

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

Tema: “Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional

AUTOR(A): Paspuel Rosero Emily Mireya

TUTOR(A): Msc. Ofelia Beatriz Realpe Delgado

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Paspuel Rosero Emily Mireya con el número de cédula 040163557-8 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



f.....

Msc. Ofelia Beatriz Realpe Delgado

TUTOR



f.....

Msc. Oscar Fabricio Navarrete López

LECTOR

Tulcán, abril de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Paspuel Rosero Emily Mireya con cédula de identidad número 040163557-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


f.....

Paspuel Rosero Emily Mireya

AUTOR(A)

Tulcán, abril de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Paspuel Rosero Emily Mireya declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Paspuel Rosero Emily Mireya

AUTOR(A)

Tulcán, abril de 2022

AGRADECIMIENTO

Mi Dios promotor indispensable que me dio la oportunidad de culminar un escalón y me permitió ser Licenciada en Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional, que a pesar de todas las pruebas que he superado con mi familia, me ha dado la fuerza y valentía para aprender de ellos.

En primer lugar, agradezco a mi padre y esposo, quienes fueron pilares fundamentales para permitirme cumplir mis sueños, mediante su apoyo y fortaleza logré conseguir esta meta.

De igual forma agradezco a toda mi familia, amigos que con sus ánimos y palabras de aliento me inspiraron a conseguir mi título.

Un total agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi que abrió sus puertas durante cinco años, además de forma especial a la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial por ser mi segundo hogar, en donde conocí docentes con vocación, que día tras día, forman profesionales con valores éticos y morales, que demuestren a la Sociedad un mundo lleno de metas y sueños por cumplir.

A mi tutor MSc. Edison Caza, que me brindo apertura y confianza para conseguir mi sueño, por medio de su colaboración en la guía para mi trabajo de investigación. Su ejemplo de perseverancia, ayuda y profesionalismo formó estudiantes con propósitos en la vida, ahora me queda decirle un Dios le pague, y su recompensa será infinita, su jubilación merecida por el valioso deber cumplido que será recordado por muchos alumnos.

Mireya Paspuel

DEDICATORIA

Elsa Rosero +, Hilda Paspuel +, mis ángeles del cielo, gracias a su bendición me encuentro en este lugar, su ejemplo, de valentía, carisma, y fuerza para enfrentar la vida me dejaron el legado para continuar y ser la guía para quien me necesite, este logro se los dedico, estoy segura que desde el cielo se encuentran felices, siempre las extrañaré.

Jorge Paspuel, mi papito gracias por permitirme iniciar mi carrera y darme la oportunidad de cumplir este sueño el mismo que es el suyo, porque cada padre desea lo mejor para sus hijos.

Byron Castillo, mi compañero de vida, Dios te coloco en mi camino para ser mi motor día tras día, quiero brindarte mis infinitas gracias por todo el apoyo y amor que recibimos de tu parte. De igual forma dedico este alcance a mi pequeña hija Dayari que es mi inspiración y fuerza de lucha, también representas ese amor incondicional que mamá siempre te tendrá mi pequeña.

A mis hermanos Jimmy y Jhonny, que su cariño y ayuda cuando más lo necesito siempre esta constante. También a personas muy especiales que su apoyo constante siempre estuvo desde el momento que ingresé a su familia, Blanca Reascos, Raúl Castillo y Yadira Castillo, siempre recibí alientos para seguir con este objetivo de su parte, muchas gracias.

Muchas personas conocemos en la vida, pero pocas llegan hasta el final, y estoy segura que nuestra amistad siempre seguirá perseverante, gracias Karito Martínez y Fer Hernández, las quiero mucho, sin su apoyo no fuera posible esta meta.

Finalmente, la vida me ha dado la oportunidad de conocer a personas muy especiales, que con el tiempo se han logrado ganar mi corazón y afecto: Lehito Moreno, Tania Rosero, Fer Ordoñez, Salito Bolaños, Taty Tulcán, sus ánimos y ocurrencias permitieron que el transcurso para obtener este sueño fuera agradable.

¡Infinitas gracias a todos!

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN EJECUTIVO	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN.....	18
I. PROBLEMA	20
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	23
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	25
1.4.1. Objetivo General.....	25
1.4.2. Objetivos Específicos	25
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	25
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	26
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	26

2.2. MARCO TEÓRICO	42
2.2.1. Fundamentación Teórica	42
2.2.2 Fundamentación Legal	44
2.2.3 Fundamentación Conceptual	46
III. METODOLOGÍA.....	46
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	46
3.1.1. Enfoque.....	46
3.1.2. Tipo de Investigación	48
3.2. IDEA A DEFENDER.....	49
3.3 Definición y Operacionalización de Variables.....	50
3.3.1 Definición de las variables	50
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	52
3.5 Análisis Estadístico	53
3.5.1 Población y Muestra	53
3.5.2 Diagnóstico de las Oportunidades de Mercado´	53
3.5.3 Codificación y Partida Arancelaria	54
3.5.4. Criterios para la elección de los países en estudio.....	54
3.5.5 FACTORES INTERNOS	58
3.5.6 FACTORES EXTERNOS.....	67
3.5.7. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	81

3.5.8 Segmentación de Mercado.....	82
3.5.9 Demanda insatisfecha.....	92
3.5.10 Demanda actual	1
3.5.11Proyección de importaciones de camote	3
3.5.12 Consumo Nacional Aparente.....	5
3.6 Estudio Técnico	6
3.6.1 Localización.....	6
3.6.2 Distribución de la Planta.....	9
3.6.3 Estructura Organizacional y Legal	13
3.7 Estrategias de Internacionalización	13
3.7.1 Estrategias de Internacionalización del camote.....	14
3.7.2 Empaque y diseño.....	14
3.8 Producto.....	16
3.8.1 Ficha Técnica del producto.....	16
3.8.2 Proceso de Post Cosecha	17
3. 9 Logística	17
3.9.1 Logística empresarial.....	17
3.9.2 Logística de exportación.....	18
3.10 Estudio económico y financiero	27
3.10.1 Inversión inicial	27

3.10.2 Activos fijos.....	27
3.10.3 Activos diferidos	28
3.10.4 Capital de operaciones.....	28
3.10.5 Gastos de producción	29
3.10.6 Gastos administrativos.....	30
3.10.7 Gastos de exportación.....	30
3.11 Estado financiero	31
3.11.1 Estado de resultados proyectado.....	31
3.11.2 Indicadores financieros Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	32
3.11.3 Punto de equilibrio	33
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1. RESULTADOS	35
4.1.1 Estudio de mercado	35
4.2 Análisis de Entrevistas.....	38
4.2.1 Entrevistas a Expertos	38
4.2. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
5.1. CONCLUSIONES.....	47
5.2. RECOMENDACIONES.....	49
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

VII. ANEXOS	57
-------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fundamentación Legal	45
Figura 2 Fundamentación Conceptual.....	46
Figura 3 Definición de Variables.....	50
Figura 4 Exportaciones de Camote en el Ecuador 2020 - 2021	55
Figura 5 Análisis de las importaciones de camote a nivel mundial.....	56
Figura 6 Análisis de los países importadores de Camote en América Latina y el Caribe.....	58
Figura 7 Balanza Comercial Ecuador – Reino Unido	59
Figura 8 Balanza Comercial Ecuador - Italia	62
Figura 9 Balanza Comercial Ecuador - Panamá.....	65
Figura 10 PIB (Producto Interno Bruto).....	67
Figura 11 Producto Interno Bruto Per-Cápita.....	69
Figura 12 Inflación Anual	70
Figura 13 Tasa de Desempleo	71
Figura 14 Tamaño de la Población.....	72
Figura 15 Estructura de Edad	73
Figura 16 PEA (Población Económicamente Activa)	75
Figura 17 Mapa Político de Italia	85
Figura 18 Ciudades más pobladas de Italia	85
Figura 19 Segmentación Demográfica de Italia	86
Figura 20 Segmentación Demográfica de las principales ciudades de Italia	87

Figura 21 Mapa de la Provincia del Carchi	7
Figura 22 Mapa del Cantón Bolívar	7
Figura 23 Mapa de Italia.....	8
Figura 24 Mapa de la Ciudad de Roma	9
Figura 25 Distribución Física del Centro de Acopio Patata Dulce	11
Figura 26 Estructura Organizacional y Legal.....	13
Figura 27 Empaque y Diseño	15
Figura 28 Logística Empresarial.....	17
Figura 29 Paletización Vista Área	21
Figura 30 Paletización Vista Lateral	22
Figura 31 Contenerización.....	22
Figura 32 Movilización Bolívar – Puerto de Guayaquil.....	23
Figura 33 Movilización Puerto de Guayaquil – Puerto Civitaveccia	23
Figura 34 Movilización Puerto Civitaveccia – Ciudad de Roma	23
Figura 35 Proceso de Exportación.....	24
Figura 36 Punto de Equilibrio	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	51
Tabla 2 Subpartida arancelaria Camote.....	54
Tabla 3 Exportaciones de Camote en el Ecuador 2020 – 2021	55
Tabla 4 Principales Países Importadores de Camote.....	56
Tabla 5 Principales países importadores para América Latina y el Caribe	57
Tabla 6 Importaciones Reino Unido 2016 - 2020	58

Tabla 7 Factores Políticos de Reino Unido	60
Tabla 8 Acuerdos Comerciales Reino Unido	60
Tabla 9 Importaciones Italia 2016 - 2020.....	61
Tabla 10 Factores Políticos de Italia	62
Tabla 11 Acuerdos Comerciales Italia.....	63
Tabla 12 Importaciones Panamá 2016 - 2020	64
Tabla 13 Factores Políticos de Panamá	66
Tabla 14 Acuerdos Comerciales Panamá	66
Tabla 15 PIB (Producto Interno Bruto)	67
Tabla 16 Producto Interno Bruto Per-Cápita.....	68
Tabla 17 Inflación Anual.....	70
Tabla 18 Tasa de Desempleo.....	71
Tabla 19 Tamaño de la Población	72
Tabla 20 Estructura de Edad.....	73
Tabla 21 PEA (Población Económicamente Activa)	74
Tabla 22 Lengua.....	76
Tabla 23 Religión	77
Tabla 24 Innovación	78
Tabla 25 Localización	79
Tabla 26 Transporte Internacional.....	80
Tabla 27 Ponderación Matriz POAM.....	81
Tabla 28 Matriz POAM.....	82
Tabla 29 Segmentación Geográfica Italia	84

Tabla 30 Ponderación POAM – Segmentación de Mercado	89
Tabla 31 Matriz POAM – Segmentación de Mercado	90
Tabla 32 Resumen Matriz POAM -Segmentación de Mercado	91
Tabla 33 Principales Supermercado de la Ciudad de Roma.....	92
Tabla 34 Demanda Insatisfecha.....	93
Tabla 35 Proyección de importaciones de camote en Italia	1
Tabla 36 Proyecciones de importaciones en la Ciudad de Roma.....	2
Tabla 37 Proyección de importaciones desde 2021 - 2026	3
Tabla 38 Proyección exportaciones de camote en Italia.....	3
Tabla 39 Proyección de exportaciones en Italia	4
Tabla 40 Consumo Nacional Aparente.....	5
Tabla 41 Área Administrativa Centro de Acopio Patata Dulce	9
Tabla 42 Área Operativa Centro de Acopio Patata Dulce.....	10
Tabla 43 Maquinaria Requerida	12
Tabla 44 Ficha Técnica del Producto	16
Tabla 45 Proceso de Post Cosecha	17
Tabla 46 Porcentaje Arancelario	18
Tabla 47 Envase.....	19
Tabla 48 Embalaje	20
Tabla 49 Estiba	21
Tabla 50 Transporte.....	23
Tabla 51 Documentos de Exportación	25
Tabla 52 Incoterms	26

Tabla 53 Inversión Inicial.....	27
Tabla 54 Activos Fijos.....	28
Tabla 55 Activos Diferidos	28
Tabla 56 Gasto de Operaciones	29
Tabla 57 Gastos de Producción	29
Tabla 58 Gastos Administrativos	30
Tabla 59 Gastos de Exportación.....	30
Tabla 60 Estado de Resultados Proyectado.....	31
Tabla 61 Flujo de Caja Proyectado.....	32
Tabla 62 Cálculo de la tasa de oportunidad.....	32
Tabla 63 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno	33
Tabla 64 Punto de Equilibrio – Costos Fijos y Variables.....	34
Tabla 65 Cálculo del Punto de Equilibrio	34
Tabla 66 Punto de Equilibrio – Valores Monetarios	34
Tabla 67 Resumen Matriz POAM.....	36
Tabla 68 Resumen Matriz POAM – Selección del Segmento.....	37

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1</i> Certificado del Abstract por parte de idiomas	57
<i>Anexo 2</i> Acta de la Sustentación de Predefensa.....	59
<i>Anexo 3</i> Entrevista GAD Provincial – Centro de Desarrollo de Ideas	59
<i>Anexo 4</i> Entrevista ARCSA Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	62
<i>Anexo 5</i> Entrevista Cámara de Pequeña Industria del Carchi	64
<i>Anexo 6</i> Entrevista Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca	66

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio diagnostica las oportunidades de mercado que existen en relación al camote. Que, al ser un producto fresco, se debe analizar cuidadosamente sus características, con la intencionalidad de llegar al mercado internacional en la presentación de un producto de calidad, aprovechando la demanda que tiene este tubérculo en otros países.

