valor Fob (US\$) : 31,160.55							
Acumulado Valor Cif (US\$) : 43,821.92							

Fuente: Sistema Estadístico de comercio Exterior (SIEX)
Autor: SIEX-DIAN

3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DE ECUADOR.

3.6.3.1 Factores Políticos y legales.

La política comercial del Ecuador está enfocada en tener un mayor acercamiento en el sector productivo y promover el comercio internacional como lo indica el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010) en su artículo 93:

El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.

- a).** Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales
- b).** Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten.
- c).** Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros.
- d).** Asistencia o facilitación financiera de acuerdo al programa nacional de desarrollo;
- e).** Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,
- f).** Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva.

Anteriormente la ejecución de la política comercial del país estaba a cargo del organismo privado, Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), actualmente está a cargo PROECUADOR cuyo objetivo principal es la promoción de la exportaciones de bienes y servicios con énfasis en la diversificación de productos, y mercados.

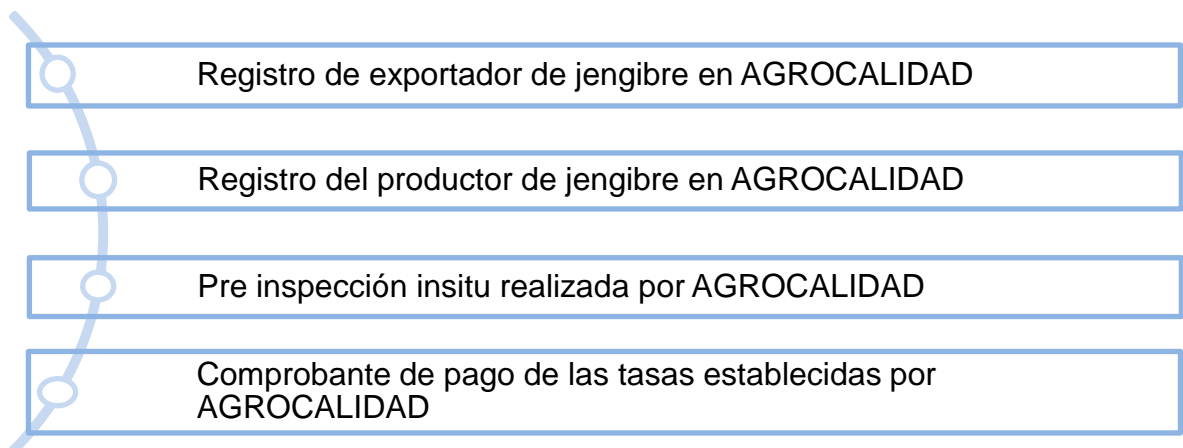
El gobierno de Rafael Correa ha propendido de cierta manera transparentar las negociaciones de la política comercial y ha intentado tomar distancia con el enfoque de libre comercio.

El Instituto de Altos Estudios Nacionales en su cuaderno de política pública No 1 (08-2012) menciona que:

La política comercial bajo el gobierno de Rafael Correa se ha desarrollado en el marco de una propuesta política de pretensiones rupturistas, dentro de la cual se destacan tres elementos: El rechazo del neoliberalismo; Un proceso constituyente que busca redefinir el paradigma socio-económico del país en base al concepto del Buen Vivir; Una proyección hacia la integración regional por medio de instituciones como la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América – Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP) y la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

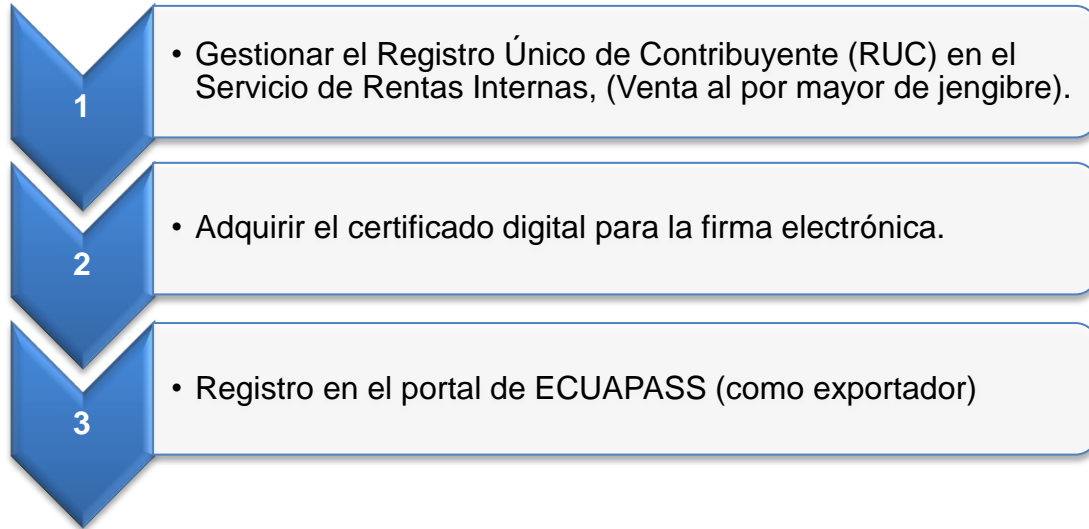
La constitución del Ecuador también establece conjuntos de principios y procedimientos para normar la política comercial, esta normativa es importante para la evaluación y desarrollo de acuerdos de integración del Ecuador con otros países. Bajo la concepción de los acuerdos de integración para el desarrollo, el Ecuador trata actualmente de incentivar la complementariedad y la solidaridad entre los países, y ha procurado disminuir la debilidad externa, a través de la diversificación de productos y de mercados de exportación.

La política comercial también aplica el uso de la política arancelaria, la cual comprende **medidas arancelarias** y **no arancelarias**, para la exportación de jengibre no existen medidas arancelarias ya que esta medida está dirigida directamente para las importaciones, con respecto a las medidas no arancelarias, el jengibre está sujeto a la obtención previo del permiso Fitosanitario de exportación, el mismo que es emitido por la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), esta institución es la encargada de aplicar las medidas fitosanitarias para garantizar la situación fitosanitaria de los productos agrícolas de exportación, para la emisión del certificado Fitosanitario debemos cumplir con los siguientes requisitos:



Fuente: AGROCALIDAD.
Autor: Santiago Portilla.

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), (2013) para realizar la exportación de jengibre hacia el país de Colombia debemos cumplir con los siguientes requisitos:



Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
Autor: Santiago Portilla.

Además se debe cumplir con los siguientes documentos para realizar la exportación:



Fuente: AGROCALIDAD
Autor: Santiago Portilla.

3.6.3.2. Factores Socio, Económicos (País y Sector o Empresa, Balanza Comercial)

De acuerdo a los datos obtenidos del banco central del Ecuador relacionados con las exportaciones e importaciones de jengibre para los últimos cinco años, se determina la siguiente **balanza comercial** con la información que se muestra en las tablas:

TABLA No 12.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE JENGIBRE

Subpartida	0910.10.00.00	
Descripción	Jengibre	
Unid. comercial	Kilogramo (KG):	
Año	Peso Neto (Kg).	Valor FOB (USD) miles de dólares
2008	220.130	44.74
2009	292.410	39.83
2010	569.870	243.33
2011	401.110	75.86
2012	204.630	29.83

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Autor: Santiago Portilla.

TABLA No 13.

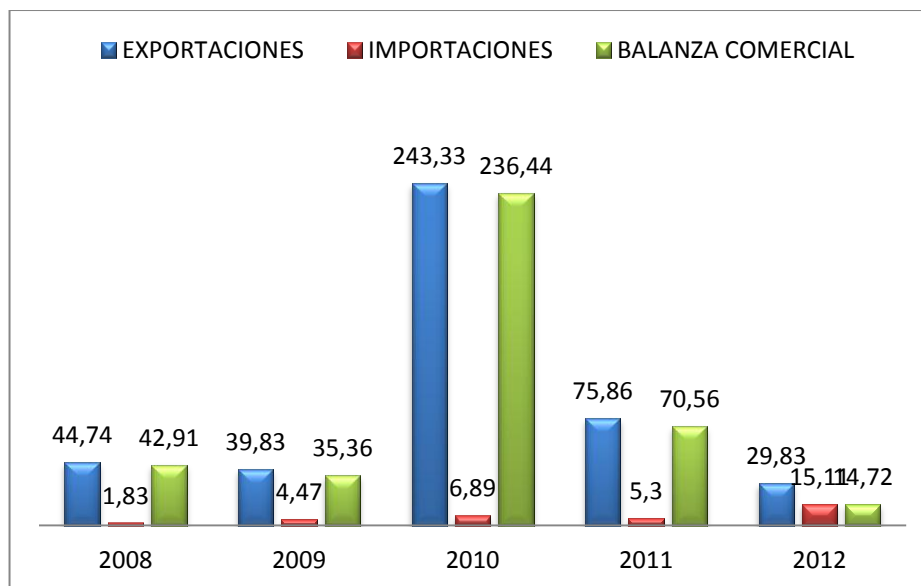
IMPORTACIONES ECUATORIANAS DE JENGIBRE

Subpartida	0910.10.00.00		
Descripción	Jengibre		
Unid. comercial	Kilogramo (KG):		
Año	Peso Neto (Kg).	Valor FOB (USD) miles de dólares	Valor CIF (USD) miles de dólares
2008	650	1.83	1.98
2009	15800	4.47	4.69
2010	900	6.89	7.06
2011	550	5.30	5.46
2012	1850	15.11	15.56

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Autor: Santiago Portilla

GRÁFICO No 6.
BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE JENGIBRE
(MILES DE DOLARES FOB)



Fuente: Banco Central del Ecuador.
Autor: Santiago Portilla.

De acuerdo al análisis podemos comprobar que el Ecuador es un país que exporta jengibre en cantidades mayores a las importadas, esto significa una balanza comercial positiva registrada durante los últimos cinco años, por lo cual podemos determinar que nuestro país es un gran productor de jengibre con potencial exportador del mismo.

Sin embargo, este producto representa muy poco en la balanza comercial total del Ecuador, pero es de gran vitalidad para el desarrollo del país y agrandar el Producto Interno Bruto (PIB), además de generar divisas provenientes de esas exportaciones. El Ecuador tiene una buena diversificación de mercados para el jengibre, siendo el principal mercado Colombia, siendo este uno de los países que más demanda el jengibre

ecuatoriano, teniendo una participación del 78% del total exportado por el Ecuador.

GRÁFICO No 7.

PAISES IMPORTADORES DE JENGIBRE ECUATORIANO.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0910100000	JENGIBRE	ESTADOS UNIDOS	286.10	215.62	49.73
		COLOMBIA	1,322.45	142.50	32.87
		PUERTO RICO	50.41	61.24	14.13
		ESPAÑA	27.65	10.97	2.53
		FRANCIA	0.36	2.62	0.61
		ANTILLAS HOLANDESAS	0.08	0.33	0.08
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	1.10	0.32	0.08
TOTAL GENERAL:			1,688.13	433.57	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Autor: Banco Central del Ecuador

En el **sector ofertante** el Ecuador en la actualidad tiene 32 exportadores de jengibre tal como lo indican los datos del Banco Central del Ecuador, lo cual permite determinar que la demanda del jengibre es alta por parte de otros países y el Ecuador tiene clima y áreas suficientes para extender la producción de este producto y convertirse en el primer exportador del rizoma, para lo cual se necesita los esfuerzos conjuntos de agricultores, exportadores y principalmente del Gobierno.

TABLA No 14.
POBLACION OFERTANTE EN EL ECUADOR.


SUBPARTIDA	DESCRIPCION
09.10.10.00.00	Jengibre.
NOMBRE OFERTANTE	
Alba del Ecuador S.A.	HUMANY CARE ECUADOR S.A
ASERTIVASERVI S.A.	JMW TROPICAL & JR PRODUCE CORP S.A.
Barreno Navarrete Lilian Maribel.	Macías Mosquera Amalia
Benítez Pailacho Patricia del Carmen.	Meza Oneil José Benjamín
Cabrera Larrea Guillermo Patricio.	Obando Mera Jimmy Rolando
Castro Jorge Hernando.	Palma Ramírez Jorge
CIMEXPORT S.A.	Ramírez Cevallos Líber
FRESHNATURAL S.A.	RITCYMAR S.A.
Comercializadora Colombo Ecuatoriana S.A.	Salazar Valencia Jorge Luis
Corporación Pakta Mintalay.	Sampedro García Edwin Stalin
ECUBOS compañía Anónima.	Seaman Ricaurte Luis Fernando
FADAVILL S.A.	ITAMAREX
FGENTERPRISE S.A.	Soto Romero Roberto
Fierro Fierro Gilberto Gabriel	TROPICALEXPORT S.A.
Fundación RANTINPAK	TROPICALFRUIT EXPORT S.A.
GRUPOROLDAN CIA LTDA	Vallejo Dorado Milton Ismael

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Autor: Santiago Portilla.

3.6.4. ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO: Análisis de Proveedores

Para conocer más sobre el jengibre se ha elaborado una ficha técnica que permite determinar las características, su uso y componentes del producto.

FICHA TÉCNICA No 1.
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.

Gráfico del producto:	Nombre comercial: Jengibre
	Nombre científico: Zingiber Officinale
	Posición arancelaria: 0910.10.00.00
	Descripción general: Planta perenne de la familia de zingiberáceas de hasta 1,8 m de altura.
Exigencias de cultivo:	Clima: tropical, caliente, húmedo
Usos:	Gastronomía, medicina, bebidas, perfumería.
Componentes nutricionales:	Calorías, carbohidratos, cenizas, fibra, grasa, ácido ascórbico, calcio, fosforo, niacina, hierro, riboflavina, tiamina.
Componentes químicos:	Sesquiterpenos (51.3%), Citral (23%), Zingiberol (25%), Monoterpenos (0,7%).

Fuente: Universidad Tecnológica Equinoccial.
Autor: Santiago Portilla.

TABLA No 15.
INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL JENGIBRE

Información Nutricional	Composición en 100g de parte comestible (%)
Calorías	47
Carbohidratos	9
Fibra	0,9
Vitamina C (mg)	2
Calcio (mg)	44
Fosforo (mg)	66
Hierro (mg)	1,8
Vitamina B3 (mg)	0,7
Vitamina B2 (mg)	0,06
Vitamina B1 (mg)	0,02

Fuente: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Autor: Santiago Portilla.

El mercado ecuatoriano de jengibre es muy pequeño, por cuanto este es un producto no tradicional lo que ha ocasionado que no tenga un buen desarrollo en cuanto a su producción, motivo por el cual no cuenta con diversidad de proveedores, a pesar de que el Ecuador cumple con las condiciones climáticas, que permite facilitar el cultivo de esta especia con bajos costos, por ser producido de una forma artesanal.

En la siguiente tabla se detalla los principales productores de jengibre del Cantón el Carmen provincia de Manabí y la cantidad del producto que ellos disponen mensualmente.

TABLA No 16.
PROVEEDORES DE JENGIBRE – DISPONIBILIDAD MENSUAL

PRODUCTORES	DISPONIBILIDAD (TM)
Gabriel Fierro	4,10
Miguel Emperador Poveda	1,30
Carlos Morocho	7,40

COMPEIRA S.A.	5,50
INEXA	14,70
Agro Trading Cía. Ltda.	9,00
TOTAL	42

Fuente: AGROCALIDAD / Recopilación Insitu.

Autor: Santiago Portilla.

De los productores antes mencionados el mayor productor de jengibre es INEXA con 17 años dedicado al cultivo de este producto, seguido de Agro Trading Cía. Ltda., con 11 años dedicado a esta actividad.

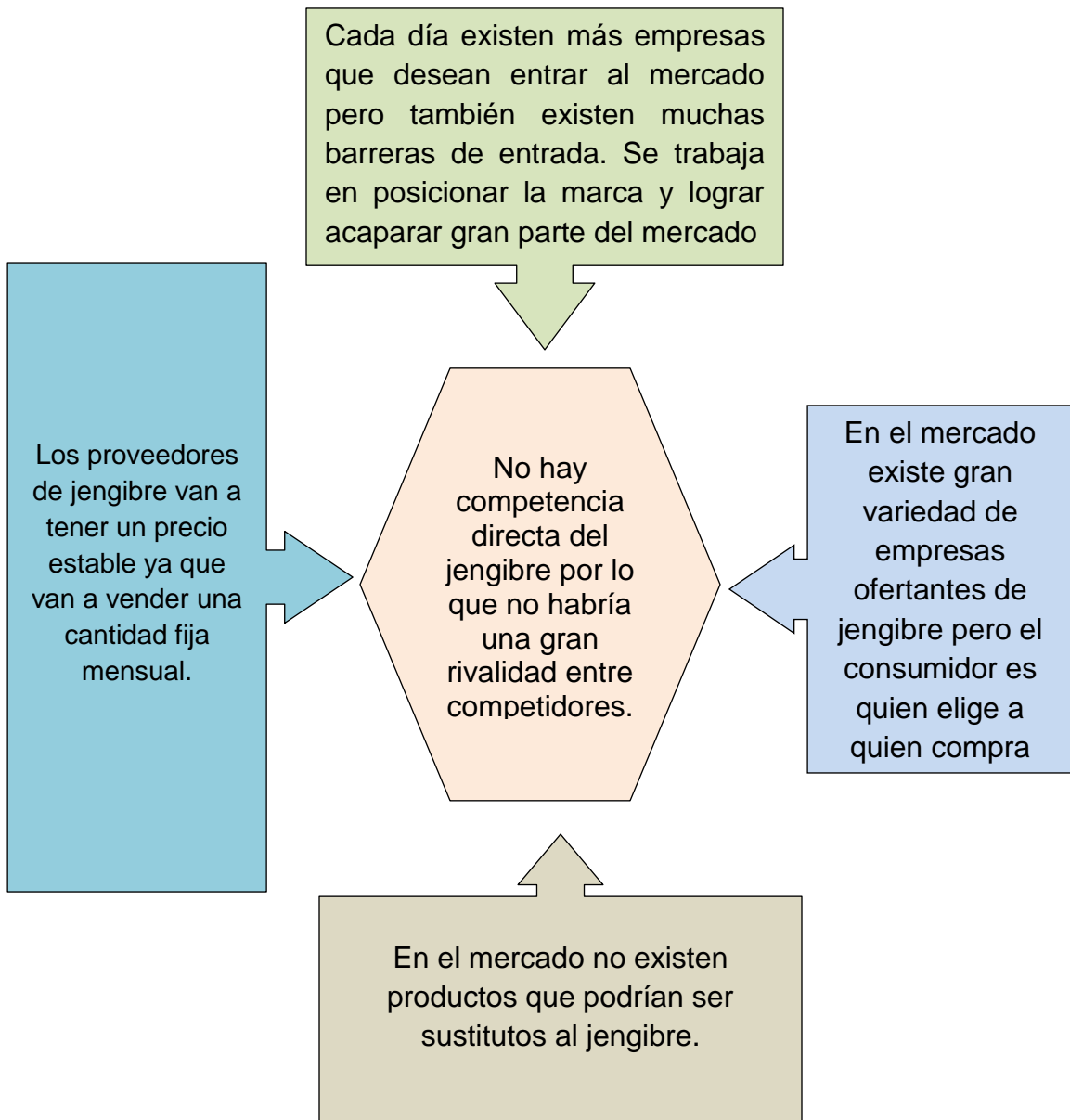
El cantón El Carmen tiene 20 hectáreas destinadas a la producción de jengibre, en cada hectárea se puede cosechar 2,1 toneladas, en total la producción es de 42 toneladas mensuales, el precio por tonelada es de 1.250 dólares actualmente.

3.6.5 FODA

3.6.5.1 Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de producción agrícola• Producción durante todo el año• Mayor parte de la producción destinada para la exportación• Bajos costos de producción.• Disponibilidad de mano de obra para el cultivo	<ul style="list-style-type: none">• Demanda creciente principalmente en el mercado colombiano.• Altos precios de compra.• El producto no tiene restricciones para ser importado por Colombia.• EL producto tiene liberación de aranceles por el Acuerdo de Cartagena.• El riesgo país de Colombia se encuentra entre los más bajos de Latinoamérica.• Buena infraestructura vial con libre tránsito vehicular
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Falta de áreas de sembrío.• Falta de promoción del producto en el mercado interno y externo.• Restringido acceso a información del mercado extranjero.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia internacional (Perú).

3.6.5.2 Fuerzas de Porter.



Fuente: Business School. (2008)
Autor: Santiago Portilla

3.6.7 PROYECCIONES DEL ESTUDIO.

3.6.7.1 DEMANDA EFECTIVA.

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA	POBLACION N NACIONAL	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT (KG)	POBLACIÓN ESTRATIFICADA CALI (90.20%)	DEFICIT TOTAL CALI (KG).	COBERTURA		
	TM	TM	TM	TM		REAL (KG)	RECOMENDADO (KG)				(KG)	(KG)	(TM)
2008	0,077	275,92	89	365	44451000	0,008	8,00	7,99	2194695				
2009	10,02	225,68	73	289	44979000	0,006	8,00	7,99	2219633				
2010	22,03	318,54	90	387	45510000	0,008	8,00	7,99	2244536				
2011	30,05	540,44	150	660	46045000	0,014	8,00	7,99	2269532				
2012	0,93	524,27	133	656	46582000	0,014	8,00	7,99	2319684	18524788	504000	504	
2013	19,14	620,41	157	758	47111800	0,016	8,00	7,98	2339579	18679002	504000	504	0,03
2014	21,32	701,56	173	853	47644600	0,018	8,00	7,98	2369567	18914099	504000	504	0,03
2015	23,49	782,71	190	949	48177400	0,020	8,00	7,98	2399555	19149184	504000	504	0,03
2016	25,67	863,86	206	1044	48710200	0,021	8,00	7,98	2429542	19384256	504000	504	0,03
2017	27,84	945,00	223	1140	49243000	0,023	8,00	7,98	2459530	19619317	504000	504	0,03
TOTAL	118,40	4438	1081	5400						114270645	3024000	3024,00	0,13

Fuente: ECEYNCI

Autor: Santiago Portilla.

Durante la investigación se utilizaron datos obtenidos del Sistema Estadístico de Comercio Exterior (SIEEX) de Colombia y del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE) en donde se pudieron obtener datos correspondiente a las exportaciones e importaciones; información con la cual se realizaron proyecciones de estudio para determinar el crecimiento para los cinco años posteriores a esta investigación, para lo cual se utilizó las siguientes formulas:

$$a = \frac{\sum y \cdot \sum x^2 - \sum x \cdot \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

En donde:

N	Número total de años
X	Cantidad de años cuyos datos serviran para la proyección
Y	Cantidad del producto exportado o importado de los años anteriores a la proyección.

Luego se aplicó la siguietne formula para obtener el dato total de la proyección:

$$y = a + bx$$

Y	Cantidad del producto exportado o importado proyectado
----------	--

En base al análisis de la tabla de proyecciones podemos determinar la situación actual del mercado colombiano en el producto jengibre, obteniendo así dantos cuantitativos de la información recopilada de fuentes secundarias, la cual indica que existe una gran demanda insatisfecha en la ciudad de Cali,

teniendo nosotros como participación para cubrir parte de esa demanda un 0,03%.

Para la determinación de **consumo nacional aparente** (CNA) se aplica la siguiente fórmula: Producción Nacional + Importaciones – Exportaciones = CNA, este dato indica la cantidad de jengibre que ha tenido Colombia durante los últimos cinco años para el consumo, dando un valor de 656 toneladas dicho valor multiplicado por la población total de Colombia se puede determinar el consumo per cápita real anual, y para los siguientes años se ha realizado proyecciones, tomando como base el año 2012. El jengibre es un producto no tradicional que tiene como consumo per cápita anual recomendado el 8%, estos indicadores determinan el déficit existente de jengibre en Colombia

Para determinar la **demandas insatisfechas** de jengibre existente en el mercado colombiano, ha sido necesario determinar previamente el número de población estratificada, la misma que es multiplicada por el déficit existente dando como resultado el déficit total existente de jengibre que para el año 2012 es de 18.524,78 toneladas, y para los siguientes años se ha realizado proyecciones.

3.6.8 IDEA A DEFENDER.

El conocimiento de la demanda de jengibre en el mercado de Cali-Colombia permitirá la comercialización de este producto por parte de los productores ubicados en el cantón el Carmen provincia de Manabí.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Ecuador es un país que cumple con todas las condiciones climáticas para cultivar con facilidad y a bajos costos gran cantidad de jengibre, que cumpla con requisitos de calidad.
- En cuanto a las exportaciones, el jengibre tiene un amplio mercado en Colombia debido al alto consumo en sus preparaciones alimenticias, y uso en la agroindustria.
- Colombia tiene el 78% del total importado del Ecuador en el año 2012, siendo el país con mayor demanda de jengibre ecuatoriano.
- El jengibre ecuatoriano es muy apreciado en el mercado internacional ya que es un producto de alta calidad.
- A nivel mundial el jengibre es comercializado de distinta presentación, pero el Ecuador solamente lo comercializa fresco debido a la falta de capital para generar fábricas industriales con tecnología adecuada que le den valor agregado al producto.
- El jengibre es un producto que no enfrenta barreras arancelarias, por ser Ecuador miembro de la Comunidad Andina, lo que permite tener una mayor rentabilidad con su comercialización.

- Los costos para producir jengibre son bajos, y estos costos se los recupera en corto plazo, puesto que el costo de venta del jengibre en el mercado Colombiano es bastante alto
- De acuerdo al análisis financiero el VAN se muestra positivo equivalente a 124.605,72 dólares; y una TIR de 35,47%, indicando que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de 1,82 dólares, tal como lo muestra el costo beneficio; estos valores son con financiamiento, Todo ello permite concluir que este proyecto es factible y rentable, haciendo conveniente la implantación del mismo.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Se debe mantener y desarrollar buenas relaciones comerciales entre productores, empresa exportadora, e importadores, para poder tener una mejor comercialización del jengibre.
- Es necesario establecer negocios con proveedores de otras provincias del Ecuador para lograr un mayor abastecimiento del producto.
- Se tiene que extender la investigación del cultivo de jengibre, con la finalidad de implantar nuevos procesos, que permitan tener una producción más eficiente, para tener así una mayor oferta.
- Es de gran importancia que los pequeños productores de jengibre de todas las provincias del Ecuador se asocien, de manera que se pueda satisfacer en mayor parte la demanda insatisfecha existente en el mercado Colombiano.

- Es esencial hacer llegar al sector productivo la información necesaria y oportuna sobre potenciales mercados internacionales, contactos comerciales y los requerimientos de acceso a estos mercados.

V. PROPUESTA

5.1. TÍTULO.

Estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia.