En este caso se tomó en cuenta a tres países que son los mayores consumidores de este producto y que al mismo tiempo no cubren la demanda de camote, estos mercados son Italia, Panamá y Reino Unido, en el cual mediante un análisis tanto de factores internos como externos de cada país y mediante la ponderación en una matriz de Perfil de Oportunidades y amenazas, uno de los mejores destinos fue Italia. La segmentación de mercado fue en relación a factores geográficos, demográficos y psicográficos, teniendo en cuenta a las ciudades que acumulan mayor población como Roma, Milán y Nápoles y utilizando la matriz de POAM de Mercado, se llega a la conclusión que Roma es la mejor oportunidad para iniciar la exportación de camote, hacia los supermercados.

Con respecto al estudio técnico se presenta una propuesta de implementación de un Centro de acopio en el Cantón Bolívar, parroquia San Vicente de Pusir que es el lugar más óptimo en relación a condiciones climatológicas y geográficas. En el cual se realizarán diferentes procedimientos para el mejor conservación y alargamiento de la vida útil de este producto. La distribución internacional es multimodal utilizando vía terrestre y marítima, teniendo esta una duración aproximada de 16 días. Finalmente, se realiza un estudio financiero y económico en el cual se analizan diferentes aspectos como la inversión, viabilidad del proyecto, entre otros. El cual tiene resultados positivos ya que tiene como efecto que el proyecto es viable, con una recuperación eficiente del capital invertido.

ABSTRACT

This study diagnoses the market opportunities that exist regarding to sweet potato. Being a fresh product, its characteristics must be carefully analyzed so that it can reach the international market as a quality product, thus taking advantage of the demand for this tuber in other countries. In this case, three countries were taken into account because they are the largest consumers of this product, which do not cover the demand for sweet potatoes, these markets are Italy, Panama and the United Kingdom. Through an analysis of both internal and external factors of each country and the weighting in a matrix of Opportunities and Threats Profile, it was shown that one of the best destinations was Italy. The market segmentation was in relation to geographic, demographic and psychographic factors, taking into account the cities that accumulate the largest population such as Rome, Milan and Naples and using the Market POAM matrix, it is concluded that Rome is the best opportunity to start exporting sweet potatoes to supermarkets. Regarding the technical study, a proposal is presented to implement a Collection Center in Bolívar, San Vicente de Pusir, because it is the most optimal place in relation to climatological and geographical conditions. In the collection, different procedures will be conducted for the best conservation and useful life of this product. International distribution is multimodal using land and sea routes, which last approximately 16 days. Finally, a financial and economic study is done in which different aspects such as investment, viability of the project, among others, are analyzed. There were obtained positive results since it has the effect that the project is viable, with an efficient recovery of the capital invested.

Keywords: Opportunities, Geographical, Demographic, Psychographic, Investment, Viability, Climatological, Multimodal, Storage, Maritime.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país que tiene diversidad de climas, a esto se atribuye la variedad de flora y fauna, siendo reconocido a nivel mundial por esta característica; sus regiones categorizadas brindan infinidad de plantas alimenticias, una de ellas es un tubérculo conocido con el nombre camote, este tiene raíces ancestrales latinas, a pesar que su producción se ha mirado amenazada por la escasa demanda nacional; continentes europeos, asiáticos apetecen este producto, y lo consumen en su dieta diaria, aquí parte oportunidades para Ecuador, en internacionalizar este producto, y evitar que su consumo vaya desapareciendo.

Esta investigación pretende diagnosticar las oportunidades comerciales que tiene el camote (*Ipomoea Batatas*) y la comercialización internacional del mismo por parte de los pequeños productores de la Provincia del Carchi, mediante la creación de un Centro de Acopio denominado “Patata Dulce” que cumplirá con las exigencias sanitarias, permisos de funcionamiento, legalidad en el proceso en fin todos los requerimientos de calidad para internacionalizar el producto.

Una característica importante en la actualidad y las nuevas reformas que ambientales que adoptan varios países es consumir productos que no perjudiquen al ambiente o que formen parte de reciclajes en el proceso de industrialización, el camote en su proceso de curado y desinfección se utiliza fungicidas orgánicos no perjudiciales para la salud ni el ambiente, por otra parte el envase el empaque del producto es cartón medios de fácil reutilización una vez que su función termine, en el mismo aspecto la reutilización de talegas en las cuales se recibe la materia prima aporta al ciclo de reciclaje. La investigación está formada por cinco capítulos, los cuales se asemejan a un rompecabezas su aporte es indispensable para obtener los resultados claros y fiables para el estudio.

En lo que respecta al Capítulo I, se desarrolla planteamiento del planteamiento del problema, es decir las razones por las cuales se realiza la investigación, identificar si la exportación de camote es factible y su acogida en mercados internacionales apertura caminos para productos no tradicionales, en esta parte se analizan la problemática y las justificaciones para que se presente un suceso que requiera ser resultado, para ello se plantea los objetivos que el investigador cumplirá para tener resultados.

En el Capítulo II, nombrado Fundamentación Teórica, se analiza las teorías de comercio internacional que más se apeguen a las características del producto, a su vez son la base para el planteamiento de las estrategias comerciales, como también se encuentra la Fundamentación Legal que hace énfasis a las leyes, normas, reglamentos, acuerdos en sí todos los estatutos que debe acatar el proceso de comercialización.

En el Capítulo III se desarrolla la Metodología de investigación, enfoques y técnicas investigativas, de tal forma que se empieza a dar conocimiento de los medios que serán utilizados durante toda la investigación, se encuentra datos cualitativos, cuantitativos, fuentes primarias, secundarias etc. que permitirán dar cumplimiento a los objetivos del investigador

El Capítulo IV denominado Análisis de Resultados y Discusión, se presenta los resultados obtenidos por medio de la investigación, entrevista a expertos, fuentes primarias y secundarias

En el último capítulo V, las conclusiones y recomendaciones, cierran la investigación, presentando datos reales y fiables para aprobar o no la hipótesis planteada de la investigación.

Con la intención de tener un respaldo de toda la investigación se incorporan las referencias bibliográficas que a su vez citas las fuentes investigativas, evitando que el plagio distorsione las ideas y especificaciones que tiene el investigador, porque es importante que el estudio sea

Finalmente, para concluir la investigación se incorporan las referencias bibliográficas, las cuales evidencian las fuentes utilizadas en el desarrollo, a su vez los anexos respaldan la información obtenida de toda la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización es un suceso versátil clave para el desarrollo económico mundial que a lo largo de la historia ha demostrado brindar interdependencia a cada región, por medio de la eliminación de barreras arancelarias, apoyo al libre comercio y el aumento de la competitividad, en donde cada empresa invierte mayor recursos en tecnología e innovación a cambio de costos más bajos, como en las múltiples evoluciones que países han progresado más que otros, a esto se les conoce como los países con crecimiento económico mientras que los que se encuentran en vías de desarrollo, que se diferencian en la capacidad de tener más competitividad y poder entre sí.

Malamud (2020) menciona que una rápida propagación de un virus a la cual se le denomino Coronavirus de murciélago tipo SARS, trajo una nueva globalización notablemente desacoplada, en la cual los estados reformarían su poder y se crearían cambios drásticos en sectores estratégicos como el comercio, salud, política y economía.

Es por ello que el autor considera que las empresas se encuentran en una situación de riesgo al enfrentarse a nuevas estrategias competitivas de la competencia y que se genere impactos negativos en las inversiones futuras.

En el 2020, La Comisión Económica para América Latina y el Caribe indica que la caída de la economía mundial ha traído recesión, en sectores estratégicos claves en el equilibrio de la balanza comercial; sin embargo, las exportaciones de productos agrícolas y agropecuarios fueron lo más resilientes con un porcentaje creciente del 2%.

Ante este criterio se comenta que la competitividad comercial se ha inmovilizado por un tiempo sucesivo, en el cual se han adoptado medidas de prevención sanitaria en la comercialización internacional, en lo cual influyen costos adicionales para las empresas que requieren protección para el personal de trabajo.

Ecuador es un país multivariado en flora y fauna, gracias a la diversidad de climas y trópicos, sin embargo, su eje principal radica en explotación de recursos naturales, los cuales se mencionan como materia prima, dificultando directamente la economía ya que por una escasa cadena de valor la oferta exportable no surge como un producto terminado y se da paso a un ciclo en donde el país provee de materia prima para luego adquirir ya un producto terminado y seguir en una paradoja que retrasa las oportunidades comerciales que tiene el mismo. Además, las exportaciones del país se basan en productos tradicionales como camarón, banano, cacao, flores, las cuales se han visto afectados por la competitividad de países cercanos como Colombia, Perú y es ahí que el Ecuador no cuenta con una diversificación de oferta exportable.

Se presenta al camote (*Ipomoea Batatas*) el mismo que en el país tiene una producción baja debido a que su consumo se ha visto caer por el desconocimiento de las nuevas generaciones e inclinaciones por productos similares como la papa, oca y yuca. escaza

El agricultor carchense efectúa una producción empírica en donde la falta de una guía que presente las exigencias en la calidad del producto, el establecimiento en la correcta estrategia de internacionalización, un estudio de la oferta, demanda, y sobre gustos y preferencias del consumidor, impide abrir Oportunidades de Mercado y ampliar lazos comerciales; estos son retos que se enfrentan varios exportadores y los cuales no cumplen fracasando en el intercambio.

En el Carchi existe una producción baja del camote específicamente porque se la realiza en zonas cálidas que van en rangos desde el nivel del mar hasta los 2,500 metros de altura; como también se refleja una falta de motivación en los productores, porque desconocen que este producto cuenta con oportunidades de comercialización internacional, que por medio de una estrategia bien fundamentada se puede crear una cadena de valor justa y correctamente formada para el mejoramiento de la economía del país.

Es importante mencionar que para conseguir éxito en la comercialización internacional se requiere un correcto planteamiento de los objetivos enfocados a un largo plazo, en donde será un pilar fundamental la estrategia adoptada y así poder aprovechar las oportunidades de mercados a medida que vaya expandiéndose el conocimiento de la marca hacia otros mercados; por medio de la competitividad, responsabilidad, y calidad de los productores del camote.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Las oportunidades de Mercados Internacionales del camote (*Ipomoea Batatas*), de los pequeños productores de la Provincia del Carchi contribuyen a la comercialización internacional?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la presente investigación tendrá como objetivo fomentar la comercialización internacional del camote (*Ipomoea Batatas*) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi, aprovechando las oportunidades de mercado que se analizarán por medio de datos estadísticos, investigación, exploraciones con la finalidad de seleccionar el mercado internacional adecuado para su exportación. De esta forma se pretende diversificar la oferta exportable de la Zona 1 del Ecuador; aprovechando la producción de nuevos alimentos que son apetecidos por los consumidores extranjeros y contando con la ventaja de que se producen en nuestro país.

La oferta de productos no tradicionales a los mercados internacionales, fomentará su consumo en este caso del camote (*Ipomoea Batatas*) un tubérculo libre de químicos que tiene una valiosa fuente de vitaminas B, C y E, aportando a niveles moderados de hierro y zinc, además que el interés en países extranjeros por consumir alimentos saludables.

El Ecuador mantiene el apoyo del Gobierno de Corea, representado en el Programa Coreano en Agricultura Internacional, denominado KOPIA, que desde el año 2012 busca promover la investigación en la producción agrícola, bajo técnicas de invernadero, hortícola, diagnóstico de semillas; además del trabajo conjunto con el INIAP, (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias), establecidos en el Centro Experimental Santa Catalina que se caracteriza por ser el más reconocido banco de germoplasma de semillas, con la intención de proteger la

agrobiodiversidad del país. Por medio de este trabajo vinculado permitirá el establecimiento de un modelo de producción sostenible, el camote está considerado dentro de este Programa.

La presente investigación llega a ser una de las primeras que analizan las oportunidades de mercado para el camote (*Ipomoea Batatas*) desde la Provincia del Carchi, por ello brinda un aporte significativo para la Región, estableciendo un panorama distinto en la comercialización de este producto, de esta forma los agricultores crean confianza en la siembra del camote ya que se les otorga un camino de salida como el envío internacional, puesto que se amplía las alternativas comerciales que surge desde la Provincia.

Para la Carrera de Comercio Exterior contribuye a que las investigaciones futuras se inclinen en forjar soluciones ante las problemáticas de la Provincia, que de manera continua cooperen a la economía del país; de tal forma permite ser un aporte académico y con el trabajo conjunto que parte desde la academia, instituciones y actores comerciales, acceden al despliegue de un cambio para la misma, en donde se brinda más oportunidades de innovación y empleo e impida depender de actividades tradicionales ligadas al ser una zona fronteriza y evitar una mayor recesión económica.

Finalmente se espera que la comercialización internacional del camote (*Ipomoea Batatas*) beneficie al incremento de la producción en la Provincia del Carchi y se logre obtener competitividad internacional reconocidos por la calidad del producto que parte desde la ventaja en la variedad climática y suelos fértiles que proveen de un producto atractivo en mercados internacionales. Y que contribuya a mejorar la situación económica del país obteniendo un equilibrio en la balanza comercial por medio de las exportaciones.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado para el camote de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.
- Elaborar un Estudio de Mercado Internacional del camote (Ipomoea Batatas) producido por los pequeños productores de la Provincia del Carchi para la comercialización internacional.
- Elaborar el Estudio Técnico para la comercialización internacional del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la provincia del Carchi.
- Elaborar el Estudio Financiero de la comercialización internacional del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué dificultades existe en el proceso de comercialización internacional?
- ¿Qué Instituciones guían o incentivan a la comercialización internacional?
- ¿Las Empresas de la Provincia del Carchi reciben capacitaciones para impulsar la comercialización internacional?
- ¿Cuál es la oferta exportable del camote (Ipomoea Batatas) de los Pequeños Productores de la Provincia del Carchi?
- ¿Cuántos productores de Camote hay en la Provincia del Carchi actualmente?

- ¿Existe alguna Asociación de Productores de Camote en la Provincia del Carchi?
- ¿Cuáles son los principales competidores en el mundo respecto a la oferta del camote?
- ¿Cuál es el principal país consumidor de Camote en el mundo?
- ¿A qué países se les acreditan un alto consumo de Camote?
- ¿Cuáles son las Empresas de la Provincia del Carchi que exportan sus productos en la actualidad?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el año 2019, Luis Cartagena, en su estudio “*Plan de Exportación de camote (Ipomoea Batatas) de Honduras a Holanda*” realizado en la Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano Honduras, investiga la factibilidad de exportar camote hacia Holanda, un mercado que es considerado el segundo importador del tubérculo más grande de Europa, que por medio de bases de datos encontrado en la herramienta virtual Trade Map, además de un Plan técnico del producto, análisis de la empresa, análisis de mercado, FODA, Incoterms, análisis financiero y de rentabilidad que permitirán la identificación de los requerimientos que se necesita para ingresar al país de destino. En los objetivos de la investigación se busca identificar los países competidores para mejorar su calidad, y comprobar la factibilidad del proyecto.

Como resultados del Plan Técnico del producto presenta algunos puntos importantes que deben tomarse respecto al cultivo, por ejemplo, que las fechas prósperas de envíos a Europa son en los meses de enero a mayo, porque termina esta época y empieza temporada egipcia e israelí excesiva en cultivos de camote, en donde el precio baja debido a su aumento de oferta, evitando competir con estas fluctuaciones de costos. En este mismo ámbito se identificó que en el 2018, por medio

de la herramienta Trade Map que los principales importadores de camote en el mundo fueron Reino Unido, Holanda, y Francia; sin embargo, el primer país hace el menor pago por kilo de camote, existiendo otros mercados que su pago es mejor. Además, se presenta los requisitos de acceso, legales, certificaciones que solicita la Unión Europea, la variedad exportable de camote es la Beauregard, característica de color naranja, la cantidad varía según la oferta de las fincas proveedoras, sin embargo, una cantidad aproximada será de 3200 cajas por semana, desglosado en una presentación de seis kilogramos por caja, con un precio pactado de USD 0,62 por kilo, bajo el Incoterms EXW, es decir empacado y listo para su exportación.

Se llega a la conclusión que la competencia más cercana es Estado Unidos, porque cuenta con Universidades que están en constantes investigaciones con la finalidad de dar mejorías al producto, como también cuentan con recursos para innovar. Sin embargo, el proyecto es rentable y requiere de la expansión de mercados como el asiático, tomando en cuenta un estudio en relación a costos ya que se diferenciará de la competencia.

La información recabada permite conocer la aceptabilidad del camote en mercados potenciales, además de identificar los requerimientos para su ingreso, que por medio de análisis financiero se conozca el precio al consumidor, de igual forma elegir el mercado más óptimo para la comercialización del camote. Respecto a las futuras investigaciones será la base para expandir las oportunidades de mercado del camote.

En el año 2021, Jonathan Figueroa y Javier Bonilla, estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, realizan un “Plan de Negocio para la Exportación de Snack salados a base de Plátano, Camote y Yuca hacia Canadá, con el objetivo de proveer a Vancouver un producto ecuatoriano con valor agregado que mediante un estudio en los gustos y preferencias de los

consumidores se determinó que Canadá es un país multicultural por el alta tasa de inmigración es por ello que se convierte en un mercado potencial para importar. Una característica muy importante en este país es que las jornadas de trabajo y actividades constantes impiden mantener una dieta saludable es así que se abre un nicho de mercado para ofertar productos ligeros, pero con potencial nutritivo, tal es el caso del snack de plátano, yuca y camote, otro de los ejemplos en este nicho de mercado abarca a las frutas deshidratadas, chips de verduras, las famosas barras energéticas. Otro punto importante es conocer los precios por kilogramo en la elaboración de snack, como primer ingrediente el plátano verde con un valor de \$ 2,15 dólares canadiense, en segundo lugar, se presenta a la yuca con \$2,14 dólares, y finalmente al camote tipo morado con \$ 2,39. En cuanto al tipo de investigación se aplicó la bibliográfica documental debido a que el tema de estudio es en un mercado exterior por ello la población objetiva será referenciada por datos de las Entidades gubernamentales tanto del país importador como el exportador, acogiéndose al método de las entrevistas que en este caso se la realiza a un profesional canadiense, el mismo que brindara su opinión respecto a la intención del estudio; además de adoptar método analítico – sintético como fuente para analizar la aceptación del snack en el mercado objetivo por medio de la proyección del estudio financiero.

Respecto a la presentación del producto se diseña un empaque primario que es una funda de polipropileno con peso de 200 gramos, como empaque secundario el cartón corrugado el mismo que caben 30 unidades, en este empaque se requiere de una cinta de polipropileno con adhesivo para unir las aletas; y finalmente el embalaje que contiene 6 rollos de plástico stretch film para su terminación. En relación a las certificaciones de requerimiento de entrada se encuentra a la Certificación Libre de Gluten, 0% de Colesterol, 0% Grasas Trans. Referente a la situación de

riesgo en la que se encuentra el mundo se adopta un Plan de Contingencias respecto a medidas en la ejecución de cadena de valor para evitar el contagio del Coronavirus.

Se concluye que la aceptación de snack en base plátano verde, camote y yuca al mercado canadiense es aceptable, sin embargo la competencia presenta una debilidad en donde se debe buscar alternativas para cautivar al consumidor, que mediante al análisis de mercado la competencia provee de snacks con preservantes y colorantes artificiales, ahí es una fortaleza para diferenciarse entre otros productos, además que los canadienses prefieren la calidad, precio y que sean saludables, características básicas para su satisfacción. En lo que se refiere al traslado de mercadería será por vía marítima a través del Puerto Marítimo de Guayaquil.

La investigación aporta a estudios futuros con información actualizada, que permitirán seguir una cadena de análisis para incentivar estas exportaciones buscando nuevas alianzas comerciales que fortalecerán el comercio y cambiar el marco hacia un país desarrollado.

En el 2018, Auxiliadora Velásquez, ex – alumna de la Universidad de Guayaquil, realizó la investigación “ La Comercialización Internacional de Productos Agrícolas en el Crecimiento Económico Propuesta: Metodologías Activas de la Comercialización Internacional de Galletas de Camote para el Mercado Francés”, pretendiendo mejorar el sistema económico de la región desarrollando un correcto desempeño en la Asociación de Microproductores del Cantón Salitre, contribuyendo a disminuir el desempleo, la pobreza que radica en la zona, capacitando a la Asociación a la mejora de actividades, innovación y emprendimiento destacada en la producción agrícola, brindando un valor agregado con la intencionalidad de exportarlos. Se utiliza el tipo de investigación Descriptiva ya que parte desde diagnosticar la problemática que tiene la Asociación y descubrir que métodos se utiliza para su posible solución, además de aplicar la investigación de

campo en donde se indica el lugar en que inicio el problema, los afectados, reconocer la realidad de la situación que afronta el Cantón Salitre, por otro lado la investigación experimental en la cual se aplica entrevistas, antecedentes, documentos similares que contribuyan a resolver la problemática planteada en el estudio. Como población y muestra se determina al objeto de estudio que es la Asociación de Microproductores del Camote, en total 16 personas encuestadas.

En lo que respecta a la propuesta se requiere de buscar alternativas de mejorar la producción y abrir nuevos caminos de comercialización para los productos, incentivando a los Microproductores a capacitarse constantemente sobre procesos productivos en donde intervengan entidades gubernamentales que por medio de alianzas con entidades exteriores permitan fortalecer las deficiencias en el sector agro del Cantón.

Como conclusiones se establece que la Asociación requiere de capacitaciones y un trabajo conjunto con entidades que permitan que los productos puedan llegar a su comercialización internacional, y mediante el análisis resulta factible, y es recomendable impulsar la producción basada en metodologías activas en valor agregado al producto.

La presente investigación destaca las oportunidades de comercialización que tienen los productores de camote de las distintas áreas camoterías del país, ya que en la actualidad es considerado un producto estrella que goza de variedades para darle un valor agregado, varias entidades, universidades, productores y terceros se encuentran trabajando para conseguir la exportación de este producto no tradicional que es apetecido en muchos mercados internacionales.

En el año 2019, Joe Bueno, Anavel Calle, Cinthya Soto y Edwin Nicacio, realizaron una investigación en la Universidad San Ignacio de Loyola, denominada “Elaboración de Fideos a Base de Harina de Camote y Quinoa Camoquin”, en la ciudad Lima – Perú, tratándose de diagnosticar

la factibilidad en la instalación de una planta productora de fideos con materia prima de harina de camote y quinua, en el cual ofertarán un valor agregado y diferenciado de los fideos comunes a base de trigo, aprovechando que los insumos son producidos en el mismo país evitando costos adicionales en la adquisición por otros lugares, este proyecto busca diversificar la elaboración de productos comunes que a su vez cuenten con propiedades nutricionales que otorguen al consumidor tener una dieta saludable.

Para la obtención de los resultados se aplica por medio análisis POAM, que diagnostique la situación del mercado objetivo, además de analizar la demanda, oferta, una selección de mercado que en este caso es Lima. Además, se realiza un Plan de marketing en donde se busca las mejores estrategias del producto, precio, distribución, promoción y publicidad; sin dejar a un lado la Planificación Financiera tomando en cuenta la inversión, financiamiento, capital presupuesto etc. Que serán la base para el implemento del proyecto.

Como conclusiones se determina que el estudio es viable, considerando el análisis de sus variables, considerando que el producto debe contar con los factores determinantes respecto a la calidad, sabor y los beneficios nutricionales factores competitivos frente a los demás productos.

Esta investigación cuenta con información completa de un correcto estudio de factibilidad, que sirve como modelo para ejecutar investigaciones similares futuras y determinar si los productos con valores agregado como los fideos a base de harina de camote y quinua tiene demanda en mercados internacionales.

En el año 2014, Rosero Nathalie, ex alumna de le Universidad Católica de Santiago de Guayaquil realizó un “*Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de la Harina de Camote para el Mercado Español*”, tratándose de demostrar si existe factibilidad o no en la

producción y comercialización de harina de un tubérculo que posee de varias alternativas de industrialización como dulce, snack, galletas, torta, pan, colada, harina entre otros y contar con la aceptabilidad en mercados internacionales, en este caso se pretende enviar a España, ya que es un país que demanda productos saludables y amplia inclinación por el camote. El mismo que cuenta con el objetivo de incentivar la producción de camote en Ecuador y su posterior exportación a España como fuente alimenticia de alto valor nutricional, mediante una guía y capacitaciones desde los productores se puede conseguir un producto apetecido en el exterior.

Otro de los objetivos del presente estudio es obtener una Certificación de Camote Orgánico en España ya que garantizará que la Harina es procesada con materia prima de calidad; sin descartar la planificación legal y administrativa de la empresa a crearse, empezando desde el producto, su ciclo de producción, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, comercialización y sobre todo una correcta planificación logística que permita el intercambio comercial de Ecuador hacia España.

Llevando a cabo la investigación cuantitativa y cualitativa, que por medio de entrevistas la información primaria y secundaria se realiza en prioridad los hombres y mujeres de todas las edades que vivan en España con la intencionalidad de conocer gustos y preferencias del posible consumidor del país importador.

Dando como resultado que es factible la investigación y su aceptación tiene amplia apertura de mercado en este país, otorgando una seguridad alimentaria a todos los consumidores, sin embargo, se determinó que existe productos similares pero los beneficios nutricionales no son iguales, gozando de una reducción de costos frente a la competencia porque se cuenta con terrenos óptimos para cultivos que no requieren mayores gastos para su preparación. Como también la creación de

una empresa en el Ecuador que cuente con un potencial mercado internacional, que fortalecerá el incremento de fuentes de empleo, mediante la adquisición de mano de obra, técnicos especializados, etc.

El aporte de esta investigación es de suma importancia porque incrementa nuevas alternativas de estudios futuros que fomenta la explotación de productos no tradicionales, evitando depender de intercambios comunes que cada vez van perdiendo la esencia de excepcionales y la competencia va tomando fuerza, es así que se sugiere más investigaciones que amplíen la diversificación comercial del Ecuador, y más aún sacar beneficios de las potencialidades que tiene el país.