5.2. JUSTIFICACIÓN.

Los procesos logísticos, la distribución física Internacional y los estudios financieros han tomado una gran importancia en la actualidad debido al fenómeno llamado globalización, esto hace que las empresas busquen formas innovadoras de producción, distribución y venta de sus productos de esta forma las empresas optan por innovar en sus procesos los cuales son complejos y dinámicos y por lo tanto demanda usos de diversas herramientas, como es análisis del mejor canal de distribución, el cual nos ayuda a que el jengibre este en el lugar y en el tiempo requerido por nuestros clientes, optimizando así los recursos disponibles que se requieren para su comercialización, logrando abaratar costos y reducir tiempos permitiendo así una satisfacción completa del cliente.

Luego de haber determinado que existe una demanda insatisfecha en el mercado colombiano, se plantea el desarrollo de un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia donde existe una mayor cantidad demanda de jengibre.

Para el buen desarrollo de este estudio de factibilidad se realizara tres estudios: técnico, logístico y financiero dentro de los cuales se toma en cuenta las funciones de abastecimiento, volumen, sistema de transporte y almaceneras, haciendo que la comercialización sea mucho más rápido, simple, cómodo, y económico minimizando los factores humanos y factores materiales demandados, lo cual permitirá internacionalizar nuestro producto con calidad y en óptimas condiciones en el mercado Colombiano, pero hay que tomar en cuenta que estas actividades deben estar coordinadas entre sí para lograr la eficiencia requerida en todo el proceso de comercialización de jengibre.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar los requerimientos técnicos más apropiados para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí.
- Formar un sistema de Distribución Física Internacional que beneficie la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí.

- Evaluar económicamente la rentabilidad de comercializar jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, hacia la ciudad de Cali - Colombia.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO

5.4.1.1. REQUERIMIENTO DEL ESPACIO FÍSICO

Para realizar la negociación del jengibre se debe contar con una instalación que ofrezca condiciones físicas adecuadas, y espacio suficiente para el manejo y operación del proceso logístico de exportación., para lo cual se ha elaborado la siguiente tabla.

TABLA No 17.
REQUERIMIENTO ESPACIO FÍSICO.

ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO ESPACIO FÍSICO M²
Área de comercio exterior	20 m ²
Área de archivo	8 m ²
TOTAL	28 m²

Fuente: Sociedad Civil ITAMAREX

Autor: Santiago Portilla.

5.4.1.2. PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Los rubros de activos fijos así como sus valores en el mercado se detallan en la tabla siguiente

:

TABLA No 18.
ACTIVOS FIJOS.

ACTIVOS FIJOS.			
DETALLE.	CANTIDAD.	VALOR UNITARIO.	VALOR TOTAL. (USD)
VEHICULO			7000
Vehículo	1	7000	7000
MUEBLES Y ENSERES			2210
Escritorio	4	200	800
Sillas	6	30	180
Sillón tripersonal de espera	1	250	250
Sillón ejecutivo	1	140	140
Archivador	3	220	660
Telefax	1	80	80
Máquina de escribir	1	100	100
EQUIPO DE COMPUTO			2100
Computador	4	400	1600
Impresora	2	250	500
TOTAL USD			11310

Fuente: Sociedad Civil ITAMAREX
Autor: Santiago Portilla

5.4.1.3. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.

Para determinar la localización óptima del proyecto, se hace el respectivo análisis para evaluar el punto estratégico en donde va a desarrollar las actividades la empresa exportadora de jengibre. Para lo cual se toma en cuenta las siguientes constantes:

P.A. (%) = Puntuación asignada.

C.P. = Calificación ponderada.

CALIF = Calificación.

TABLA No 19.
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.

FACTOR ZONA	P.A (%)	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		CALIF.	C.P	CALIF.	C.P	CALIF.	C.P
Cercanía del M. Cliente.	30	5.0	1.00	9.0	1.80	4.0	0.80
Vías comunicación	40	10.0	4.00	8.0	3.20	7.0	2.80
Mano obra disp.	25	8.0	2.00	7	1.75	7.0	1.75
Aspectos fiscales	5	7.0	0.35	7.	0.35	7.	0.35
TOTAL	100		7.35		7.10		5.7

Fuente: Sociedad Civil ITAMAREX

Autor: Santiago Portilla

La empresa exportadora estará ubicada en el sector zona norte de acuerdo a la evaluación de la tabla.

5.4.1.4. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA.

La empresa exportadora estará ubicada en la provincia del Carchi ciudad de Tulcán, zona norte en la avenida Coral y avenida Brasil.

GRÁFICO No 8.
MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

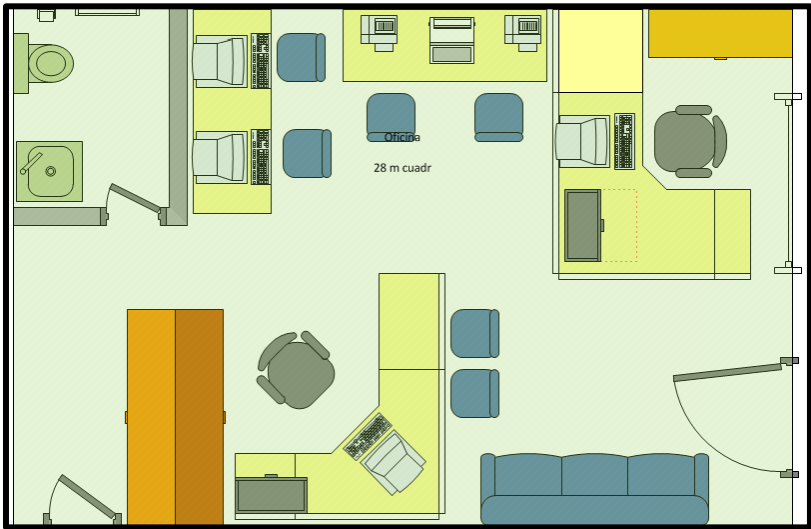


Fuente: Google Maps

Autor: Santiago Portilla.

La distribución interna de la empresa de activos fijos y espacio físico, se ve plasmado en el siguiente gráfico.

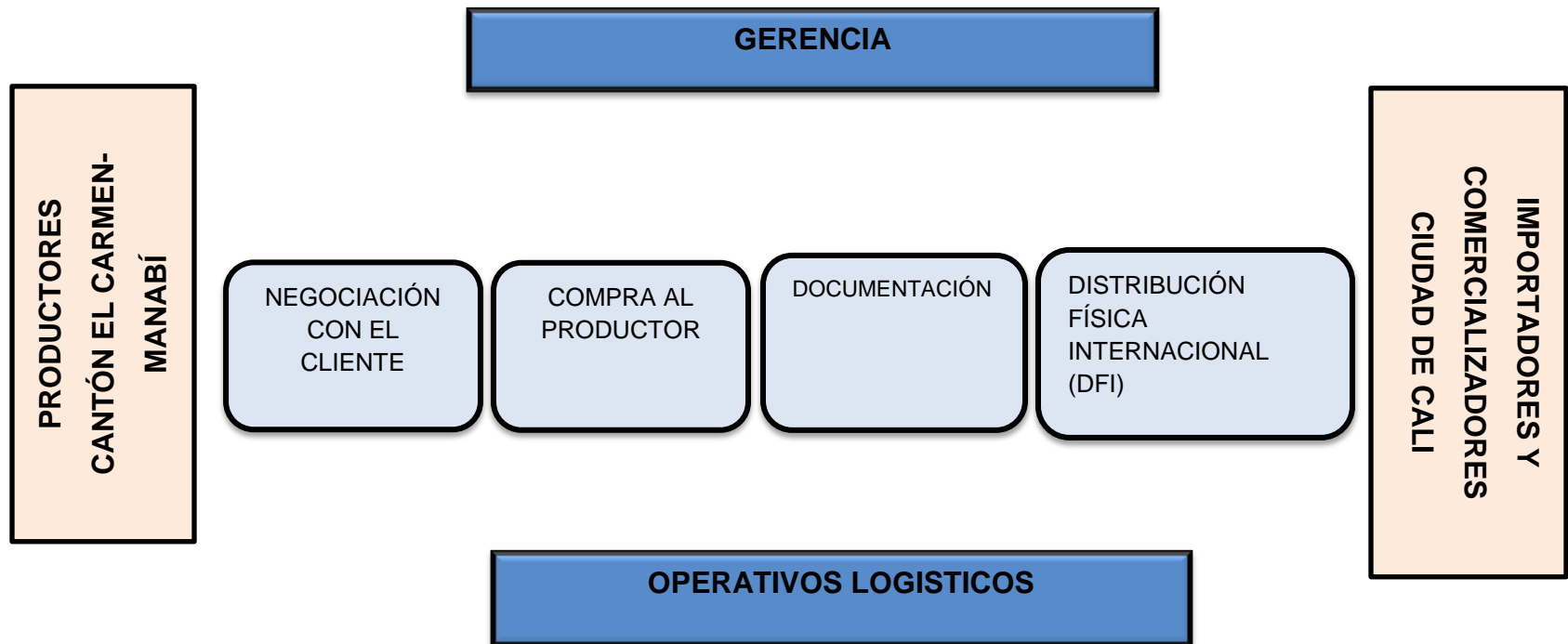
GRÁFICO No 9.
DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA EMPRESA.



Fuente: Sociedad Civil ITAMAREX.
Autor: Santiago Portilla.

5.4.1.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO (PROCESOS).



1.1.1.1



5.4.1.6. FICHAS DE ACTIVIDADES.

FICHA TÉCNICA Nº 2.


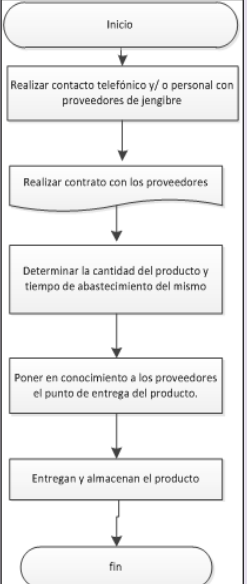
PROCESO DE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE.

		Código:	PL-NC-01	
		Versión:	000	
NEGOCIACION CON EL CLIENTE		Páginas:	1-1	
Responsable:	Gerente Propietario o Intermediario Tramitador			
Objetivo:	Determinar los parametros de la negociación y realizar acercamientos con el cliente.			
Alcance: Contacto con el cliente en la ciudad de Cali - Colombia hasta acordar los envíos y cierre de la negociación				
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
Gerente / Tramitador	1. Buscar clientes potenciales en el país de destino	Correos electronicos		
Gerente / Tramitador	2. Ingresar a paginas del cliente y enviar un correo electronico.	e-mail		
Gerente / Cliente	3. Realizar acuerdos de negociación via internet o via telefonica (Precio, Cantidad, forma de entrega, condiciones de entrega.)	e-mails, contactos, apuntes		
Gerente / Cliente	4. Establecer contratos de acuerdo de negociación	Contrato		
Gerente/ Tramitador / Cliente	5. Enviar contrato escaneado al cliente para su legalización	Contrato, e-mail		
Gerente/ Tramitador / Cliente	6. Legalizar y enviar escaneado el contrato	Contrato, e-mail		
Tramitador / Secretario	7. Receptar documentación y llenar ficha de pedido, enviar mediante correo electrónico	Correos electronicos		
Cliente	8. Confirmar recepción de pedido a través de correo electrónico			
	9. Fin			
2. FLUJOGRAMA				
Gerente				
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CALCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CALCULO	RESPONSABLE
Nombre:	Porcentajes.	valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anual	Del cálculo del indicador
Metas con el cliente	Numero de contratos cumplidos	100%	Trimestral	Gerente
Metas con el cliente	Numero de contratos presupuestados	100%	Trimestral	Gerente / Secretaria
Numero de Clientes	Clientes Aceptados	2	Semestral	Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Gerente, Tramitador, Secretaria	Equipo de Computo, Teléfono, Fax,		NINGUNO	
REVISADO	APROBADO		FECHA	
Asistente de Comercio Exterior	Intermediario Exportador		DIA. MES. AÑO	

Autor: Santiago Portilla

FICHA TÉCNICA N° 3.


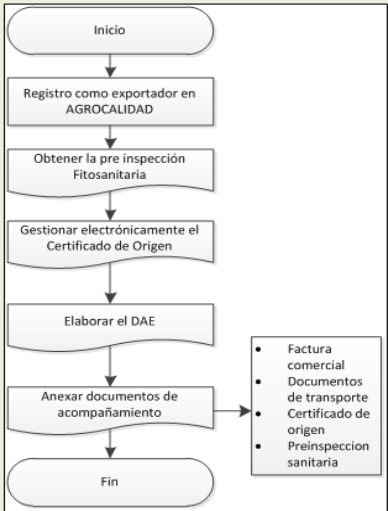
PROCESO DE COMPRA AL PROVEEDOR.