En el año 2016, Ángel Beltrán, ex – alumno de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, realiza un estudio para obtener un Título de Ingeniero en Comercio Exterior, en el cual plantea una investigación de factibilidad si el camote orgánico tiene aceptabilidad en el Mercado Canadiense, iniciando en la recolección de información en cuanto a la producción de Ecuador, por medio de entrevistas dirigidas al Productor de la finca “ La Maravilla” Junior Ampuero en la Provincia de Manabí y a una funcionaria del INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias) Ing. Gloria Cobeña. Como resultado de las Entrevistas se determinó que la forma de cultivo del camote es orgánica, en el cual debe cumplir algunas características para su exportación, una de ellas es la uniformidad del producto en un referente de 60 a 250 gramos, con un diámetro de 5 a 10 cm, otra característica es que no debe contar con ningún daño mecánico es decir lizo, libre de plagas y enfermedades; otro punto importante mencionado por los entrevistados es que el Ecuador no cuenta con tecnología ni un manejo agronómico propio que permita ser más demandado en nuevos mercados; sin embargo la funcionaria del INIAP, recalco que ese es uno de los objetivos que busca esta institución en mejorar y capacitar a los productores con la intención que sus productos sean acordes y den cumplimiento a las exigencias del consumidor internacional.

Por otro lado, se explicó que el camote tiene meses acordes para la siembra dependiendo de la región que se encuentre, por ejemplo, en el Litoral la mejor época es el verano, con la exigencia que debe contar con el recurso de riego, entre los meses de Junio y Julio, de igual forma pasa en la Sierra, por otro lado en la Amazonía se puede sembrar en cualquier época, pero su cultivo cuenta con un ciclo más largo que es de 7 a 8 meses.

Esta investigación tomada como antecedente para el estudio se realizó con la aplicación de fuentes primarias las cuales se mencionan en la entrevista, fortaleciendo el enfoque cualitativo, que demanda de opiniones de expertos, experiencias, relaciones directas con el tema de estudios, datos no relacionados con números. Por otro lado, las fuentes secundarias de desarrollan bajo datos estadísticos, informaciones comerciales encontradas en páginas confiables sobre el envío internacional del camote orgánico.

Como conclusiones se determinó en las fuentes primarias que existe un escaso conocimiento técnico en el proceso productivo y que compete a las Instituciones Gubernamentales incentivar y mejorar esta barrera. Mientras que las ventajas con aún mayores ya que el proyecto se mostró factible en los análisis estadísticos que demostraron utilidades que incrementarán a futuro; y finalmente se cuenta con preferencias arancelarias que fomentará los lazos comerciales y el permitirá llegar con precios competitivos a este mercado.

La investigación proveerá de información valiosa y a su vez será una guía actual para los futuros estudios sobre el camote, que en el tiempo presente está tomando realce en su demanda, y se busca las mejores opciones para llegar internacionalizarlo, ya que cuenta es apetecido en mercados extranjeros, por sus múltiples beneficios en la salud y economía. Entre la información importa que

presenta la investigación se encuentra Incoterms, procesos de exportación, permisos solicitados para su envío, matriz FODA, criterios de expertos, estudio financiero etc.

En el año 2020, la ex – estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Paola Yacelga, expone su investigación *Análisis de Oportunidades de Mercados Internacionales para la Comercialización del Camote desde la Provincia del Carchi hacia Bélgica, Irlanda y Alemania*” que tiene por objetivo escoger el país más óptimo para la comercialización de camote; entre los tres principales países de la Unión Europea: Bélgica, Irlanda y Alemania; llevándose a cabo la creación de un Centro de Acopio ubicado en el Cantón de Bolívar, la aplicación del enfoque cualitativo y cuantitativo se demuestra la factibilidad en las encuestas y entrevistas realizadas a los productores de la Provincia, y la recolección de información por parte de MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca). La aplicación de la Nueva Teoría de Comercio Exterior se creará competitividad gracias a la especialización del camote que es producido en el mismo país y la relación de costos frente a la competencia es potencial; así como también en la Teoría de Demanda Recíproca la cual menciona que Ecuador debe extender sus lazos comerciales fortalecidos en varios Acuerdos Multipartes que permitan la facilitación al Comercio y potencial la economía del país. En cuanto al estudio de mercado se determina que los tres países cuentan con las características para su envío porque el camote es apetecido por los consumidores; mientras que la competencia es torna fuerte por la amplia investigación y constantes capacitaciones para mejorar todas sus exportaciones tal es el caso de Estados Unidos una potencia mundial, como también Perú vecino país con el cual se goza de la misma ventaja en costos. En lo cual resta brindar una atención diferenciada y ofertar productos de calidad, que con el trabajo conjunto de parte desde el agricultor, academia y estado se pretende cambiar la visión del país bajo la innovación y emprendimiento.

Se concluye con el resultado que el proyecto es factible, mediante el trabajo conjunto la intención es de incentivar la producción de este tubérculo en la Provincia y así mejorar la economía de los agricultores. Por medio de la Matriz POAM, se determina que Alemania cuenta con los puntos más relevantes en la exportación de camote; por otro lado, en el Estudio Técnico resulta factible la creación del Centro de Acopio, bajo costos relacionados en el VAN y TIR.

La investigación será una guía para los nuevos estudios que continúen en el incentivo al agricultor ecuatoriano en cambiar la matriz productiva basada en productos diferentes de esta forma clientes y exportares se encontrarán satisfechos con la amplia gama que brinda el Ecuador como país rico en flora y fauna; por otro lado, impulsará a las entidades gubernamentales a enfocarse en capacitar en productos no tradicionales y buscar nuevos acuerdos que abran lazos comerciales con nuevos países.

En el año 2020, Carolina Yépez, de la Universidad de Guayaquil de la Carrera de Comercio Exterior, realizó la “Gestión de Agroexportación de la Harina de Camote”, en el que pretende darle importancia a la correcta Gestión en estrategias para fomentar personal eficiente y la colocación de productos no tradicionales en mercados exteriores, incentivando al emprendimiento y se pueda generar un desarrollo socio económico para todo el país. En otras palabras, se pretende implementar valor agregado desde el inicio de la cadena de valor en donde los productores ya cuentan con capacitaciones desde el bachillerato para cultivar productos aptos en la exportación, y disminuir la forma tradicional de siembra, tecnificando la gestión agro- exportación. La investigación será de análisis documental porque se relaciona con las teorías de agro -exportación, mediante la modalidad virtual abierta en la cual la investigación bibliográfica contendrá la información actualizada en documentos digitales, textos, artículos que facilitarán el resultado de la investigación, y muy importante cuenta con la información de campo que proveerá de datos reales

en el lugar exacto del problema en el cual se toma datos, entrevistas de las personas que viven cada día el conflicto suscitado, además toma campo la investigación descriptiva en la cual se detalla e forma minuciosa los eventos, situaciones y elementos claves para diagnosticar el tema de estudio.

Como resultado la Gestión Agro- exportadora resulta beneficiosa para elevar la competitividad que parte desde la formación académica y permite obtener resultados futuros prósperos para el país, en el cual el estudiante se instruye desde el bachillerato con capacitaciones direccionadas al emprendimiento y comercialización.

Esta investigación aporta con ideas nuevas que parten desde la instrucción académica para enfrentar la competitividad internacional, y brindar una nueva imagen de la producción del país, con características tecnificadas que brinden productos de calidad y diversificaciones multidiverso en cuestión de la oferta exportable.

En el año 2019, la Revista Inclusiones de México, publica el artículo científico “*El Camote Deshidratado Como Una Nueva Alternativa De Consumo Saludable Para Los Sonorenses*”, realizado por Lic. Gonzalo López, Dra. Lourdes León y Dr. Joel Espejel, en el cual pretenden aplicar un método diferente de conservación al camote como técnica de valor agregado, y determinar la variables que son necesarias identificar la aceptabilidad del camote deshidratado, como emprendimiento innovador para la población sonorense. En el cual se tomarán atributos referentes a la calidad, analizar preferencias de los consumidores como la neofilia o neofobia.

Algunas ventajas de adoptar la técnica de deshidratación es contar con mayor preservación de los alimentos, dependiendo del grado de deshidratación, mayor intensificación de los sabores, se conserva las propiedades nutricionales, en cuestión de almacenaje tiene mayor adaptabilidad y facilidad en su transportación.

El segmento de mercado es la población de Hermosillo, Sonora, con la participación en el rango de edad de 18 – 35 años, realizadas a través de 17 entrevistas a profundidad que determinarán la aceptabilidad de compra del producto. En cuestión de la metodología se aplicó tipo cualitativa con enfoque transversal exploratorio que permite relacionarse con los fenómenos desconocidos ante la problemática y variables a resolver bajo postulaciones afirmativas. Por otro lado, en lo que se refiere a la metodología cuantitativa se inclina por la modalidad de muestreo aleatorio estratificado, es decir, la elección de una muestra para determinar la probabilidad objetiva de estudio.

Como consideraciones finales se llega a mencionar que las frutas deshidratadas en el país son poco comunes y el hábito de consumo es regular, para ello se debe ofertar mediante una publicidad que llame la atención por ejemplo colores, empaques, etiquetas, cierres herméticos, que brinden comodidad al consumidor. Para mantener la fidelidad del cliente se hace uso de la estrategia de comunicación en donde los beneficios del producto puedan expandirse, y que las características básicas del producto sean apetecibles por los consumidores.

El aporte de la investigación permite ampliar los métodos para brindar un valor agregado al camote y ofertar nuevos hábitos de consumo que contengan beneficios para la salud de los consumidores, siempre con la intencionalidad de diversificar la oferta exportable, y a su vez sirve para nuevas investigaciones que será base para sacar provecho de los productos no tradicionales.

En el año 2018, Lidia Elizabeth Yapud Cadena ex - alumna de la Universidad Politécnica del Carchi, presenta el *Análisis de la demanda para la comercialización de snacks de camote (Ipomoea Batatas) en la Provincia del Carchi*, en cual se pretende analizar la demanda para la comercialización de snacks de camote (Ipomoea batata) en la provincia del Carchi; bajo las potenciales áreas de cultivo que cuenta la Provincia, e incrementar la demanda del camote.

Por medio de la utilización de las investigaciones: exploratoria, bibliográfica, descriptiva y correlacional, se aplican fichas, cuestionarios, y revisión bibliográfica realizadas en la población de la Provincia del Carchi que cuenta con 100.608 habitantes actualmente y empleada entre las edades de 15 hasta 64 años, en la cual se diagnosticó que en la Provincia no se oferta un snack de camote, y la aceptación del mismo brindará nuevas oportunidades de innovación para nuevos emprendedores, aprovechando que su materia prima se la consigue en la misma Provincia, y que goza de un clima y trópicos para extraer un producto de calidad y alta demanda en su comercialización.

Como conclusión la investigación presenta una aceptabilidad del 82,2%, las personas están dispuestas a consumir un snack de camote valorado en un rango de 0,25 ctvs. a 0.50 ctvs. de dólar. Además, que se determinó que la Parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar existen 80 agricultores a la fecha de investigación, lo que demandan es una serie de capacitaciones para ampliar su producción. Y se finaliza recomendando que el camote cuenta con varias formas de industrialización, que en este caso el analizado es como snack.

Este análisis investigativo permite identificar el porcentaje de oferta y demanda que tiene la Provincia del Carchi, respecto a un producto no tradicional como lo es el camote (*Ipomoea Batatas*), con estos datos se analiza si el producto cuenta con recursos para un incremento en su producción y se pueda realizar envíos internacionales, que será un objetivo positivo para la Provincia. Además, que permite probar por medio estadísticos que la aceptabilidad del producto si cuenta como oportunidad de negocio e ir avanzando para que su objetivo se abra a mercados internacionales.

En el año 2018, la Revista Agroindustrial Science, donde sus autores Pilamala Araceli, Reyes Jessica, Cerda Liliana y Moreno Carlos, desarrollan una investigación de campo en el tema del

“Aprovechamiento *de cultivos andinos camote y oca en el mejoramiento de una compota a base manzana variedad Emilia*”, en donde el objetivo es determinar si se concreta la industrialización de estos tubérculos andinos, por medio de estudios alimenticios que garanticen un producto terminado apto para su comercialización, en relación a este caso el consumo es directamente para los bebés, porque se refiere a una compota que sus elementos básicos son el camote y la oca; así como su intencionalidad es disminuir la tasa de desnutrición en niños, y más aún con estos elementos que son muy caracterizados por contar con muchos nutrientes alimenticios para las personas. Factores analizados en la elaboración del producto y que deben contar con el mayor peso de factibilidad es la textura, acidez, color, sabor y olor.

Se concluye que la investigación en la elaboración de la compota cumple con todo requerimiento de calidad aceptados por la norma vigente fitosanitaria, ya que al mejorar todo el tratamiento en sus parámetros el producto resultante permite mantener las características nutrimentales de los tubérculos.

Esta investigación aporta como guía en la continua explotación referente a la industrialización del camote, como fuente básica en desarrollo alimenticio, y futuro potencial comercializador, gracias a estas investigaciones el incentivo a la producción del camote se incrementa porque tiene estudios que cuentan con varias alternativas de industrializarlo, y mucho aún se establecerán estudios futuros de factibilidad que presenten la aceptación de este producto en mercados internacionales, partiendo de la ampliación en la gama para la oferta en productos terminados desde el Ecuador para el mundo.

En el año 2018, la Revista de la Universidad Técnica del Norte, conjuntamente con sus autores Pablo Gavilanes, Ángela Zambrano, Cindy Romero y Armando Moro, plantean un artículo en la

“Evaluación de una bebida láctea fermentada novel a base de lactosuero y harina de camote” en el cual presenta al lactosuero como un subproducto con cualidades nutricionales y que agrupado con la harina de camote variedad Guayaco morado que brindara la esencia dulce a la bebida láctea, dará un producto termina con un alto valor proteínico. La terminación del producto cuenta con todas las valoraciones alimentarias que pretendan mantener el aporte nutrimental de cada elemento sin perder la valiosa fuente vitamínica, para otorgar un producto terminado que permita tener competitividad comercial en su calidad de elaboración.

Como resultado de los elementos conjuntos como el lactosuero y la harina de camote presentan una buena interacción, que conllevan a un producto terminado aceptable en el consumo, que otorga variedad de nutrientes para el ser humano y que cumple con la normativa vigente fitosanitaria y alimentaria.

En lo cual demanda estudios de mercado, técnico y financiero para contar con la intencionalidad de comercializarlo internacionalmente, sin embargo, requiere de más estudios que permitan modificar las exigencias y normativas al país que tenga aceptación, sea si el caso lo amerite.

En referencia a estos temas demanda mayor apoyo por parte de las entidades gubernamentales y el interés de la academia en fortalecer y dar cumplimiento a estas investigaciones e impedir que solo queden plasmadas como idea.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación Teórica

2.2.1.1 Teoría de la Ventaja Comparativa

Según David Ricardo (1792) afirma que,

“Empresa, país o asociación que tenga una ventaja en su producto, se relaciona a que a diferencia de la competencia los costos, maquinaria entre otros aspectos resultan ser más factibles” (p.24).

Como una alternativa de crecimiento económico para el país es la especialización en productos cuyos valores de producción sean bajos y de rápido acceso, y al ser un país multidiverso en flora y fauna, debe haber un enfoque en la agricultura ya que hay beneficios en el clima y suelo para garantizar productos de calidad y bajos precios. Tal es el caso del camote que los costos en el proceso de cultivo no son elevados y el ciclo de siembra no es alejado, obteniendo ventajas comparativas al producto en mercados internacionales.

2.2.1.2 Teoría de la Ventaja Competitiva

Según Michael Porter (2007), afirma que para tener un incremento en costos por medio de la comercialización internacional no se requiere únicamente de producción masiva que permita la reducción de costos, sino que añadió factores de innovación que al momento de elección de compra el cliente toma en cuenta para la su preferencia, estos se basan en tres estrategias genéricas: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; para lo cual el camote mantiene costos bajos porque

su producción no demanda recursos económicos altos, por ello existe una diferenciación en el producto.

Los términos contextualizados bases del tema de estudio análisis de mercados internacionales para la comercialización del camote de los pequeños productores del Carchi facilitan la comprensión de las funciones que atraviesan los actores de comercio en el accionar de la comercialización internacional, así como también los recursos y medios necesarios para su realización.

Los negocios y la comercialización mantienen una amplia relación para el intercambio de productos, bienes etc. ciertamente se considera que por medio de los negocios se lleva a cabo una comercialización. Un factor que se añade es el marketing según Lerma y Márquez (2010) (Lerma & Márquez, 2010, pág. 98) “Se le conoce al marketing internacional como las estrategias direccionadas a impregnarse en la mente del consumidor, con planes analizados en ideas, gustos, costumbres, preferencias; en los cuales la fidelidad del cliente es el principal objetivo” (p.6).

Una vez concretada la negociación se da acceso a las fuerzas de los mercados (oferta y demanda) las mismas que determinan el precio de la mercancía “La diferencia entre la cantidad y demanda de las mercancías en un determinado mercado son las mismas que son pagadas el valor total de sus rentas.” (Smith, 1981 (1776), i.vii.8; citado por Hurtado, 2003).

La Economía es un tema amplio que se caracteriza por ser inestable debido a los elementos que lo compone, en un país la economía se determina por los indicadores macro y micro económicos que este posea, según datos del Banco Central del Ecuador (2020), se estima que el año 2020 exista un crecimiento positivo en los valores comerciales, para ello radica mayor inversión pública y privada, como también inversión extranjera directa, incremento en exportaciones petroleras y no petroleras,

y por otro lado una disminución en gasto de gobierno, sin afectar sectores como Educación y Salud, además las importaciones.

2.2.1.3 Nueva Teoría del Comercio Internacional

La nueva teoría del comercio internacional se encuentra “fundamentada en la competencia imperfecta y que considera en especial atención el comercio intraindustrial, en otras palabras, son los resultados que se llevan a cabo en Acuerdos, Bloques Económicos etc. que pretenden impulsar los intercambios productivos con bajos costos de aranceles pactados.

es una forma característica de intercambios realizados en los procesos de integración que se consolidan en espacios económicos ampliados” (Vieira, 2008, p.231)

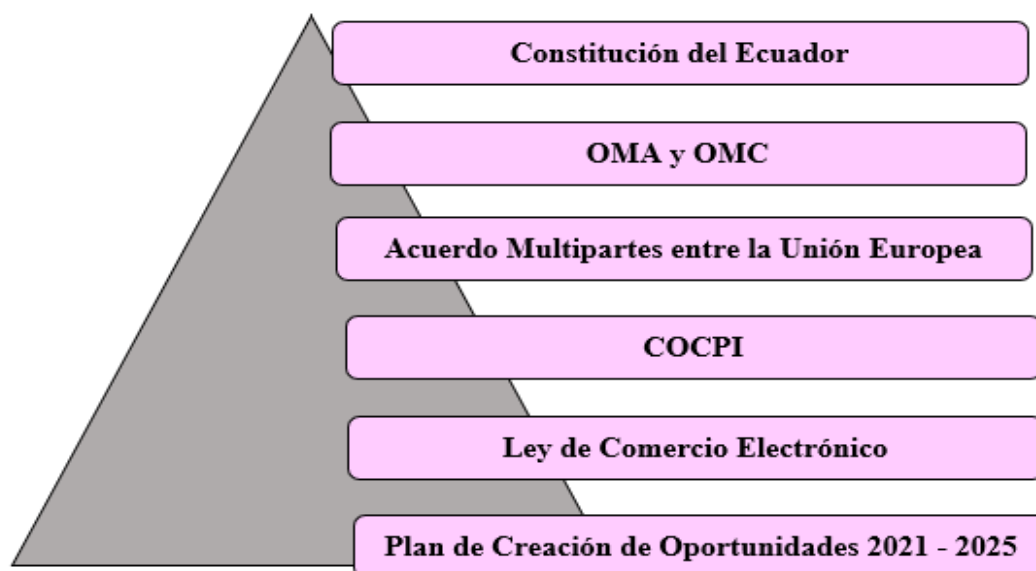
La relación que tiene esta teoría y la investigación se da por la igualdad de productos algunos países y todos buscan comercializar su bien, es ahí en donde marcan relevancia las estrategias de internacionalización para diferenciarse de la competencia, y la intención de buscar fidelidad de la marca en el mercado objetivo. El camote es un producto de origen andino que los países latinoamericanos gozan de su producción, mientras otros países no cuentan con las condiciones óptimas para generar sus propios cultivos en este caso mercados europeos, los cuales importan el camote, es ahí donde se genera una competencia entre países latinos para penetrar en la Unión Europea que por el momento se beneficia del Acuerdo Multipartes que garantiza el ingreso del producto con bajos aranceles o libre de entrada.

2.2.2 Fundamentación Legal

Para la presente investigación como fundamentación legal se aplica la pirámide de Hans Kelsen,

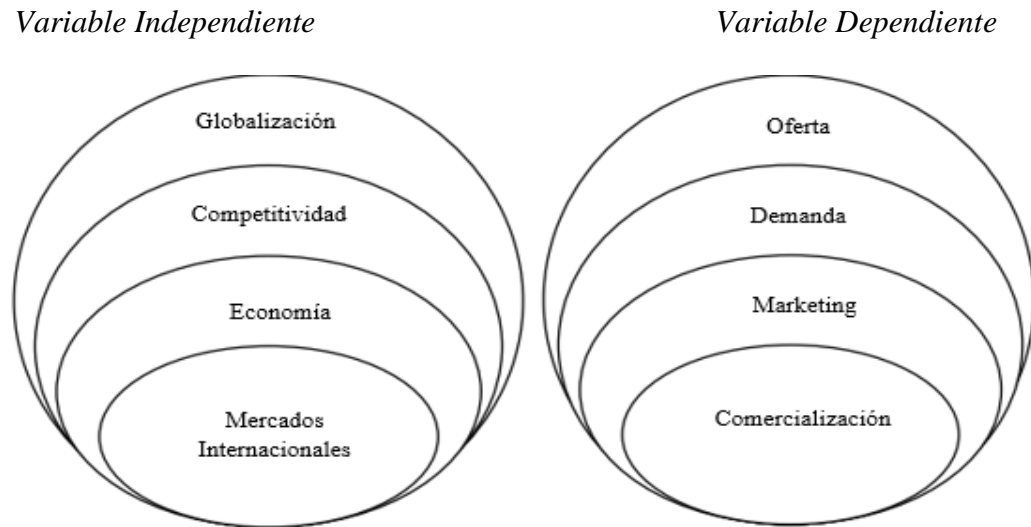
en la cual la Constitución del Ecuador, es el ente regulador de Ecuador, seguido por Organizaciones Mundiales, como OMA (Organización Mundial de Aduanas) y la OMC (Organización Mundial de Comercio), encargadas de salvaguardar las normativas de comercio, anticorrupción, y contrabandos etc. Como Acuerdos Bilaterales se toma en cuenta el Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador; en el siguiente escalón se encuentra el COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones), en el libro II, especifica todo lo relacionado con las Mi Pymes, beneficios, planes de desarrollo para su crecimiento; la Ley de Comercio Electrónico, que tuvo mayor uso debido a la Pandemia ocurrida en el año 2019. Finalmente, el Gobierno del Ecuador, como presidente Guillermo Lazo crea el Plan de Creación de Oportunidades 2021 -2025, con la intención de fortalecer la matriz productiva del país, y el incentivo al emprendimiento y nuevas alianzas comerciales.

Figura 1 Fundamentación Legal



2.2.3 Fundamentación Conceptual

Figura 2 Fundamentación Conceptual



III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

La investigación dispuso del enfoque cualitativo y cuantitativo los mismos que son factores determinantes en el direccionamiento de la investigación, en el caso del enfoque cualitativo será utilizado para analizar la información y variables de estudio

Por la otra posición se encuentra el enfoque cuantitativo el cual beneficiara la recolección de datos y análisis de los costos que incurren en el análisis de posibles mercados.

3.1.1.1 Enfoque Cualitativo

Según Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010):

Enfoque cualitativo “Se basa en bases de datos de fuentes confiables, que no presenten mediciones numéricas o no estandarizados, con la intención de proporcionar indagaciones. Una de sus principales características es la no aplicación de datos numéricos, en donde el resultado no se presenta como estadístico, más bien se relaciona con la agrupación de opiniones, experiencias, anotaciones, grabaciones y documentos” (p. 8-9).

El enfoque cualitativo permite en la investigación conocer las opiniones y puntos de vista de expertos, que han venido trabajando durante varios años en el tema de exportaciones.

En el caso del Centro de Acopio Patata Dulce, se aplicó entrevistas a expertos que con su experiencia y aspecto laboral basado en áreas comerciales se encontraron en la capacidad de brindar su conocimiento, puntos de vista y sobre todo percepciones reales que manejan día a día.

Las entrevistas fueron direccionadas a instituciones públicas como Agrocalidad - Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca- Cámara de la pequeña industria del Carchi- Gobierno autónomo descentralizado provincial del Carchi centro de crecimiento empresarial - ARSCA.

Por medio de su conversatorio se extrajo recomendaciones útiles para que la exportación pueda tener éxito en mercado internacionales, adoptando estrategias de fuentes secundarias.

3.1.1.2 Enfoque Cuantitativo

Según Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010)

Este enfoque se relaciona estrictamente a estadísticas, datos numéricos que aporten a comprobar si la hipótesis es viable. Con los números el enfoque le permite reaccionar antes panoramas de comportamiento diferentes y probar si se relaciona con teorías.

Por lo contrario, el enfoque cuantitativo, recolecta datos que son base para fundamentar la hipótesis, por medio de herramientas tecnológicas que cuentan con bases de datos y como punto indispensable el análisis que el investigador determine.

El proceso de investigación estipula que los resultados obtenidos son extraídos bajo datos estadísticos reales y confiables de herramientas web, sea el caso en el tema de Factores Internos y externos se apoyó en el (INEC) para Ecuador, y para los países analizados fuentes páginas particulares de cada censo, otro ejemplo relevante se encuentra las herramientas de tecnologías de comercio internacional, en los cuales se identificó cantidades, toneladas, PIB, PEA etc., se utilizo Trade Map, Cobus Group, Santander Trade y Banco Mundial, que son las más importantes y mantienen los datos actualizados.

3.1.2. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo documental, explicativo descriptivo.

El tipo documental se caracteriza por buscar fuentes fiables que le permita identificar, extender y tomar decisiones acerca de temas que no tienen explicación, esta se clasifica en primarias y secundarias, en donde las primarias son investigaciones ya realizadas en donde el autor palpo o descubrió nuevos escenarios, mientras que las secundarias pueden ser sitios web, revistas. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2008)

Se presenta materiales como libros de metodologías de la investigación, teorías de comercio, negocios internacionales entre otros, que fundamentan la investigación, y son una guía para el indagador.