	COMPRA AL PROVEEDOR			Código:	PL-CP-02
				Versión:	000
			Páginas:	1-1	
Responsable: Gerente Propietario					
Objetivo: Adquirir jengibre en el cantón El Carmen para su exportación					
Alcance: Contacto con los proveedores de jengibre					
1.DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
Tramitador Exportador, Gerente Gerente, Proveedor	1. Realizar contacto personal y/o telefonico con los proveedores de jengibre 5. Determinar cantidades y tiempo de en el que cada proveedor entrega el producto				registro y grabacion de llamadas ficha de tiempo y cantidades
Tramitador Exportador, Gerente	7. Dar a conocer a los proveedores el punto de almacenaje				entrevistas, e-mail, llamadas
Tramitador Exportador, Gerente	8. Realizar contratos con proveedores				Contratos
Proveedor	9. Entregar del producto en el lugar convenido				Ficha de Ingreso del producto
2. FLUJOGRAMA					
					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
Nombre:	Porcentajes.	valor minimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anu	Del cálculo del indicador	
Metas con el proveedor	Numero de contratos cumplidos	100%	Trimestral	Gerente	
Metas con el proveedor	Numero de contratos presupuestados	100%	Trimestral	Gerente / Secretaria	
Numero de Proveedores	Proveedores Seguros	1	Semestral	Gerente	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente, Tramitador, Secretaria, Proveedor	Equipo de Computo, Teléfono, Vehiculo		NINGUNO		
REVISADO		APROBADO	FECHA		
Asistente de Comercio Exterior		Intermediario Exportador	DIA. MES. AÑO		

Autor: Santiago Portilla.

FICHA TÉCNICA Nº 4.


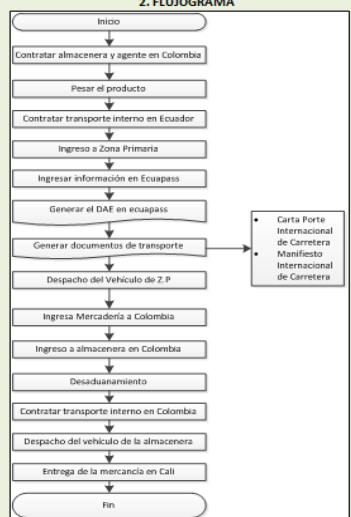
PROCESO DE DOCUMENTACIÓN REQUERIDA.

	DOCUMENTACIÓN REQUERIDA		Código:	PL-DR-03
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable:		Tramitador Exportador		
Objetivo:		Establecer, Reunir y Controlar la documentación necesaria para realizar la exportación		
Alcance: Registro como exportador de jengibre hasta la reunion de la documentación necesaria para la exportación del producto				
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
Gerente / Tramitador	1. Registro como exportador en AGROCALIDAD	Los mismos del detalle		
Gerente / Tramitador	2. Autorizaciones Previas/ certificado Preinspeccion fitosanitaria			
Tramitador	4. Obtener el Certificado de Origen			
Tramitador	5. Elaborar la Documento Aduanero de Exportación (DAE)			
Tramitador	6. Elabora y anexar a la DAE los siguientes documentos de acompañamiento: Factura Comercial. Documentos de transporte Certificado de Origen Certificado de Preinspeccion Sanitaria			
2. FLUJOGRAMA				
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Nombre:	sumas	valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal,	Del cálculo del indicador
Tramitación	Numero de tramites realizados	1,00	Mensual	Tramitador / Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente, Tramitador	Equipo de Computo, Vehiculo	NINGUNO		
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Asistente de Comercio Exterior		Intermediario Exporta	DÍA, MES, AÑO	

Autor: Santiago Portilla.

FICHA TÉCNICA Nº 5.

PROCESO DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

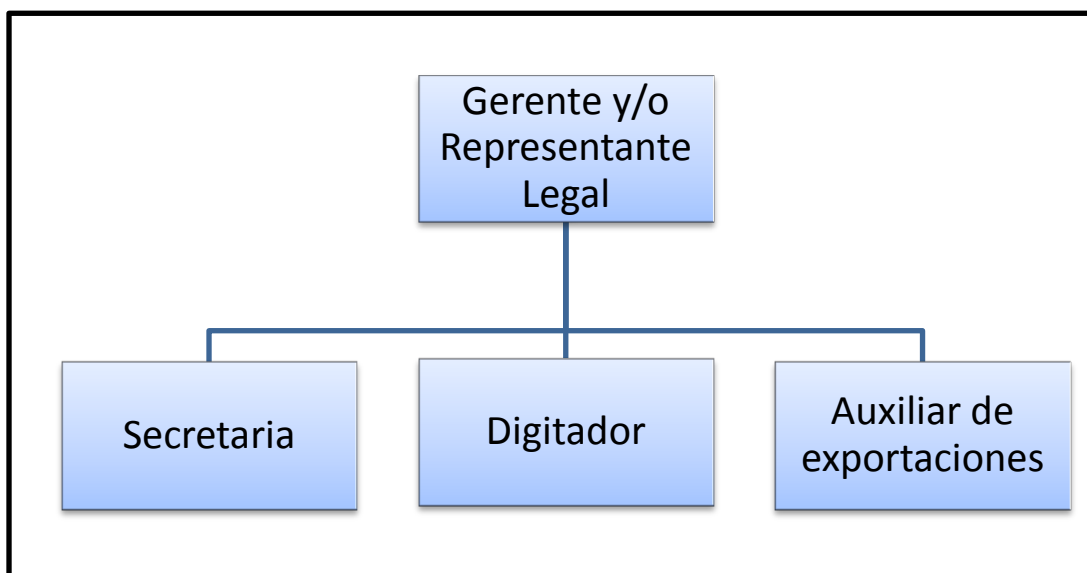
	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL		Código:	PL-DFI-04
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable:		Tramitador Exportador		
Objetivo:		Comercializar el producto - Exportar el jengibre		
Alcance: Recepción del producto en el país de origen (Tulcán - Ecuador) hasta entregarlo al comprador en el país de destino (Cali - Colombia)				
1. DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
Gerente - Tramitador	1. Contratar almacenera y agente en país de destino	llamadas, e-mails		
Tramitador - Secretaria	2. Pesar el jengibre para exportar	Factura y Doc. De transporte contrato		
Gerente - Tramitador	3. Contratar el transporte Interno en el país de origen	DAE		
Tramitador - Transportista	4. Ingreso del vehículo y la carga a Zona Primaria (Zona de Aforo)	DAE		
Gerente - Tramitador	5. Coordinar con el digitador el ingreso de la información al sistema ECUAPAS	DAE		
Gerente - Tramitador	6. Generar el DAE en el ECUAPAS	CPIC, MIC		
Tramitador - Transportadora	7. Coordinar con la transportadora documentos de transporte (CPIC / MCI)	correo electrónico		
SENAE	8. Despacho del vehículo de Zona Primaria	sello de doc. De transporte		
Transportadora / Agente de Carga	9. Ingreso de entrada de la mercadería en Colombia (DIAN)	correo electrónico		
Transportista	10. Ingreso de Mercadería a almacenra habilitada por la DIAN en Colombia	pago de tributos		
Agente de Aduana de Colombia	11. Desaduanización de la mercadería pagando impuestos en la DIAN	contrato		
Gerente - Tramitador	12. Contratar el transporte interno en el país de destino	despacho		
Transportista	13. Despacho del vehículo de la almacenera en Colombia	correo electrónico		
Transportista - Tramitador	14. Entregar la mercancía al cliente en Cali.			
	15. Fin			
2. FLUJOGRAMA				
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Nombre:	porcentajes	valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, an	Del cálculo del indicador
Satisfacción del cliente	porcentajes	100%	Mensual	Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente, Tramitador, Transportador, Cliente	Equipo de Computo, Teléfono, Vehículo, Producto	NINGUNO		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Asistente de Comercio Exterior	Intermediario Exportado	DIA. MES. AÑO		

Autor: Santiago Portilla

5.4.1.7. ORGANIZACIÓN.

Para realizar la comercialización externa del jengibre es fundamental contar con una empresa organizada, que tenga estructurado los recursos y órganos administrativos, estableciendo la relación entre cada integrante y asignando funciones a cada uno con el fin de alcanzar los objetivos deseados, para lo cual se realizó el siguiente organigrama estructural.

GRÁFICO No 10.
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.



Autor: Santiago Portilla.

5.4.1.8. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.

Para la exportación de jengibre se requiere el uso del factor humano, el cual es indispensable para realizar los procesos de la actividad comercial.

TABLA No 20.
MANO DE OBRA REQUERIDA.

Nombre del Cargo	Número de Personas
Gerente General	1
Tramitador / Digitador	1
Secretaria	1
Auxiliar de Exportación	1
TOTAL	4

Autor: Santiago Portilla.

5.4.1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO.

<p>1. Nombre del puesto: Gerente Propietario</p> <p>Unidad: Área de Comercialización Supervisa: Secretaria, Digitador, Auxiliar de Comercio Exterior Reporta: N/A Sustituye: N/A Coordina con: Auxiliar de Comercio Exterior</p>
<p>2. Propósito del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercialización Internacional del jengibre.
<p>3. Atribuciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de las acciones y tareas del equipo de trabajo comercial • Supervisar tareas asignadas a su equipo de trabajo. • Liderar y representar a su equipo de trabajo con los clientes. • Responsabilidad de fijar precios de comercialización.
<p>4. Perfil requerido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación formal: Ingeniería comercial • Experiencia de: 4 años.

Autor: Santiago Portilla

1. Nombre del puesto: Secretaria

Unidad: Área de Comercialización

Supervisa: Secretaria.

Reporta: Gerente Propietario

Sustituye: N/A

Coordina con: Gerente Propietario/Digitador/Auxiliar de Comercio Exterior

2. Propósito del puesto:

- Recepción de Documentación.

3. Atribuciones y responsabilidades:

- Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás
- Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común.
- Contestar los teléfonos, pasar comunicaciones y anotar recados.
- Manejar el archivo (general y personal).
- Marcar los papeles importantes y conservar un archivo especial.
- Manejar y mantener al día agendas, directorios, tarjeteros, etc.

4. Perfil requerido

- Educación formal: Bachiller en Contabilidad
- Experiencia de: 1 año.

Autor: Santiago Portilla.

1. Nombre del puesto: Digitador.

Unidad: Área de Comercialización

Supervisa: Secretaria.

Reporta: Gerente Propietario

Sustituye: N/A

Coordina con: Secretaria/Auxiliar de Comercio Exterior.

2. Propósito del puesto:

Ingreso informático de Documentación.

3. Atribuciones y responsabilidades:

- Conocimiento del flujo normal de ingreso de documentos
- Manejo del ECUAPASS.
- Registrar y transmitir información y documentación.
- Mantener confidencialidad.
- Operacionalización de datos.

4. Perfil requerido

- Educación formal: tecnología y/o licenciatura en comercio exterior
- Experiencia de: 3 años.

Autor: Santiago Portilla

1. Nombre del puesto: Auxiliar de exportación.

Unidad: Área de Comercialización

Supervisa: Secretaria.

Reporta: Gerente Propietario

Sustituye: N/A

Coordina con: Secretaria, Gerente Propietario/Digitador

2. Propósito del puesto: despacho de mercadería

3. Atribuciones y responsabilidades:

- Establecer e implementar estrategias de despacho de mercancías.
- Revisar y dar seguimiento al proceso de comercialización.
- Capacidad para solucionar problemas presentados dentro del proceso de comercialización.

4. Perfil requerido

- Educación formal: licenciatura y/o tecnología en comercio exterior
- Experiencia de: 3 años.

Autor: Santiago Portilla.

5.4.2. ESTUDIO LOGÍSTICO

5.4.2.1 Información básica del producto y embarque.

El **producto** a ser comercializado es el jengibre, en mismo que se encuentra clasificado dentro de la subpartida arancelaria: 0910.10.00.00, su comercialización se lo realiza en kilos, la transacción comercial es realizada en la moneda dólar.

El valor en fabrica (ex - works) del jengibre es de 1,20 dólares por kilo, este precio ya incluye el empaque.

TABLA No 21.
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO.

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Jengibre.
posición arancelaria en el país exportador	0910.10.00.00
posición arancelaria en el país importador	0910.10.00.00
unidad comercial de venta	Kg.
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	1,20

Autor: Santiago Portilla.

El **embarque** del jengibre se lo realizará desde el cantón El Carmen provincia de Manabí, la cantidad total a ser comercializada en el mercado de Colombia específicamente en la ciudad de Cali es de 42 toneladas mensuales equivalentes a 42.000 kilogramos netos, dando un precio ex-, works de 50.400 dólares americanos, esta comercialización se lo realizara semanalmente, es decir que exportaremos 10,5 toneladas semanales.

El tipo de empaque que se utilizará para la exportación será cajas de cartón cada caja conteniendo un peso de 25 kilogramos netos, se utilizara cajas debido a que el jengibre en este tipo de empaque se protege mejor de cualquier tipo de maltrato que pudiese sufrir durante el proceso de comercialización, la vida útil del jengibre seco guardado en este tipo de empaque es de un mes, y si se lo conserva en refrigeración es de dos meses.

En cuanto al tipo de unidad de carga a utilizarse para la exportación se lo realiza en un camión sencillo de 12 toneladas, para esto se debe tomar en cuenta que la plataforma del transporte tiene que estar cubierta totalmente por lona, este es un requisito que se debe cumplir para el transporte de productos agrícolas el mismo que es exigido por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

Para realizar la exportación de jengibre hacia la ciudad de Cali-Colombia utilizaremos el término de negociación entregada derechos pagados hasta el lugar de destino convenido (DDP) Cali, en la cual nosotros como exportadores incurriremos con todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino, éste término de negociación exige cubrir los trámites aduaneros tanto de exportación como de importación de la mercancía, incurriendo con los gastos de impuestos del país exportador como del país importador, el comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada y/o a su vez se considera que está a disposición del comprador en el lugar de destino designado.

TABLA No 22.
INFORMACIÓN ADICIONAL

INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	DDP
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1

% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,25%
TASA PROMEDIO DE INFLACIÓN ANUAL	4,44%
INFLACIÓN ANUAL PAÍS DE DESTINO	3,00%

Autor: Santiago Portilla.