En otro aspecto el tipo descriptiva busca obtener información relevante sin intermediarios, sobre la variable que esté presente en el estudio, no pretende explicar el inicio de la relación de estas. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Una parte fundamental para probar la hipótesis del estudio es realizar las correctas definiciones o conceptos que se recogen en las tablas, en donde los análisis de que los factores son viables o improbables, aprueban o niegan las dudas planteadas. Como también se habla de escoger el país y ciudad óptimos para el envío del camote desde el Centro de Acopio Patata Dulce.

Y por último se aplica la investigación explicativa, fundamentada en dar a conocer las causalidades que tuvieron efecto en los eventos investigativos. Su definición va relacionada el nombre del tipo investigativo en donde se pretende dar la razón del cual el fenómeno se presenta y las características en las que se acerca. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Se relaciona ya que pretende dar a conocer los alcances que tiene el camote para su exportación, tomando en cuenta que ya existen datos de exportaciones del producto, analizando las variables de estudio como base para la resolución de la idea a defender

3.2. IDEA A DEFENDER

Las oportunidades de Mercados Internacionales del camote (*Ipomoea Batatas*), de los pequeños productores de la Provincia del Carchi contribuyen a la comercialización internacional y a la competitividad.

3.3 Definición y Operacionalización de Variables

3.3.1 Definición de las variables

Variable Independiente: Oportunidades de Mercados

Variable Dependiente: Comercialización Internacional

Figura 3 Definición de Variables

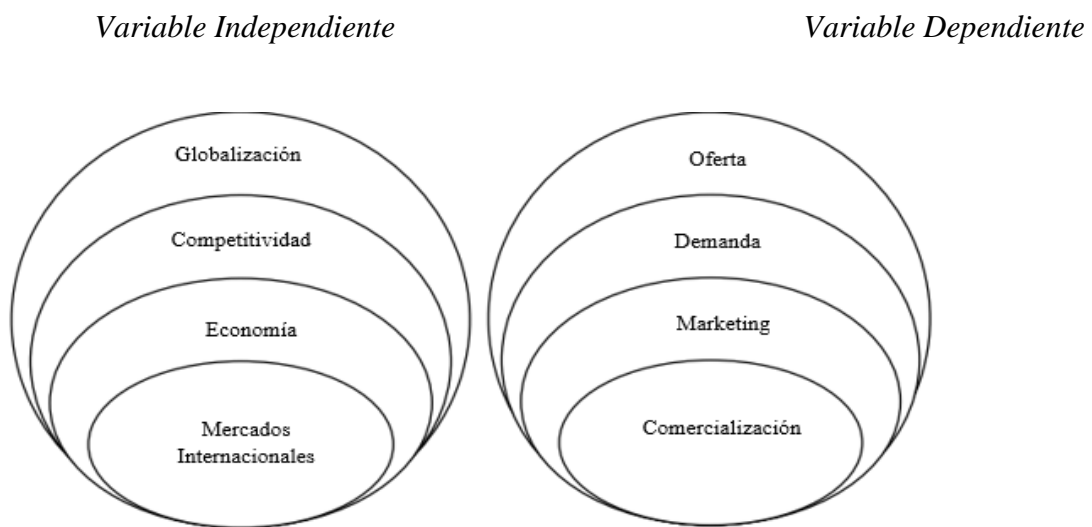


Tabla 1 Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	
Variable Dependiente: Comercialización Internacional	Estudio técnico	Tamaño óptimo del Centro de Acopio Patata Dulce	Propuesta	Internet, Antecedentes Investigativos	
		Macro localización Micro localización	Análisis documental	Internet, fichas bibliográficas	
		Producción de los pequeños productores de la Provincia del Carchi	Análisis documental	Internet, Antecedentes Investigativos	
		Estructura organizacional del Centro de Acopio Patata Dulce	Propuesta	Internet, Antecedentes Investigativos	
	Internacionalización	Estrategias de internacionalización	Análisis documental	Ficha documental, libros	
	Logística	Logística empresarial	Análisis documental	Ficha documental	
		Logística de exportación	Análisis documental	Internet, fichas bibliográficas	
	Distribución física internacional	Exportación	Análisis documental	Internet, fichas bibliográficas	
	Variable Independiente: Oportunidades de Mercados	Estudio de mercado	Factores Externos Factores Internos Oferta – demanda Consumo Nacional Aparente	Documental Entrevista a expertos	Internet, fichas bibliográficas, libros, revistas, estructurada
		Segmentación de mercado	Segmentación geográfica, demográfica, psicográfica	Análisis documental	Internet, fichas bibliográficas, libros, revistas, estructurada
Estudio económico		Inversión inicial	Análisis documental	Internet, Antecedentes Investigativos	
Estudio financiero		Indicadores financieros	Análisis documental	Internet, Antecedentes Investigativos	

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para la realización de la investigación se adopta varios métodos que permitirán identificar las mejores oportunidades de mercados internacionales que tiene el camote (*Ipomoea Batatas*), por medio de la creación de un Centro de Acopio nombrado “Patata Dulce”.

Método deductivo

Según Bernal (2010): Se fundamenta en que esta metodología parte desde el final para concretar explicaciones particulares, en otras palabras, las conclusiones son su fuente primaria. Su categorización empieza con fundamentaciones comprobadas como leyes doctrinas, para finalizar con acontecimientos particulares en donde el investigador brinda como resultados. En la aplicación del método deductivo se inicia reconociendo leyes, postulados de la factibilidad de comercializar el camote desde la Provincia del Carchi, para luego finalizar en mostrar la validez del estudio.

Método inductivo

Según Bernal (2010): Por lo contrario del método deductivo, la parte inicial se fundamenta desde un problema no resuelto, hechos o acontecimientos transcurridos en la realidad que el investigador considera que existen otros mecanismos para realizarlos, que conllevan a un mejoramiento, de esta forma inicia la investigación con la intencionalidad de llegar a conclusiones generales. Este método se inclina a la fundamentación y resultados de otras investigaciones que brindan nuevas ideas para enviar el producto, tomando en cuenta que el mejoramiento y actualización de ideas son importantes.

Método analítico

Según Bernal (2010): Esta metodología cognoscente se caracteriza por desencajar el objeto de estudio en partes similares, de esta forma se analiza de forma individual.

En la ejecución del método analítico, conlleva separar partes del proyecto para ir realizando y que todo el estudio tenga concordancia y pueda ser demostrado.

3.5 Análisis Estadístico

Para la presente investigación se utilizará la estadística descriptiva misma que serán aplicados para el análisis e interpretación de datos, con la finalidad dar elección a la mejor toma de decisión, diagnosticando si la investigación es factible o no basándose en datos reales.

3.5.1 Población y Muestra

3.5.2 Diagnóstico de las Oportunidades de Mercado´

El camote cuenta con un alta demanda en países internacionales, el crecimiento de su consumo ascendido en los últimos cinco años, demostrando ser una oportunidad para los países productores, considerando que estos tienen los conocimientos ancestrales de cultivo y todo el manejo relacionado al proceso productivo, no obstante la actualización de toda esta cadena es indispensable para comercializar el producto en mercados potenciales acorde a las exigencias que presenta al momento de su ingreso, más aún contar con la calidad que permita plantar un nicho de mercado con proyección de fidelizar la marca.

3.5.3 Codificación y Partida Arancelaria

La partida arancelaria para el camote (*Ipomoea Batatas*) se la realizo en base a la regla 1 a, que menciona: *según el texto de las partidas y de las Notas de Sección o Capítulo.*

Tabla 2 Subpartida arancelaria Camote

Código	Partida	Descripción de Mercancías
Sección	II	Productos del Reino Vegetal
Capítulo	07	Hortalizas - Plantas - Raíces - Tubérculos alimenticios Raíces de yuca (mandioca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), camotes (batatas, boniatos) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en «pellets»; médula de sagú.
Partida	07.14	
Sub Partida	0714.20.90	Los demás

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2020)

La adecuada clasificación arancelaria para el producto conlleva ventajas en el transcurso de la exportación debido que puede existir exoneraciones en el pago de aranceles en el mercado objetivo, como también privilegios en los distintos acuerdos comerciales pactados entre países; más aún en conocer las barreras arancelarias, no arancelarias y la documentación pertinente al ingreso del país importador.

3.5.4. Criterios para la elección de los países en estudio

Mediante la utilización de herramientas tecnológicas como Trade Map se determinó los principales países importadores y exportadores de camote en relación a la partida 07.14.20 con descripción Batatas "boniatos, camotes", frescas, refrigeradas, congeladas o secas. en el cual se tomó en cuenta el ranking de los diez primeros países.

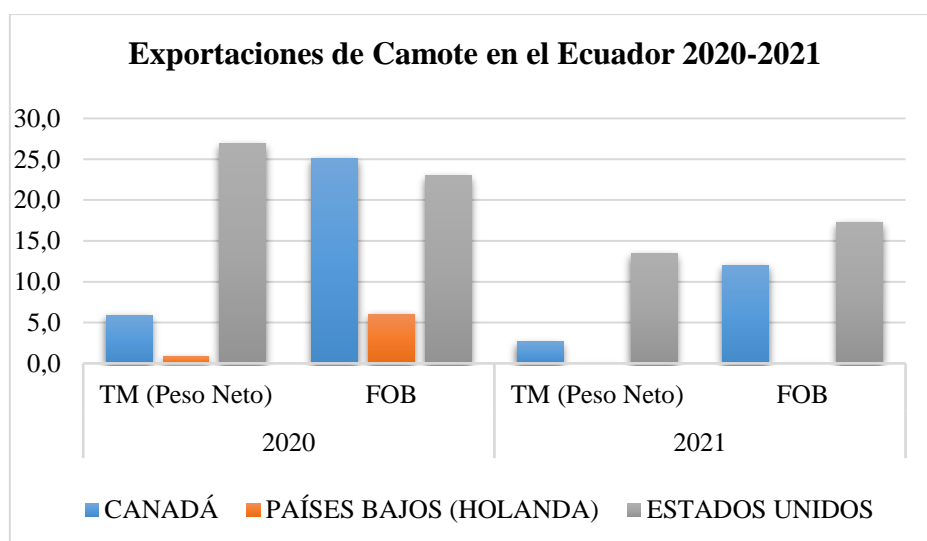
3.5.4.1 Exportaciones de Camote en el Ecuador 2020-2021

Tabla 3 Exportaciones de Camote en el Ecuador 2020 – 2021

				2020	2021		
Código Subpartida	Subpartida	Código País Destino	País Destino	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
TOTALES:				33,7	54,1	16,1	29,2
0714209000	Los demás	CAN	CANADÁ	5,9	25,1	2,6	12,0
0714209000	Los demás	CHL	CHILE	0,0	0,0	-	-
0714209000	Los demás	NLD	PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	0,8	6,0	-	-
0714209000	Los demás	USA	ESTADOS UNIDOS	26,9	23,0	13,5	17,2

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

Figura 4 Exportaciones de Camote en el Ecuador 2020 - 2021



Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

El camote (*Ipomoea Batatas*) considerado un producto no tradicional en el país, empieza un nuevo recorrido por el mundo, productores ecuatorianos se capacitan día a día con la finalidad de garantizar calidad en mercados internacionales.

3.5.4.2 Principales Importadores de Camote

Tabla 4 Principales Países Importadores de Camote

Ranking	Importadores	Valor importado en el 2020 (miles USD)	Cantidad importada 2020 (toneladas)	Tasa de crecimiento anual en el valor entre 2019 y 2020 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
	Mundo	733.314	811.279	N/D	100
1	Países Bajos	151.112	167.426	4	20,6
2	Reino Unido	120.270	159.549	12	16,4
3	Canadá	64.673	76.255	14	8,8
4	Alemania	63.813	48.003	9	8,7
5	Francia	53.287	53.886	-3	7,3
6	Bélgica	36.995	46.255	-13	5
7	Tailandia	23.124	21.192	33	3,2
8	Hong Kong, China	16.441	7.348	46	2,2
9	Japón	16.131	13.348	-22	2,2
10	Italia	8.745	15.082	-30	1,2

Fuente: Trade Map (2021)

Figura 5 Análisis de las importaciones de camote a nivel mundial



Fuente: Trade Map (2021)

Por medio de la herramienta Trade Map se presenta los mayores importadores de camote a nivel mundial, obteniendo datos específicos como la cantidad (miles de dólares) y valores (toneladas) importadas en el año 2020, así mismo se muestra la tasa de crecimiento anual en los años 2019 – 2020, siendo la principal referencia para un análisis

que permitirá elegir el país más acorde para una exportación ecuatoriana del tubérculo (Ipomoea Batatas). Se basa en un estudio que califica la aceptabilidad de cada país bajo la Matriz POAM. En vista de que país abrió nuevos acuerdos comerciales con la Unión Europea las exportaciones gozan de aceptabilidad por los productos ecuatorianos y el interés por el camote en estos países ha incrementado demostrando factibilidad para envíos del producto. Según Agraria (2019), Reino Unido muestra ser un mercado de rápido crecimiento para el camote, dentro de la Unión Europea Italia ha incrementado su producción por encima de las 12.000 toneladas, siendo atractivos mercados para la exportación.