5.4.2.2. MATRIZ DE PAÍS EXPORTADOR.

Para exportar el jengibre, desde el lugar de producción y llevar hasta la zona de frontera, se incurre en costos y tiempo, los cuales se detalla en la tabla No 23; en el caso del jengibre el proveedor lo entrega con su respectivo empaque en el lugar de producción listo para ser embarcado en el transporte, la unidad de carga a utilizarse es un camión sencillo el mismo que cubre el transporte interno desde el cantón El Carmen, hasta la frontera norte, el precio de este es de 400 dólares americanos, el tiempo de recorrido del vehículo es de un día, con lo que concierne a la documentación los gastos son de 15,20 dólares americanos que incluye la emisión del permiso fitosanitario y del certificado de origen, la tramitación de estos documentos se los realiza en unas dos horas aproximadamente el certificado de origen se lo obtiene vía electrónica y el certificado fitosanitario por ventanilla principal de AGROCALIDAD.

Para realizar el proceso de exportación en la actualidad ya no se requiere los servicios de un agente afianzado de aduanas, por motivo de que el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador ha autorizado esta competencia directamente al exportador. (COPCI, 2010, Art 231).

TABLA No 23.
COSTOS DE EXPORTACIÓN.

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Embalaje	0,0	0,0
Empaque	778,0	0,0

Unitarización	0,0	0,0
Manipuleo en el local del exportador	100,0	0,3
Documentación	15,2	0,0
Transporte interno	2000,0	1,0
Manipuleo Embarque	200,0	0,0
Agentes	0,0	0,0
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	0,0	0,3
capital e inventario país de origen	20,6	1,6
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	3113,8	1,6
VALOR ExWORK	54515,5	0,0
VALOR FCA	54615,5	0,5
VALOR FOB	56871,3	1,6

Autor: Santiago Portilla.

5.4.2.4. MATRIZ DEL TRÁNSITO (TRANSPORTE) INTERNACIONAL.

El transporte internacional es parte fundamental de la distribución física internacional, en la cual interviene el SENA organismo competente para regular la salida del vehículo al exterior, como flete internacional desde Ecuador a Colombia es de un valor de 50 dólares americanos, y un seguro internacional cuyo valor es de 205,90 dólares, en el país de destino en este caso Colombia se incurre en los gastos de: manipuleo y de desembarque de la mercadería, estos costos no dan el valor DAT. Para llegar el producto a la ciudad de Cali el vehículo tarda un día equivalente a 24 horas).

**TABLA No 24.
COSTOS EN EL TRANSITO.**

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS

FLETE INTERNACIONAL	2100,0	1,0
VALOR CFR	10293,5	3,6
SEGURO INTERNACIONAL	205,9	0,1
VALOR CIF	10499,3	3,7
MANIPULEO DESEMBARQUE	280,0	0,4
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	3,6	1,5
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	2589,5	1,5
VALOR DAT	10782,9	4,1

Autor: Santiago Portilla.

5.4.2.5 MATRIZ DEL PAÍS IMPORTADOR.

Una vez llegado el jengibre a la frontera del país de destino se incurre en una serie de gastos tanto directos como indirectos para la respectiva nacionalización del producto, al ser Ecuador miembro de la comunidad andina el jengibre goza de liberación arancelaria dentro de los demás países miembros que conforman este acuerdo, para acogerse a esta liberación se debe presentar el Certificado de Origen el mismo que es emitido por FEDEXPORT, Cámaras de Comercio y pequeñas Industrias de Comercio debidamente autorizadas en el Ecuador, en nuestro caso la entidad autorizada para la emisión del certificado de origen es la cámara de la Pequeña Industria del Carchi, el único impuesto que paga el jengibre en Colombia es el IVA que es el 16% del Valor CIF de la mercadería, incurriendo con todos los gastos que involucran para la desaduanización del jengibre en Colombia tenemos el valor DDP, el cual nos ayuda a determinar nuestro costo de venta que es de 1,92 dólares el kilo de jengibre en el lugar de destino, tal como lo indica la siguiente tabla.

TABLA No 25.
COSTOS DE IMPORTACIÓN.

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	35,0	0,5
Manipuleo desembarque	200,0	0,1
Documentación	45,0	0,1
Agentes	150,0	0,8
Transporte interno	1650,0	1,0
VALOR DAP	60360,4	5,3
Aduaneros	9322,2	1,0
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	33,9	2,5
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	11436,1	2,5
VALOR DDP	69716,5	5,3
Precio (c/u) en país de destino	1,67	
MARGEN DE VENTAS	0,15	
PRECIO DE VENTA	1,92	

Autor: Santiago Portilla.

5.4.3 ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO

5.4.3.1 INVERSIÓN INICIAL

Para el desarrollo físico de este tema de investigación se requiere de una inversión por el costo total de USD 152.645 la misma que se encuentra formada por la inversión fija con un valor de USD 11.310, esta inversión figa son todos los activos fijos como muebles, equipos de oficina y vehículos que son necesarios para desarrollar la actividad de exportación,

también está el capital de operación, donde se incluye los costos de producción, los gastos administrativos y los gastos de exportación, y por ultimo también conforma los gastos de constitución con un valor de USD 1.250 formalidades que se debe cumplir para poner en funcionamiento las actividades de la empresa.

TABLA No 26.
INVERSIÓN INICIAL.

Inversión Inicial	
Concepto	Valor (USD)
Inversión Fija	11.310
Capital de Operación	140.085
Gastos de Constitución	1.250
Total Inversión Inicial	152.645

Autor: Santiago Portilla.

5.4.3.2 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.

En la tabla No 27 se puede apreciar la presentación, de los costos fijos y variables en el cual tenemos que en el año 2012 el costo de producción es de USD 604.973 anual, más los gastos de exportación que tienen un valor de USD 186.325 estos valores son considerados como costos variables, y dentro de los costos fijos tenemos los gastos administrativos con un valor de USD 49.214, los costos fijos como los costos variables nos ayudan a determinar el valor que tendrá nuestro producto en el lugar de destino, para lo cual se toma en cuenta la cantidad a ser comercializada en el año, en este caso la unidad de medida es el Kilogramo, en la cual tenemos 504.000 Kilos de jengibre, dando un costo unitario por kilo de 1,92, tomando en cuenta que este valor tiene un incremento del 15% correspondiente a utilidad.

TABLA No 27.
COSTOS Y GASTOS.

Costo de Producción	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		604.973		631.817		631.817		631.817		631.817		631.817
MOD		0		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación												
Depreciaciones	0		350		350		350		350		350	
Total Costo de Producción	0	604.973	350	641.567	350	642.000	350	642.452	350	642.924	350	643.417
Gastos Operacionales	49.214	186.325	21.933	187.196	23.939	169.007	26.146	171.776	28.606	174.881	31.279	178.413
Gastos Administrativos	49.214		21.933		23.939		26.146		28.606		31.279	
Gastos de Exportación		186.325		187.196		169.007		171.776		174.881		178.413
Gastos Financieros	0		15.989		10.393		3.897		0		0	
Interés Bancario			15.989		10.393		3.897					
Costos y Gastos Totales	49.214	791.298	38.272	828.764	34.682	811.007	30.393	814.228	28.956	817.805	31.629	821.830
Unidades	504.144		504.144		504.144		504.144		504.144		504.144	
Costos y Gastos Unitarios	0,10	1,57	0,08	1,64	0,07	1,61	0,06	1,62	0,06	1,62	0,06	1,63
Total Costos y Gastos Unitarios	1,67		1,72		1,68		1,68		1,68		1,69	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	1,92		1,98		1,93		1,93		1,93		1,95	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	141.541		114.625		108.240		97.542		93.594		99.880	

Autor: Santiago Portilla.

5.4.3.3. ESTADOS FINANCIEROS.

Este estado financiero nos provee de información contable, informes financieros y cuentas que se han generado dentro de la actividad económica en un periodo determinado (un año), es así que tenemos como total de activos corrientes (bancos) un valor de USD 140.085, como activos fijos tenemos un total de USD 11.310, y de activos diferidos tenemos un valor de USD 1.250 dándonos como un total de activos el valor de USD 152.645, como pasivos a largo plazo tenemos el valor de USD 122.116 el mismo que es el préstamo bancario que tiene la empresa que corresponde al 80% de financiamiento, obteniendo así del valor del activo menos el valor del pasivo un capital social que es por un valor de USD 30.529.

Estos estados financieros nos facilitan la toma de decisiones económicas para la empresa.

TABLA No 28
BALANCE GENERAL CON FINANCIAMIENTO.

Balance General - Con Financiamiento			
<p>Activos Corrientes</p> <p style="padding-left: 20px;">Bancos 140.085</p> <p>Total Activos Corrientes 140.085</p>	<p>Pasivos Corto Plazo</p> <p style="padding-left: 20px;">Deudas <1 Año 0</p> <p>Total Pasivos Corto Plazo 0</p>		
<p>Activos Fijos</p> <p style="padding-left: 20px;">Vehículo 7.000</p> <p style="padding-left: 20px;">Maquinaria y Equipo 0</p> <p style="padding-left: 20px;">Muebles y Enseres 2.210</p> <p style="padding-left: 20px;">Equipo de Computo 2.100</p> <p>Total Activos Fijos 11.310</p>	<p>Pasivos Largo Plazo</p> <p style="padding-left: 20px;">Préstamos Bancarios 122.116</p> <p>Total Pasivos Largo Plazo 122.116</p> <p>Total Pasivos 122.116</p>		
<p>Activos Diferidos</p> <p style="padding-left: 20px;">Gastos de Constitución 1.250</p> <p>Total Activos Diferidos 1.250</p>	<p>Patrimonio</p> <p style="padding-left: 20px;">Capital Social 30.529</p> <p>Total Patrimonio 30.529</p>		
<p>Total Activos <u>152.645</u></p>	<p>Total Pasivo + Patrimonio <u>152.645</u></p>		

Autor: Santiago Portilla.

Este estado nos indica la utilidades anuales que se producen por la actividad de comercialización de jengibre, los ingresos estimados por la venta de jengibre es de USD 997.090 para el año 2013 para los siguientes años esta venta se incrementa, los costos de producción son de USD 641.917 en el mismo año y para los siguientes años igualmente se incrementa, obteniendo una utilidad bruta de USD 355.173, con perspectiva futura de crecimiento.

Para el año 2013 tenemos un gasto operacional de USD 235.539, que para los siguientes años este rubro habrá disminuido debido a la cancelación de intereses por el crédito bancario, después del reparto de utilidades entre empleados (15%) y el impuesto a la renta del (23%) nos queda una utilidad neta de USD 82.517 el año 2013 y con perspectiva de crecimiento para los otros años.

TABLA No 29.
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO.

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	966.588	997.090	972.541	971.314	973.775	981.477
Cantidad	504.144	504.144	504.144	504.144	504.144	504.144
Precio	1,92	1,98	1,93	1,93	1,93	1,95
- Costo de Ventas	604.973	641.917	642.350	642.802	643.274	643.767
Utilidad Bruta en Ventas	361.616	355.173	330.191	328.512	330.501	337.711
- Gastos Operacionales	235.539	209.129	192.945	197.921	203.487	209.692
Gastos Administrativos	49.214	21.933	23.939	26.146	28.606	31.279
Gastos de Exportación	186.325	187.196	169.007	171.776	174.881	178.413
Utilidad Operacional	126.077	146.044	137.246	130.591	127.014	128.019
- Gastos Financieros	0	15.989	10.393	3.897	0	0
Interés Bancario	0	15.989	10.393	3.897		
U.A.T.I	126.077	130.055	126.853	126.693	127.014	128.019
- 15% Particip. Trabajadores	18.912	19.508	19.028	19.004	19.052	19.203
Utilidad Antes de Impuestos	107.165	110.547	107.825	107.689	107.962	108.816
- 23% Impuesto a la Renta	24.648	25.426	24.800	24.769	24.831	25.028
Utilidad Neta	82.517	85.121	83.025	82.921	83.131	83.788

Autor: Santiago Portilla.

5.4.3.4. FLUJOS DE EFECTIVO VAN Y TIR.

Mediante la evaluación económica y financiera se analiza la factibilidad del proyectos es decir si es rentable, lo cual se determina a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Cálculo del Valor Actual Neto (VAN), estos indicadores financieros se encuentran basados en la estimación de costos y gastos

Es de importancia analizar estos indicadores para determinar si es posible la rentabilidad y viabilidad del proyecto, por lo cual se ha concluido que el VAN en este proyecto es superior a cero, con un valor de USD 124.605,72, que significa que el resultado de esta investigación es satisfactorio.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), juzga de una forma individual el proyecto, para poder determinar la factibilidad de la inversión y poder realizar la toma de decisiones, este indicador financiero valora la inversión y mide la rentabilidad de los ingresos y egresos en porcentaje y tiempo, el

resultado obtenido de la Tasa Interna de Retorno (TIR), del presente proyecto es de 35,47% concluyendo que este proyecto es rentable.

TABLA No 30.
FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO.