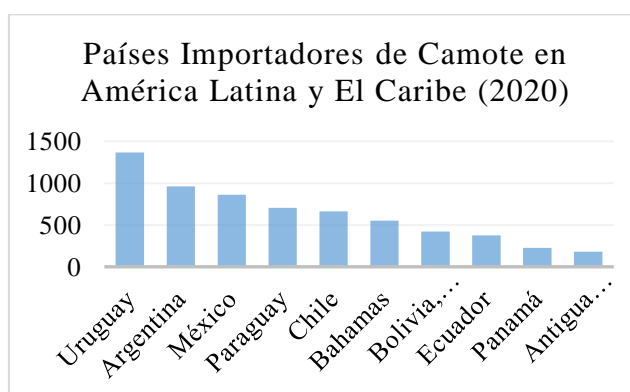
3.5.4.3 Principales países importadores para América Latina y el Caribe

Tabla 5 Principales países importadores para América Latina y el Caribe

Ranking	Importadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
	América Latina y el Caribe	11.107	6.065	8.525	4.347	6.942
1	Uruguay	783	5	438	101	1.368
2	Argentina	5.509	441	1.136	589	960
3	México	1.690	2.338	2.906	0	861
4	Paraguay	138	140	276	334	705
5	Chile	605	663	753	773	662
6	Bahamas	684	694	1.063	775	553
7	Bolivia	194	215	181	187	421
8	Ecuador	176	134	369	252	377
9	Panamá	111	382	220	171	228
10	Antigua y Barbuda	75	93	163	132	179

Fuente: Trade Map (2021)

Figura 6 Análisis de los países importadores de Camote en América Latina y el Caribe



Fuente: Trade Map (2021)

Se analiza los principales países importadores de América Latina y El Caribe, con la intención de diagnosticar escenarios en diferentes bloques regionales contando con la elección más factible de los países que presenten las características para el envío internacional, tomando en cuenta las rutas y costos acordados que permitan darle al producto una competitividad frente a la competencia.

3.5.5 FACTORES INTERNOS

3.5.5.1 ANÁLISIS CASO REINO UNIDO

3.5.5.1.1 Ranking Importaciones Reino Unido

Se presenta los principales países que importan camote en Reino Unido:

Tabla 6 Importaciones Reino Unido 2016 - 2020

Exportadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Estados Unidos de América	73799	70472	65066	56941	58878
Egipto	4592	4974	9127	21263	19331
China	5754	9293	9325	11579	11532
Países Bajos	2143	6062	6071	1822	10748
España	14650	6273	7154	4848	5470
Honduras	3866	3749	3048	3260	3285
Sudáfrica	292	377	289	1911	2271
Jamaica	1179	547	674	1000	1935
Brasil	1061	1023	973	1081	1165
Uganda	404	478	443	847	1142

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla se presentan los principales países distribuidores de camote (Ipomoea Batatas) a Reino Unido, bajo la partida arancelaria 07.14.20, como se observa en los tres primeros países forman parte de distintos continentes, considerando que cada mercancía cuenta con distintas características que satisfacen la demanda de Reino Unido, en el lapso de los últimos cinco años.

3.5.5.1.2 Balanza Comercial Ecuador – Reino Unido

Figura 7 Balanza Comercial Ecuador – Reino Unido



Fuente: Trade Map (2021)

La balanza comercial permite dar a conocer si existe un superávit o un déficit en el comercio de cada país en un determinado tiempo, en la tabla se observa que Reino Unido mantiene lazos comerciales prósperos con Ecuador puesto que sus importaciones son mayores en los últimos cuatro años de análisis variando entre 8 a 9 % representando rangos significativos en los acuerdos comerciales.

3.5.5.1.3 Factores Políticos

Los Factores Políticos muestran la documentación solicitada por cada país al momento del ingreso de cada mercancía, como son permisos fitosanitarios, licencias de exportación entre otros dependiendo la naturaleza del producto, estos son específicamente establecidos por el Gobierno de cada país, dado que refleja si cuenta con un ámbito proteccionista o de libre comercio. Estos factores relevantes determinarán la factibilidad y aceptación que tiene cada producto para ingresar al mercado. El caso de Reino Unido

cuenta con permisos habituales para la exportación de camote desde territorio ecuatoriano. En el caso de las barreras arancelarias las restricciones se basan la Política Agrícola Común del país, preservando la sanidad del producto.

Tabla 7 Factores Políticos de Reino Unido

	Conocimientos de embarque acorde al tipo de transporte
Documentos de acompañamiento	Facturas consulares dependiendo al país de origen
	Certificados de origen correspondiente al país de origen
	Facturas comerciales de la mercancía
	Certificado de mercancía peligrosa en el caso que lo sea
	-C3
	-C2
Barreras No arancelarias	(GVS) Declaración de Valor General
	Se presentan barreras aplicados a la producción agrícola, inclinados a la CAP (Política Agrícola Común)
	Las medidas sanitarias son actualmente modificadas por los organismos encargados, estos deberán ser especificada sistemáticamente en el embalaje.
	Prohíbe la importación de ternera.

Fuente: Santander Trade (2021)

3.5.5.1.4. Acuerdos Comerciales

Los Acuerdos Comerciales que tiene cada país simbolizan los caminos para abrir nuevas alianzas comerciales en los cuales las variedades arancelarias pueden contar con exoneración al ingreso de la mercancía, libre comercio y otras ventajas acordes a la negociación; por ello cada país refleja el perfil comercial bajo acuerdos que mantiene con el resto del mundo, en el caso de Reino Unido cuenta con varios Acuerdos Comerciales apreciables, que a continuación se mencionan:

Tabla 8 Acuerdos Comerciales Reino Unido

Acuerdos Comerciales y Cooperación Económica	Miembro de la Organización Mundial del Comercio
	Miembro de la OCDE
	Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)
	G8- El grupo estuvo formado por: Rusia, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Japón,
	Sistema Generalizado de Preferencias

Fuente: Santander Trade (2021) – Consejo Europeo (2021)

3.5.5.2 ANÁLISIS CASO ITALIA

3.5.5.2.1 Ranking Importaciones Italia

Se presenta los principales países que importan camote en Italia:

Tabla 9 Importaciones Italia 2016 - 2020

Exportadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Francia	2.302	2.085	3.576	6.321	2.695
Países Bajos	1.214	1.350	1.656	2.936	2.145
Alemania	44	101	193	1.055	1.220
España	334	505	593	1.196	1.076
China	5	29	5	331	713
Egipto	79	72	21	232	655
Nicaragua	0	98	203	9	76
Bélgica	6	8	33	54	69
Guatemala	0	0	0	0	36
Polonia	13	13	100	33	21

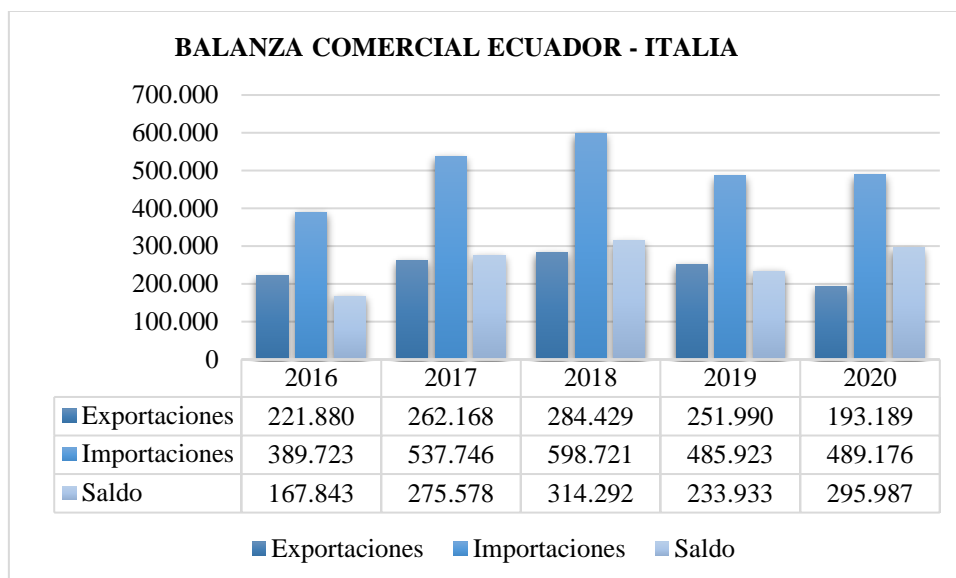
Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla se presentan los principales países distribuidores de camote (*Ipomoea Batatas*) a Italia, bajo la partida arancelaria 07.14.20, como se observa en los tres primeros países forman parte de la Unión Europea en el lapso de los últimos cinco años; los mismos que tienen desplazamientos cortos por la cercanía entre países, a esto se le atribuye que el camote ecuatoriano tendría una característica distintiva en el mercado italiano que con perseverancia y actualizaciones constantes en el producto tendría buena acogida, y otros puntos importantes al satisfacer la demanda de Italia.

Parte un punto esencial para el camote ecuatoriano por que este es tubérculo ancestral de Latinoamérica, rasgo que toman en cuenta los posibles consumidores, debido a que su semilla no es degenerada, tiene su contenido nutricional sin alteraciones ni químicos que afectan a la salud.

3.5.5.2.2 Balanza Comercial Ecuador – Italia

Figura 8 Balanza Comercial Ecuador - Italia



Fuente: Trade Map (2021)

La balanza comercial de Italia refleja un crecimiento en las importaciones en los años 2016 – 2017 – 2018, sin embargo, en el año 2019 se nota una caída debido a la pandemia COVID - 19 que arrastro a varias pérdidas económicas en la mayoría de países, pese a esto en el año 2020 se observa un crecimiento de 7,9% mostrando una progresión en la balanza comercial entre Ecuador e Italia.

3.5.5.2.3 Factores Políticos

Tabla 10 Factores Políticos de Italia

	Factura pro - forma
	Factura de carga
Documentos de acompañamiento	Factura comercial
	Certificado de embarque
	Lista de empaque
	Certificado de origen
Barreras No arancelarias	Se presentan barreras aplicados a la producción agrícola, inclinados a la CAP (Política Agrícola Común)
	Las medidas sanitarias son actualmente modificadas por los organismos encargados, estos deberán ser especificada sistemáticamente en el embalaje.

Fuente: Pag 2 Go Logistics (2020) -

Los Factores Políticos muestran la documentación solicitada por cada país al momento del ingreso de cada mercancía, como son permisos fitosanitarios, licencias de exportación entre otros dependiendo la naturaleza del producto, estos son específicamente establecidos por el Gobierno de cada país, dado que refleja si cuenta con un ámbito proteccionista o de libre comercio. Estos factores relevantes determinarán la factibilidad y aceptación que tiene cada producto para ingresar al mercado. El caso de Reino Unido cuenta con permisos habituales para la exportación de camote desde territorio ecuatoriano. En el caso de las barreras arancelarias las restricciones se basan la Política Agrícola Común del país, preservando la sanidad del producto.

3.5.5.2.4 Acuerdos Comerciales

Los Acuerdos Comerciales que tiene cada país simbolizan los caminos para abrir nuevas alianzas comerciales en los cuales las variedades arancelarias pueden contar con exoneración al ingreso de la mercancía, libre comercio y otras ventajas acordes a la negociación; por ello cada país refleja el perfil comercial bajo acuerdos que mantiene con el resto del mundo, en el caso de Italia cuenta con varios Acuerdos Comerciales apreciables, que a continuación se mencionan:

Tabla 11 Acuerdos Comerciales Italia

Acuerdos Comerciales y Cooperación Económica	Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)
	-Acuerdo De Cooperación Entre La Embajada Del Ecuador En Italia Y La Universidad De Ferrara -Acuerdo Para La Conversión De La Deuda En Proyectos De Desarrollo Entre El Gobierno De La Republica Del Ecuador Y El Gobierno De La República Italiana -G8 -Sistema Generalizado de Preferencias

Fuente: Cancillería del Ecuador (2020)

3.5.5.3 ANÁLISIS CASO PANAMÁ

3.5.5.3.1 Ranking Importaciones Panamá

Se presenta los principales países que importan camote en Panamá:

Tabla 12 Importaciones Panamá 2016 - 2020

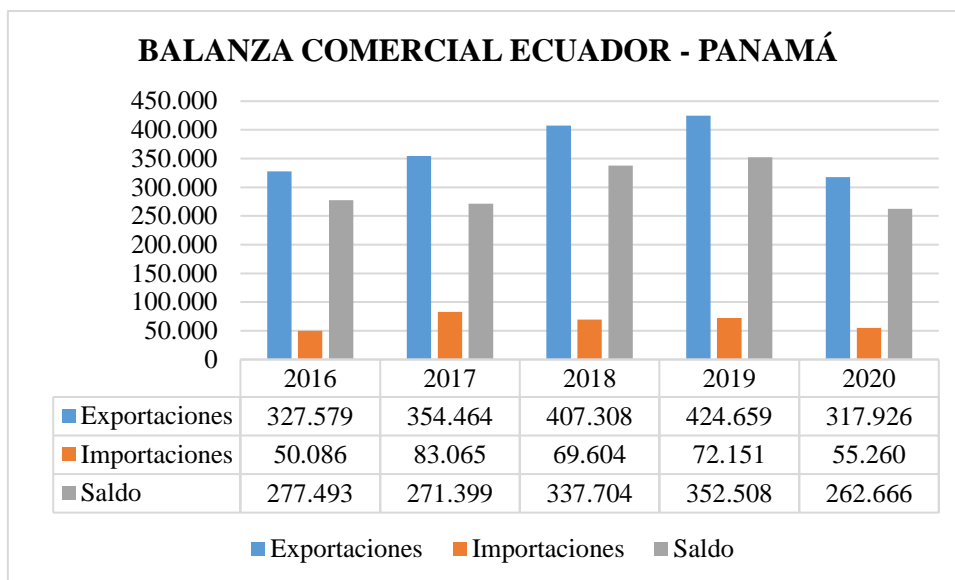
Exportadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Estados Unidos de América	111	382	214	158	204
Costa Rica	0	0	0	0	22
República Dominicana	0	0	6	13	1
China	0	1	0	0	0

Fuente: Trade Map (2021)

En la tabla se presentan los principales países distribuidores de camote (*Ipomoea Batatas*) a Panamá, bajo la partida arancelaria 07.14.20, como se observa no hay registro de varios países, en los cuales se encuentran cuatro proveedores, el primer y único país que cuenta con datos en años pasados es Estado Unidos liderando el mercado de Panamá, en el caso de Costa Rica el año 2020 ha realizado sus primeras exportaciones encontrándose en el segundo lugar, por otro lado República Dominicana registra valores desde el año 2018 a pesar que sus datos son mínimos cuenta con conocimiento de cómo es el mercado panameño, y como último país es China si bien cuenta con un registro en el año 2017 no representa interés en dominar esta actividad comercial. Como resultado el camote ecuatoriano por medio de estrategias precisas podrá alcanzar un nicho de mercado, más aún con perseverancia en mejorar la calidad del producto se expandirá en el mercado y permitirá satisfacer la demanda de Panamá.

3.5.5.3.2 Balanza Comercial Ecuador – Panamá

Figura 9 Balanza Comercial Ecuador - Panamá



Fuente: Trade Map (2021)

La balanza comercial mantiene saldos a favor de Panamá dado que las exportaciones de este país en los cuatro primeros años de análisis presentan superávit de 8 a 9 %, mientras que en los mismos años las importaciones son variantes presentando ciertas desigualdades a razón de que Ecuador registra más importaciones a Panamá que viceversa, por este modo se aprecia una oportunidad para fomentar las exportaciones hacia Panamá.

3.5.5.3.3 Factores Políticos

El mercado panameño solicita documentos habituales para el ingreso de mercancía, esto varío acorde a la naturaleza del producto en este caso productos agrícolas que sus normas se basan en el Ministerio de Desarrollo Agropecuario, preservando la sanidad del producto.

Tabla 13 Factores Políticos de Panamá

	Declaración de Exportación
Documentos de acompañamiento	Factura Comercial Juramentada (Original y tres copias) Certificados de origen Licencia Fito – Zoosanitaria Y Certificado Fitosanitaria En la Republica Panameña la principal barrera arancelaria son los aranceles como el Ad – Valorem, bajo el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
Barreras Arancelarias	Además, existe el Impuesto sobre la Transferencia de Bienes Muebles y Servicios que se calcula sobre el valor CIF, más el arancel, tasas y gravámenes. En cuestión de la Vigilancia Sanitaria el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) y la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA)

Fuente: INTELCOM (2022) – PROCOMER (2020)

3.5.5.3.4 Acuerdos Comerciales

Los Acuerdos Comerciales que tiene cada país simbolizan los caminos para abrir nuevas alianzas comerciales en los cuales las variedades arancelarias pueden contar con exoneración al ingreso de la mercancía, libre comercio y otras ventajas acordes a la negociación; por ello cada país refleja el perfil comercial bajo acuerdos que mantiene con el resto del mundo, en el caso de Panamá cuenta con varios Acuerdos Comerciales apreciables, que a continuación se mencionan:

Tabla 14 Acuerdos Comerciales Panamá

	Acuerdo Comercial Panamá - Cuba
Acuerdos Comerciales y Cooperación Económica	Acuerdo de Alcance Parcial entre Panamá y Colombia - Republica Dominicana – Trinidad y Tobago Acuerdo sobre Cooperación Económica y Comercial pactado entre Panamá e Israel Unión Aduanera Centroamericana Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y La Unión Europea (ADA)

Fuente: Gobierno de la República de Panamá (2020)

3.5.6 FACTORES EXTERNOS

3.5.6.1 Factores Socioeconómicos

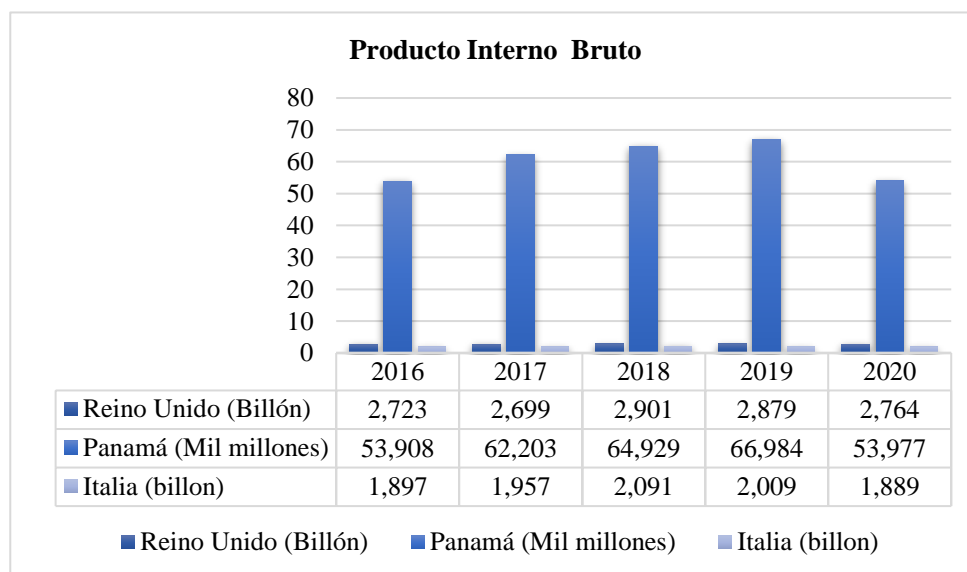
Tabla 15 PIB (Producto Interno Bruto)

Casares y Tezanos (s. f), afirman que el Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de un país, en un periodo determinado.

Aporte: El PIB se coloca en el primer puesto de los Factores Socioeconómicos, a razón que permite conocer los ingresos de cada país y analizar el crecimiento de su economía, factor indispensable en todo estudio.



Figura 10 PIB (Producto Interno Bruto)



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - Casares y Tezanos (s. f)

Análisis: Por medio de la gráfica se puede observar que Reino Unido tiene un PIB considerable en relación a Panamá e Italia, teniendo en cuenta la escala representativa de las cantidades de dólares; mientras la CEPAL, lo caracteriza como un mercado atractivo para las exportaciones de productos latinoamericanos; los años 2019 y 2020 han traído una recesión económica sensible puesto que la pandemia del COVID – 19 ha retrasado el

comercio mundial de bienes y servicios, en contraste con lo anterior se impulsó intercambios productivos a través de acuerdos comerciales.

A cerca de Panamá se puede observar que su cantidad se representa en mil millones de dólares relativamente menor a Reino Unido e Italia, demostrando que el crecimiento de su economía es estándar, en cuanto a la proyección anual se refleja prolongación, salvo el año 2020 que sobrelleva una pérdida del 17% aproximadamente; sin embargo cada país adopta medidas que reactiven el patrimonio en cuestión Panamá fomenta temas relacionados a la construcción, extracto de minas y el Canal interoceánico, puntos clave para acrecentar el PIB.

Italia se encuentra en un puesto intermedio en relación a Reino Unido y Panamá, evidenciando un PIB progresivo en la proyección anual, simplemente en el año 2020, se nota una caída debido a la pandemia que anteriormente ya se mencionó, pese a ello se impulsa al consumo e inversión como factores estratégicos para mejorar la economía italiana.

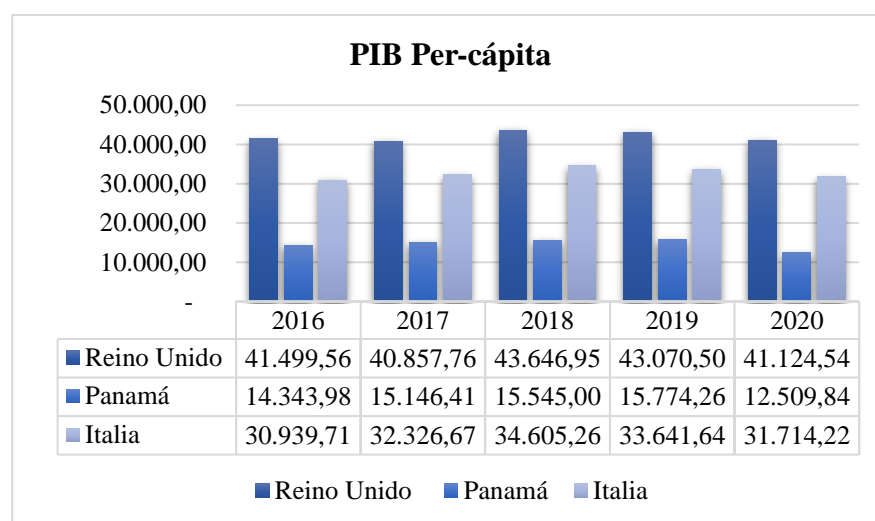
Tabla 16 Producto Interno Bruto Per-Cápita

Según Sánchez J. (2016) afirma que este indicador se compone por el nivel económico de un cierto país, ciudad, pueblo o nación en relación a la cantidad de personas que este tenga. Para su cálculo se divide el PIB, para su población.

Aporte: Este indicador permite conocer cuál es la riqueza o llamada también la estabilidad económica que tiene un determinado país, en un tiempo definido.



Figura 11 Producto Interno Bruto Per-Cápita



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - Sánchez J. (2016)

Análisis: En cuanto a este indicador se puede observar que Reino Unido tiene el valor más alto en relación a los dos países de análisis, por lo tanto, en el periodo anual muestra fluctuaciones altas y bajas no muy notorias, ya que se mantiene en un rango equilibrado.

Por otro lado, Panamá cuenta con los valores más bajos en comparación a Reino Unido e Italia, en cuanto a las variaciones anuales lleva estabilización hasta el año 2019 y luego presenta una caída del 20,69%, causa Pandemia COVID – 19, de este modo le hace un país menos atractivo para un envío internacional, sin tomar en cuenta los demás factores analizados.

Finalmente, Italia cuenta con valores intermedios en relación a estos países, por ello se analiza que sus variaciones no son muy fluctuantes, en los tres primeros años presenta crecimientos, no obstante, la recesión económica mundial disminuyó el PIB Per – cápita en un 5,73%, sin embargo, todos los países trabajan en reparar estas pérdidas mediante estrategias convenientes para el desarrollo.

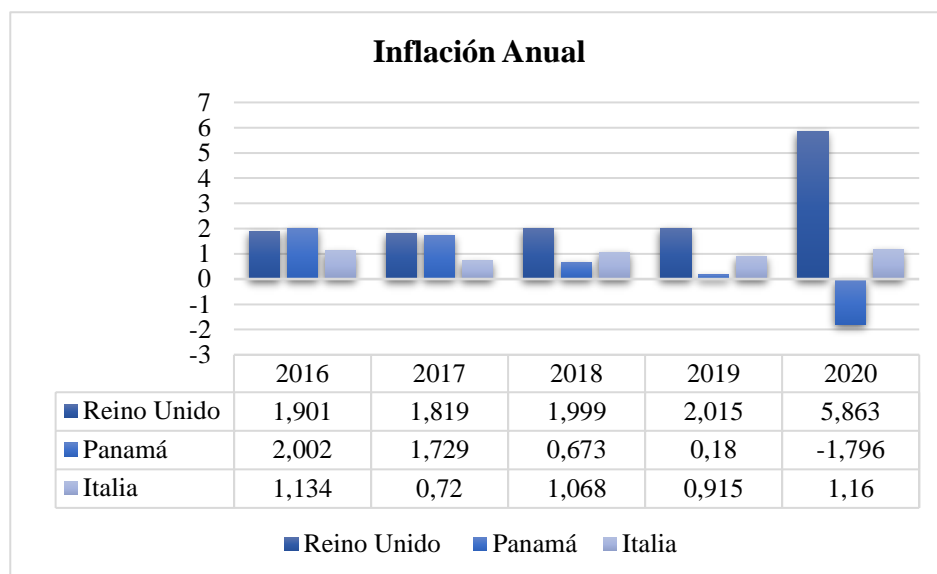
Tabla 17 Inflación Anual

Según Sevilla A. (2015) La inflación acorde a su nombre es la elevación drástica de los precios básicos como de primera necesidad, bienes o servicios en general, que repercuten la economía de una nación durante un periodo de tiempo.

Aporte: Se considera que el indicador de la Inflación cuenta con un papel relevante en la economía de cada país, porque mantiene cierto control en el mercado de bienes y servicios, y para un país sirve contar con un dos por ciento de inflación para tener un equilibrio en el poder adquisitivo de la población porque si se perdiera vigilancia la demanda subiera al límite y la oferta caería drásticamente, es decir la inflación limita a las personas a comprar lo necesario y las empresas producir lo acordado.



Figura 12 Inflación Anual



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - Sevilla A. (2015)

Análisis: En lo que respecta a la gráfica Reino Unido tiene la mayor inflación en comparación a Panamá e Italia, por lo que se observa sus valores van incrementando, reflejando un aumento radical en los bienes y servicios, en el transcurso de los años 2019 y 2020 su crecimiento ha sido drástico duplicando el puntaje del año 2019. Por el contrario, Panamá