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		85.121	83.025	82.921	83.131	83.788
+ Depreciaciones		1.271	1.271	1.271	1.302	1.302
+ Amortizaciones		250	250	250	250	250
Liquidación del Proyecto						7.086
Recuperación Capital de Operación						140.085
Total Entradas	0	86.642	84.546	84.442	84.683	232.512
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	152.645					
Amortización de la Deuda		34.810	40.406	46.901		
Reposición de Activos				2.193		
Total Salidas	152.645	34.810	40.406	49.094	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-152.645	51.832	44.141	35.348	84.683	232.512

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-152.645,27		
1	51.832,45	0,8799	45.607,08
2	44.140,89	0,7742	34.174,50
3	35.347,52	0,6812	24.079,67
4	84.682,77	0,5994	50.759,50
5	232.511,69	0,5274	122.630,25
		ΣFE	277.251,00
		- I.I.	152.645,27
		VAN	124.605,72
		TIR	35,47%
		PR	3,91
		C/B	1,82
CCP	13,65%		
TIR	35,47%		
VAN	124.606		

Autor: Santiago Portilla.

5.4.3.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es un indicador financiero en el que las ventas cubren los costos, este indicador se encuentra expresado en valores, es decir el momento en que la empresa tendrá un equilibrio. Este punto de equilibrio también nos indica la magnitud de utilidades o pérdidas de la empresa ya sea porque las ventas incrementen o disminuyan, para realizar esta operación se basa en los costos fijos y los costos variables los cuales se encuentran proyectados a 5 años, tal como lo indica la siguiente tabla.

TABLA No 31.
P.E. CON FINANCIAMIENTO.

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
Costo de Producción	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		604.973		631.817		631.817		631.817		631.817		631.817
MOD		0		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación												
Envases		0		0		0		0		0		0
Embalajes		0		9.750		10.183		10.635		11.107		11.599
Agua		0		0		0		0		0		0
Energía		0		0		0		0		0		0
Suministros		0		0		0		0		0		0
Asistencia Técnica		0		0		0		0		0		0
nn		0		0		0		0		0		0
nn	0		0		0		0		0		0	
Energía	0		0		0		0		0		0	
Suministros	0		0		0		0		0		0	
Asistencia Técnica	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
Otros	0		0		0		0		0		0	
Depreciaciones	0		350		350		350		350		350	
Total Costo de Producción	0	604.973	350	641.567	350	642.000	350	642.452	350	642.924	350	643.417
Gastos Operacionales	49.214	186.325	21.933	187.196	23.939	169.007	26.146	171.776	28.606	174.881	31.279	178.413
Gastos Administrativos	49.214		21.933		23.939		26.146		28.606		31.279	
Gastos de Exportación		186.325		187.196		169.007		171.776		174.881		178.413
Gastos Financieros	0		15.989		10.393		3.897		0		0	
Interés Bancario			15.989		10.393		3.897					
Costos y Gastos Totales	49.214	791.298	38.272	828.764	34.682	811.007	30.393	814.228	28.956	817.805	31.629	821.830
Unidades	504.144		504.144		504.144		504.144		504.144		504.144	
Costos y Gastos Unitarios	0,10	1,57	0,08	1,64	0,07	1,61	0,06	1,62	0,06	1,62	0,06	1,63
Total Costos y Gastos Unitarios	1,67		1,72		1,68		1,68		1,68		1,69	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	1,92		1,98		1,93		1,93		1,93		1,95	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	141.541		114.625		108.240		97.542		93.594		99.880	

Autor: Santiago Portilla.

6. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA.

- Morocho, C (09/2012) *Entrevista al productor de jengibre* (Archivo Personal)
- Fierro, G (04/2013) *Entrevista realizada a productor de jengibre* (Archivo Personal)
- Villota, R (04/2013) *Entrevista realizada a importador de jengibre* (Archivo Personal)
- Suarez, H (04/2013) *Entrevista realizada a importador de jengibre* (Archivo Personal)
- Cevallos, O (04/2013) *Entrevista realizada a importador de jengibre* (Archivo Personal)
- Méndez, N (04/2013) *Entrevista realizada a importador de jengibre* (Archivo Personal)
- Álvarez, R (2013) “Evaluación de Tres Tipos de Aceites Vegetales Comerciales, para la obtención de un producto de uso culinario, saborizado con jengibre”, Trabajo de grado para obtener el título de Ingeniera Agroindustrial en la Universidad Estatal de Bolívar del Ecuador (05/01/2014)
- López, M (2012) “Coyuntura económica colombiana; Análisis y Perspectivas” (Archivo pdf)
- Monterroso, E (2012) “El proceso logístico y la cadena de abastecimiento” (Archivo pdf)
- Maldonado. (2003) “*Producción y Comercialización de jengibre para consumo local y como alternativa de exportación en el cantón Marcabeli en la provincia del Oro*”, Trabajo de Grado para obtener el título de Economista con mención en gestión empresarial e ingeniería comercial y empresarial, especialización: Finanzas, En la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) (04/01/2013)
- Benavidez. (2011) “*Comercialización del aceite de jengibre y su uso en la elaboración de pasteles en la ciudad de Guayaquil*”,

Trabajo de Grado para obtener el título de Economía con mención en gestión empresarial especialización finanzas en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) (05/01/2013)

- *Oscullo, K (2011) “Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de jengibre variedad hawaiano, en San Lorenzo provincia de Esmeraldas”, Trabajo de Grado para obtener el título de Ingeniero en Agro empresas en la Universidad San Francisco de Quito (06/01/2013)*

6.2. LINKOGRAFÍA

- Sistema estadístico de Comercio Exterior SIEX – DIAN – Colombia (2013), *Importaciones y Exportaciones*, en websiex.dian.gov.co (24/07/2013)
- Aduana del Ecuador (2013), *Código Orgánico COPCI*, en http://www.aduana.gob.ec/pro/general_copci.action (08/06/2013)
- Instituto Colombiano Agropecuario (2013), Mapa de localización de aeropuertos, puertos y pasos fronterizos de Colombia en <http://www.ica.gov.co/> (15/08/2013)
- AGROCALIDAD (2013) *Sanidad Vegetal* en <http://www.agrocalidad.gob.ec/sanidad-vegetal/>
- PROECUADOR (2013), *Ficha Comercial de la República de Colombia* en www.proecuador.gob.ec (22/07/2013)
- World Trade Organization (2013), *Acuerdos de Preferencias Comerciales* en <http://ptadb.wto.org/SearchByCountry.aspx> (22/08/2013)
- Banco de la Republica Colombiana (2013), *Boletín de Indicadores Económicos* en <http://www.banrep.gov.co/series-estadistica> (02/07/2013)
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia – DIAN, (2013) *Sistema Estadístico de Comercio Exterior* en websiex.dian.gov.co (26/07/2013)

- BCE (2013) *Comercio Exterior* en http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- UNFPA – Colombia (2012), *Situación de la Población* en <http://www.unfpa.org.co/index.php> (párr. 4.)
- La República (Enero 2013), *Riesgo país de Colombia se redujo 103 puntos en un año*, en http://www.larepublica.co/finanzas/riesgo-pa%C3%ADs-de-colombia-se-redujo-103-puntos-en-un-a%C3%B1o_29581
- Paz, P (2006) *Proyecto de factibilidad para la exportación de jengibre al mercado estadounidense*, Tesis previa la obtención del título de ingeniera en Comercio exterior e Integración en la Universidad Tecnológica Equinoccial, inédito en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6900/1/28289_1.pdf
- Bastidas, V (2006) *Proyecto de factibilidad para la producción y exportación de jengibre al mercado holandés*, Tesis previa la obtención del título de ingeniera en Comercio exterior e Integración en la Universidad Tecnológica Equinoccial, inédito en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/29642_1.pdf
- Chiluisa, J (2005) *Proyecto de extracción de aceite esencial de jengibre como alternativa de exportación*, Tesis previa la obtención del título de ingeniero Comercial y empresarial, especialización finanzas, en la Universidad Superior Politécnica del Litoral, inédito en http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34069.pdf
- Portafolio.co (Marzo 2013). *Crecimiento de la economía fue de 4% en 2012* en <http://www.portafolio.co> (párr.1)
- World Trade Organization (2013), *Acuerdos de Preferencias Comerciales* en <http://ptadb.wto.org/SearchByCountry.aspx> (20/08/2013)
- El Comercio.com (Enero 2007). *El jengibre conquista mercados* en <http://www.elcomercio.com> (parr. 2)

- Grupo Raiseb (2006), Jengibre o Kion en <http://agronegociosperu.com> (20/05/2013)
- Plan Hortícola Nacional (2010), Producción de Jengibre en Colombia en <http://www.asohofrucol.com.co> (12/01/2014)
- David B. (2008), Business School, España: Departamento de Publicaciones del IE en <http://openmultimedia.ie.edu> (pág. 8)

7. ANEXOS.

Anexo 1. Cuestionario para entrevista realizada a los productores de jengibre del Cantón El Carmen.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



ENTREVISTA

Introducción Y Saludo: Buenos días/tardes, Mi nombre es Santiago Portilla, soy egresado de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y me encuentro realizando mi trabajo final de Tesis de Grado; para lo cual le solicito me ayude proporcionándome información veraz que será considerada como información primaria importante que contribuyan con el desarrollo de mi proyecto. Para ello le solicito contestar las siguientes preguntas:

Nombre del productor:.....

Fecha de la entrevista:.....

¿Cuántas hectáreas destinadas a la producción de jengibre posee?

.....
.....

¿Cuál es el precio de venta del jengibre en su centro de producción?

.....
.....

¿El jengibre lo comercializa internamente o externamente, indique a que ciudades o países lo realiza?

.....
.....
¿Conoce si hay barreras arancelarias para realizar la exportación de este producto?

.....
.....

¿Conoce que barreras no arancelarias debe cumplir el jengibre para su exportación y cuáles son?

.....
.....

¿El jengibre ecuatoriano es apetecido en el mercado Colombiano?

.....
.....

¿Cuáles son los usos del jengibre?

.....
.....

¿Cada cuánto tiempo usted produce jengibre y en qué cantidades lo realiza?

.....
.....

¿Qué embalaje usa usted para la comercialización del jengibre?

.....
.....

Agradecimiento.

Anexo 2. Solicitud de registro de AGROCALIDAD para la exportación de jengibre.



MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA - MAGAP



AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA
DE ASEGURAMIENTO
DE LA CALIDAD DEL AGRO

AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS N° 001

I. TIPO DE SOLICITUD

Inscripción Modificación Ampliación Renovación Código de registro _____

II. REGISTRO COMO:

Productor Exportador Comercializador Acopiador Agencia de Carga
Otro Especifique: _____

III. INFORMACIÓN GENERAL:

1. Razón social/nombre del Productor : _____ 2. RUC: _____
3. Nombre del representante legal: _____ 4. Cargo: _____
5. Teléfono: _____ 6. Fax: _____ 7. Celular: _____
8. E-mail _____
9. Dirección de las oficinas: _____
10. Ciudad: _____ 11. Provincia: _____ 12. Cantón _____

IV. INFORMACIÓN DE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN (FINCAS) E INSTALACIONES:

13. Lugar de producción: 14. Centro de Acopio 15. Planta de Procesamiento 16. Patio de Consolidación
17. Planta de Tratamiento 18. Sala de poscosecha 19. Agencia de Carga 20. Empacadora 21. Otro
22. Nombre del lugar de producción e instalación _____
23. Dirección: _____
24. Provincia: _____ 25. Cantón: _____
26. Parroquia: _____ 27. Sector: _____
28. Marcas comerciales: _____
29. Superficie total _____ 30. Superficie de cultivos (Ha), e instalaciones _____
Si marca con una X en el numeral IV indique lo siguiente

V. PRODUCTOS VEGETALES A EXPORTAR:

Presentación del producto	Nombre cultivo	Nombre botánico	País de destino	Ha cultivadas

VI. PROVEEDORES DE PRODUCTOS VEGETALES:

31. Número de proveedores:

Registro AGROCALIDAD	Razón Social	Nombre del Producto	Nombre botánico

En caso de requerir más espacio, llenar en una hoja adicional con el mismo formato

Nota: Si posee más de un lugar de producción, centro de acopio, etc, debe llenar una solicitud por cada uno
Adjuntar copia del certificado de registro como operador o la factura emitida por el proveedor.

Fecha de la solicitud

_____ día _____ mes _____ año

Nombre, firma y sello

Av. Amazonas y Eloy Alfaro,
Edif. MAGAP, piso 9. Telf.: (593) 2 2567 232
www.agrocalidad.gob.ec; direccion@agrocalidad.gob.ec

RAEAM-01-AGC

Anexo 3. Certificado de origen de jengibre

Nro: 23105908

CERTIFICADO DE ORIGEN
 ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN
 ASOCIACION LATINO - AMERICANA DE INTEGRACION

PAÍS EXPORTADOR: ECUADOR PAÍS IMPORTADOR: COLOMBIA

Nro. Orden	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCÍAS
1	0910100000	- Jengibre.

DECLARACIÓN DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial Nro 001-001-0000043 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose :

Nro. Orden	Normas (3)
1	Decisión 416, Comunidad Andina Capítulo II Artículo 2 Literal A)

Fecha : 17-08-2012

Razón Social, sello y firma de exportador o productor ITAMAREX

OBSERVACIONES :

Sub partida Ecuador: 0910.10.00.00
 Sub partida Colombia: 0910.11.00.00



CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

Certifico la verdad de la siguiente declaración, que sello y firmo en la ciudad de Tulcán
 a los 17-08-2012

.....
 Nombres, Sello y Firma de la Entidad Certificadora

- NOTAS :**
- (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
 - (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando el número de registro.
 - (3) En esta columna se identifica la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por su número de orden.
 - (4) El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o eliminadas.

Anexo 4. Certificado fitosanitario para la importación de jengibre

		DOCUMENTO DE REQUISITOS FITOSANITARIOS PARA IMPORTACION DOCUMENT ON IMPORT PHITOSANITARY REQUIREMENTS NO VALIDO PARA NACIONALIZACION NOT VALID FOR NATIONALIZATION			
Documento No. SV-21535-13					
NOMBRE DEL IMPORTADOR /IMPORTS NAME			DIRECCION DEL IMPORTADOR /IMPORTER'S ADDRESS		
COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y DEL MAR S.A.			VIA PANAMERICANA SECTOR RUMICHACA - IPIALES		
EN ATENCION A SU SOLICITUD SE LE CONCEDE EL DOCUMENTO PARA IMPORTAR PLANTAS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL DE CONFORMIDAD CON LA LEGISLACION VIGENTE Y REQUISITOS ESTABLECIDOS EN ESTE DOCUMENTO Y OTROS QUE SE FIJEN EN CASOS ESPECIALES					
IN RESPONSE TO YOU REQUEST THIS LICENSE IS GIVEN TO IMPORTS PLANTS, PRODUCTS AND SUBPRODUCTS OF PLANTS ORIGIN, IN CONFORMITY WITH THE CURRENT LEGISLATION AND REQUIREMENTS ESTABLISHED WITHIN THIS LICENSE AND OTHER REQUIREMENTS REQUIRED IN SPECIAL CASES					
PRODUCTO(S)					
DENOMINACION ITEM	PAIS DE ORIGEN COUNTRY OF ORIGIN	CANTIDAD QUANTITY	UNIDAD UNITS	T. EMPAQUE	CANTIDAD X EMPAQUE
JENGIBRE FRESCO	ECUADOR	500,00	TONELADAS MÉTRICAS (Ton)	SACOS	0,00
REQUISITOS/REQUIREMENTS:					
El Certificado Fitosanitario del país de Origen debe incluir la siguiente Declaración Adicional: El material proviene de áreas libres de: <i>Dyspessa ulula</i> , <i>Eumerus tuberculatus</i> y <i>Trogoderma granarium</i> . Deben llegar libres de suelo, materia orgánica. Utilizar empaques o envases nuevos. Inspección Fitosanitaria en el lugar de entrada.					
NOTA: Este Documento es válido para un solo embarque					
OBSERVACIONES/OBSERVATIONS					
NOMBRE DEL EXPORTADOR /EXPORTER'S NAME			DIRECCION DEL EXPORTADOR /EXPORTER'S ADDRESS		
ITAMAREX			CDLA SAN CARLOS CLL MEDARDO ANGEL SILVA No 38 Y JUAN LEON MERA		

ARTICULO CIENTÍFICO

**CITTE – PUBLICACIONES – REVISTAS. PUBLICACIONES 2013-
SATIRI 33**



Egresado de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial, Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Seminario Taller de Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior del Carchi, Seminario Taller de Aplicación de los Incoterms 2000, Seminario Taller de Regímenes Especiales, Seminario Taller de Manejo Básico del Paquete Informático E-Comex, Seminario Taller Manejo de las Subpartidas Arancelarias, Seminario Binacional Ecuatoriano-Colombiano Gestión por Competencias Laborales organizados por la Universidad Estatal del Carchi.

Seminario Taller Normativa de Origen de las Mercancías CAN, ALADI, MERCOSUR, Chile, Estados Unidos y Unión Europea ejecutado por FEDEXPOR.

Foro Binacional de Desarrollo, Integración Fronteriza y Transporte organizado por el Instituto de Altos Estudios para la Integración y el Desarrollo Legislativo, IDL- Integración y Transporte.

**La demanda de jengibre en Cali - Colombia y su comercialización
desde el Cantón el Carmen Provincia de Manabí**

(Entregado 14/11/2013)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial
Internacional.**

itamarex_2006@hotmail.com

Resumen

El jengibre ecuatoriano es considerado actualmente como el mejor en calidad a nivel mundial, pues de allí se debe la gran demanda que existe de este producto en el mercado externo, en el Ecuador existe varios productores de diferentes provincias dedicadas al cultivo y comercialización de jengibre, esta comercialización la realizan tanto nacional como internacionalmente, siendo el principal mercado en la comercialización internacional del jengibre el país de Colombia, teniendo una participación del 78% de las exportaciones ecuatorianas de este producto.

El jengibre además de ser un condimento muy apreciado en Colombia, también es un producto que tiene muchos usos, como en la medicina y en la industria alimenticia.

En el Ecuador se presenta gran facilidad para realizar el cultivo de jengibre, debido a su ubicación geográfica lo que permite obtener un producto de calidad, el Ecuador actualmente se ha propuesto no solo a dar a conocer los productos tradicionales, sino dar a conocer la amplia variedad de productos exóticos que se producen, por este motivo se pretende realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali – Colombia, demostrando así la obtención de una buena rentabilidad en la exportación del jengibre.

Palabras claves: jengibre, demanda, estudio de factibilidad, comercialización, exportación.

Abstract

Nowadays the Ecuadorian ginger is considered as the best in quality worldwide, that's why there is a big demand of this product in the international market, In Ecuador exists several producers of different provinces that cultivate and merchandising ginger, this marketing is nationally and internationally, that's why the main international market of ginger is Colombia, it have a participation of 78% of Ecuadorian exports of this product.

Ginger besides is very popular seasoning in Colombia, it is a product that has many uses, such as in medicine and in the food industry

In Ecuador there are easily for ginger cultivation, due to its geographical location which allows to cultivate a quality product, Nowadays Ecuador has proposed not only to raise awareness of traditional products, instead to do know the wide variety of exotic products that are produced in our country, that's why It's necessary to realize a feasibility study for the commercialization of ginger from El Carmen Canton in Manabí province, that allow to attend a part of the demand of this product in Cali city – Colombia, for demonstrate the obtaining of a good profitability in the export of ginger.

Keywords: ginger, demand, feasibility study, marketing and export.

1. Introducción.

Es necesario mantener el desarrollo permanente de proyectos, por ser de vital importancia para la contribución del desarrollo económico del Ecuador ya que estos se transforman en opciones de inversión que generan ingresos y alta rentabilidad para quienes lo ejecutan, así como también permiten crear fuentes de trabajo mejorando el nivel de vida de las personas inmiscuidas de forma directa o indirecta.

Ecuador es considerado un productor agropecuario potencial pues nuestro país cuenta con excelentes ventajas para la producción y comercialización de jengibre como la ubicación geográfica, el clima constante y los suelos fértiles, lo cual genera buenas perspectivas para este producto que es considerado como uno de los mejores productos ecuatorianos a nivel mundial, y al existir productores ecuatorianos de jengibre ubicados en el Cantón el Carmen se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la demanda de jengibre requerida en la ciudad de Cali Colombia para su comercialización desde el cantón el Carmen provincia de Manabí. Para alcanzar dicho objetivo se estableció los siguientes adjetivos específicos: fundamentar bibliográficamente la demanda y la comercialización, realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de jengibre existente en los mercados del cantón el Carmen provincia de Manabí y en Cali – Colombia respectivamente y realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jengibre desde el cantón el Carmen provincia de Manabí, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Cali - Colombia.

2. Materiales y Métodos

El presente trabajo investigativo tiene como base fundamental dos metodologías; metodología cualitativa y metodología cuantitativa

Metodología cualitativa; en la cual se utilizó la observación y la encuesta la misma que permitió obtener información en forma directa y veraz de quienes están involucrados en el proceso producción y comercialización de jengibre en el cantón El Carmen.

Metodología cuantitativa; se realizó un estudio estadístico de los elementos que conforman la economía del Ecuador y Colombia. Con el objeto de determinar la posible demanda existente de jengibre en Cali-Colombia, así como también la oferta de jengibre disponible en el cantón El Carmen provincia de Manabí.

3. Resultados y discusión

Los seis proveedores de jengibre existente y ubicado en el Cantón El Carmen, son de base para establecer la posible oferta, tal como lo muestra la siguiente tabla.

TABLA No 1.

PROVEEDORES DE JENGIBRE – DISPONIBILIDAD MENSUAL

PRODUCTORES	DISPONIBILIDAD (TM)
Gabriel Fierro	4,10
Miguel Emperador Poveda	1,30
Carlos Morocho	7,40
COMPEIRA S.A.	5,50
INEXA	14,70
Agro Trading Cía. Ltda.	9,00
TOTAL	42

Fuente: AGROCALIDAD / Recopilación Insitu.

Autor: Santiago Portilla.

Es importante mencionar que estos proveedores cumplen con los requisitos establecidos en la normativa vigente de AGROCALIDAD, para la producción y comercialización, tanto nacional como internacional del jengibre.

3.1. Análisis FODA.

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de producción agrícola• Producción durante todo el año• Mayor parte de la producción destinada para la exportación• Bajos costos de producción.• Disponibilidad de mano de obra para el cultivo	<ul style="list-style-type: none">• Demanda creciente principalmente en el mercado colombiano.• Altos precios de compra.• El producto no tiene restricciones para ser importado por Colombia.• EL producto tiene liberación de aranceles por el Acuerdo de Cartagena.• El riesgo país de Colombia se encuentra entre los más bajos de Latinoamérica.• Buena infraestructura vial con libre tránsito vehicular
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Falta de áreas de sembrío.• Falta de promoción del producto en el mercado interno y externo.• Restringido acceso a información del mercado extranjero.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia internacional (Perú).

En el proceso de esta investigación se identificó el **déficit** de jengibre existente en el mercado de Colombia, basado en un análisis de la producción exportaciones e importaciones del producto, en lo cual se ha considerado datos históricos desde el año 2008, lo que me ha permitido obtener un porcentaje promedio de la demanda insatisfecha de jengibre en el mercado de Cali Colombia.

TABLA Nº 2
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA	POBLACION	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT	POBLACIÓN	DEFICIT	COBERTURA		
	TM	TM	TM	TM	N NACIONAL	REAL (KG)	RECOMENDADO (KG)	(KG)	ESTRATIFICADA CALI (90.20%)	TOTAL CALI (KG).	(KG)	(TM)	% DE COBERTURA
2008	0,077	275,92	89	365	44451000	0,008	8,00	7,99	2194695				
2009	10,02	225,68	73	289	44979000	0,006	8,00	7,99	2219633				
2010	22,03	318,54	90	387	45510000	0,008	8,00	7,99	2244536				
2011	30,05	540,44	150	660	46045000	0,014	8,00	7,99	2269532				
2012	0,93	524,27	133	656	46582000	0,014	8,00	7,99	2319684	18524788	504000	504	
2013	19,14	620,41	157	758	47111800	0,016	8,00	7,98	2339579	18679002	504000	504	0,03
2014	21,32	701,56	173	853	47644600	0,018	8,00	7,98	2369567	18914099	504000	504	0,03
2015	23,49	782,71	190	949	48177400	0,020	8,00	7,98	2399555	19149184	504000	504	0,03
2016	25,67	863,86	206	1044	48710200	0,021	8,00	7,98	2429542	19384256	504000	504	0,03
2017	27,84	945,00	223	1140	49243000	0,023	8,00	7,98	2459530	19619317	504000	504	0,03
TOTAL	118,40	4438	1081	5400						114270645	3024000	3024,00	0,13

Autor: Santiago Portilla

3.2. Información del Producto a Exportar.

De acuerdo al Arancel Nacional Integrado el jengibre consta en la partida 0910.10.00.00, este producto es considerado como exótico, y es comercializado en kilogramos tanto nacional como internacional, la comercialización de producto se lo realiza en moneda dólar.

El costo del jengibre en fabrica (Ex Work) es de 1,20 centavos de dólar por kilo este precio ya incluye el empaque.

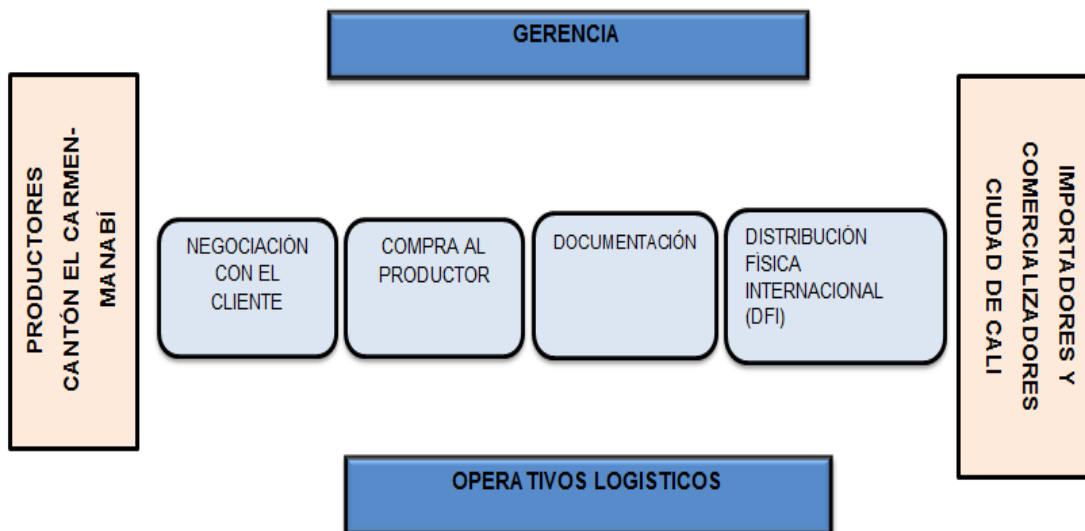
**. TABLA N° 3
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO**

Nombre técnico o comercial del producto	Jengibre.
posición arancelaria en el país exportador	0910.10.00.00
posición arancelaria en el país importador	0910.10.00.00
unidad comercial de venta	Kg.
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	1,20

Autor: Santiago Portilla

Una vez identificada la oferta y la demanda de jengibre tanto en el Ecuador como en Colombia, se desarrolló un plan logístico para hacer más efectivo el proceso de exportación desde el cantón el Carmen hasta la ciudad de Cali Colombia, tal como como se muestra en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO N° 1
PROCESOS**



Estos procesos deben cumplirse con el objetivo de cumplir con los requerimientos y satisfacción de nuestro cliente cumpliendo con tiempo, precios y calidad.

3.3. Información del Embarque

El jengibre se exportara desde el Cantón El Carmen provincia de Manabí, hasta la ciudad de Cali Colombia, la cantidad a enviarse de acuerdo a la investigación será de 42.012 kilogramos mensuales, el embalaje del producto será en cajas de capacidad para 25 kilogramos, para exportar esta esta cantidad se requiere la contratación de cinco camiones sencillos.

TABLA Nº 4
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Cantón El Carmen
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Cali
Nº de unidades comerciales por embarque	42012
Valor inicial del embarque (EXW)	54516
tipo de embalaje	Ninguno
tipo de unidad de carga	Vehículo Sencillo Carabanado
Nº total de embalajes	1556
Nº total de unidades de carga	5

Autor: Santiago Portilla

La comercialización de jengibre se la efectúa con el término de negociación DDP - Cali, en la cual todos los costos y gastos que se requiere para este proceso son asumidos por el exportador, teniendo así un costo de venta de 1,92 dólares con un margen de ganancia del 15%.

TABLA Nº 5
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	35,0	0,5
Manipuleo desembarque	200,0	0,1
Documentación	45,0	0,1
Agentes	150,0	0,8
Transporte interno	1650,0	1,0
VALOR DAP	60360,4	5,3
Aduaneros	9322,2	1,0
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	33,9	2,5
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	11436,1	2,5
VALOR DDP	69716,5	5,3
Precio (c/u) en país de destino	1,67	
MARGEN DE VENTAS	0,15	
PRECIO DE VENTA	1,92	

Autor: Santiago Portilla.

3.4. Inversión Inicial.

Para el desarrollo físico de este tema de investigación se requiere de una inversión, por el costo total de USD 152.645 la misma que se encuentra formada por la inversión fija con un valor de USD 11.310,

TABLA N° 6.
INVERSIÓN INICIAL.

Inversión Inicial	
Concepto	Valor (USD)
Inversión Fija	11.310
Capital de Operación	140.085
Gastos de Constitución	1.250
Total Inversión Inicial	152.645

Autor: Santiago Portilla.

3.5. Proyección de costos y gastos.

En la tabla No 27 se puede apreciar la presentación, de los costos fijos y variables, los mismos que nos ayudan a determinar el valor que tendrá nuestro producto en el lugar de destino, para lo cual se toma en cuenta la cantidad a ser comercializada en un determinado tiempo, (un año) este caso la unidad de medida es el Kilogramo, y el costo del producto es por kilogramo, teniendo este costo un incremento del 15% correspondiente a utilidad.

TABLA No 7.
COSTOS Y GASTOS.

	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Costo de Producción												
MPD		604.973		631.817		631.817		631.817		631.817		631.817
MOD		0		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación												
Depreciaciones	0		350		350		350		350		350	
Total Costo de Producción	0	604.973	350	641.567	350	642.000	350	642.452	350	642.924	350	643.417
Gastos Operacionales	49.214	186.325	21.933	187.196	23.939	169.007	26.146	171.776	28.606	174.881	31.279	178.413
Gastos Administrativos	49.214		21.933		23.939		26.146		28.606		31.279	
Gastos de Exportación		186.325		187.196		169.007		171.776		174.881		178.413
Gastos Financieros	0		15.989		10.393		3.897		0		0	
Interés Bancario			15.989		10.393		3.897					
Costos y Gastos Totales	49.214	791.298	38.272	828.764	34.682	811.007	30.393	814.228	28.956	817.805	31.629	821.830
Unidades	504.144		504.144		504.144		504.144		504.144		504.144	
Costos y Gastos Unitarios	0,10	1,57	0,08	1,64	0,07	1,61	0,06	1,62	0,06	1,62	0,06	1,63
Total Costos y Gastos Unitarios	1,67		1,72		1,68		1,68		1,68		1,69	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	1,92		1,98		1,93		1,93		1,93		1,95	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	141.541		114.625		108.240		97.542		93.594		99.880	

Autor: Santiago Portilla.

3.6. Estados financieros.

Este estado financiero nos provee de información contable, informes financieros y cuentas que se han generado dentro de la actividad económica en un periodo determinado (un año), la cual nos facilitan la toma de decisiones económicas para la empresa.

TABLA No 8
BALANCE GENERAL CON FINANCIAMIENTO.

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	<u>140.085</u>	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	140.085	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Vehículo	7.000	Préstamos Bancarios	<u>122.116</u>
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	122.116
Muebles y Enseres	2.210		
Equipo de Computo	<u>2.100</u>	Total Pasivos	122.116
Total Activos Fijos	11.310		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	<u>1.250</u>	Capital Social	<u>30.529</u>
Total Activos Diferidos	1.250	Total Patrimonio	30.529
Total Activos	<u>152.645</u>	Total Pasivo + Patrimonio	<u>152.645</u>

Autor: Santiago Portilla.

Este estado nos indica la utilidades que se producen por la actividad de comercialización de jengibre, durante los años proyectados, al igual que incrementa las ventas, también incrementa los costos de producción, los gastos operacionales van a ir disminuyendo debido a la cancelación de intereses por el crédito bancario.

TABLA No 9.
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO.

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	966.588	997.090	972.541	971.314	973.775	981.477
Cantidad	504.144	504.144	504.144	504.144	504.144	504.144
Precio	1,92	1,98	1,93	1,93	1,93	1,95
- Costo de Ventas	604.973	641.917	642.350	642.802	643.274	643.767
Utilidad Bruta en Ventas	361.616	355.173	330.191	328.512	330.501	337.711
- Gastos Operacionales	235.539	209.129	192.945	197.921	203.487	209.692
Gastos Administrativos	49.214	21.933	23.939	26.146	28.606	31.279
Gastos de Exportación	186.325	187.196	169.007	171.776	174.881	178.413
Utilidad Operacional	126.077	146.044	137.246	130.591	127.014	128.019
- Gastos Financieros	0	15.989	10.393	3.897	0	0
Interés Bancario	0	15.989	10.393	3.897		
U.A.T.I	126.077	130.055	126.853	126.693	127.014	128.019
- 15% Particip. Trabajadores	18.912	19.508	19.028	19.004	19.052	19.203
Utilidad Antes de Impuestos	107.165	110.547	107.825	107.689	107.962	108.816
- 23% Impuesto a la Renta	24.648	25.426	24.800	24.769	24.831	25.028
Utilidad Neta	82.517	85.121	83.025	82.921	83.131	83.788

Autor: Santiago Portilla.

3.7. Flujos de Efectivo VAN y TIR.

Mediante la evaluación económica y financiera se analiza la factibilidad del proyectos es decir si es rentable, lo cual se determina a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Cálculo del Valor Actual Neto (VAN), estos indicadores financieros se encuentran basados en la estimación de costos y gastos

Es de importancia analizar estos indicadores para determinar si es posible la rentabilidad y viabilidad del proyecto, por lo cual se ha concluido que el VAN en este proyecto es superior a cero, con un valor de USD 124.605,72, que significa que el resultado de esta investigación es satisfactorio.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), juzga de una forma individual el proyecto, para poder determinar la factibilidad de la inversión y poder realizar la toma de decisiones, este indicador financiero valora la inversión y mide la

rentabilidad de los ingresos y egresos en porcentaje y tiempo, el resultado obtenido de la Tasa Interna de Retorno (TIR), del presente proyecto es de 35,47% concluyendo que este proyecto es rentable.

TABLA No 10.
FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO.

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		85.121	83.025	82.921	83.131	83.788
+ Depreciaciones		1.271	1.271	1.271	1.302	1.302
+ Amortizaciones		250	250	250	250	250
Liquidación del Proyecto						7.086
Recuperación Capital de Operación						140.085
Total Entradas	0	86.642	84.546	84.442	84.683	232.512
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	152.645					
Amortización de la Deuda		34.810	40.406	46.901		
Reposición de Activos				2.193		
Total Salidas	152.645	34.810	40.406	49.094	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-152.645	51.832	44.141	35.348	84.683	232.512

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-152.645,27		
1	51.832,45	0,8799	45.607,08
2	44.140,89	0,7742	34.174,50
3	35.347,52	0,6812	24.079,67
4	84.682,77	0,5994	50.759,50
5	232.511,69	0,5274	122.630,25
		ΣFE	277.251,00
		-I.I.	152.645,27
		VAN	124.605,72
		TIR	35,47%
		PR	3,91
		C/B	1,82
CCP	13,65%		
TIR	35,47%		
VAN	124.606		

Autor: Santiago Portilla.

3.8. Punto de equilibrio.

Es un indicador financiero en el que las ventas cubren los costos, este indicador se encuentra expresado en valores, es decir el momento en que la empresa tendrá un equilibrio. Este punto de equilibrio también nos indica la magnitud de utilidades o pérdidas de la empresa ya sea porque las ventas incrementen o disminuyan, para realizar esta operación se basa en los costos fijos y los costos variables los cuales se encuentran proyectados a 5 años, tal como lo indica la siguiente tabla.

TABLA No 11.
P.E. CON FINANCIAMIENTO.

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
Costo de Producción	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		604.973		631.817		631.817		631.817		631.817		631.817
MOD		0		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación												
Envases		0		0		0		0		0		0
Embalajes		0		9.750		10.183		10.635		11.107		11.599
Agua		0		0		0		0		0		0
Energía		0		0		0		0		0		0
Suministros		0		0		0		0		0		0
Asistencia Técnica		0		0		0		0		0		0
nn		0		0		0		0		0		0
nn	0		0		0		0		0		0	
Energía	0		0		0		0		0		0	
Suministros	0		0		0		0		0		0	
Asistencia Técnica	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
Otros	0		0		0		0		0		0	
Depreciaciones	0		350		350		350		350		350	
Total Costo de Producción	0	604.973	350	641.567	350	642.000	350	642.452	350	642.924	350	643.417
Gastos Operacionales	49.214	186.325	21.933	187.196	23.939	169.007	26.146	171.776	28.606	174.881	31.279	178.413
Gastos Administrativos	49.214		21.933		23.939		26.146		28.606		31.279	
Gastos de Exportación		186.325		187.196		169.007		171.776		174.881		178.413
Gastos Financieros	0		15.989		10.393		3.897		0		0	
Interés Bancario			15.989		10.393		3.897					
Costos y Gastos Totales	49.214	791.298	38.272	828.764	34.682	811.007	30.393	814.228	28.956	817.805	31.629	821.830
Unidades		504.144		504.144		504.144		504.144		504.144		504.144
Costos y Gastos Unitarios	0,10	1,57	0,08	1,64	0,07	1,61	0,06	1,62	0,06	1,62	0,06	1,63
Total Costos y Gastos Unitarios		1,67		1,72		1,68		1,68		1,68		1,69
% Utilidad		15%		15%		15%		15%		15%		15%
Precio de venta Unitario		1,92		1,98		1,93		1,93		1,93		1,95
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		141.541		114.625		108.240		97.542		93.594		99.880

Autor: Santiago Portilla

4. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

4.1. BIBLIOGRAFÍA.

- Morocho, C (09/2012) *Entrevista al productor de jengibre* (Archivo Personal).
- Fierro, G (04/2013) *Entrevista realizada a productor de jengibre* (Archivo Personal).
- Villota, R (04/2013) *Entrevista realizada a importador de jengibre* (Archivo Personal).
- López, M (2012) “Coyuntura económica colombiana; Análisis y Perspectivas” (Archivo pdf)
- Maldonado. (2003) “*Producción y Comercialización de jengibre para consumo local y como alternativa de exportación en el cantón Marcabelli en la provincia del Oro*”, Trabajo de Grado para obtener el título de Economista con mención en gestión empresarial e ingeniería comercial y empresarial, especialización: Finanzas, En la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) (04/01/2013).
- Oscullo, K (2011) “*Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de jengibre variedad hawaiano, en San Lorenzo provincia de Esmeraldas*”, Trabajo de Grado para obtener el título de Ingeniero en Agro empresas en la Universidad San Francisco de Quito (06/01/2013).

4.2. LINKOGRAFÍA.

- Sistema estadístico de Comercio Exterior SIEX – DIAN – Colombia (2013), *Importaciones y Exportaciones*, en websiex.dian.gov.co (24/07/2013).
- Aduana del Ecuador (2013), *Código Orgánico COPCI*, en http://www.aduana.gob.ec/pro/general_copci.action (08/06/2013)

- Instituto Colombiano Agropecuario (2013), Mapa de localización de aeropuertos, puertos y pasos fronterizos de Colombia en <http://www.ica.gov.co/> (15/08/2013)
- AGROCALIDAD (2013) *Sanidad Vegetal* en <http://www.agrocalidad.gob.ec/sanidad-vegetal/>
- PROECUADOR (2013), *Ficha Comercial de la República de Colombia* en www.proecuador.gob.ec (22/07/2013)
- BCE (2013) *Comercio Exterior* en http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp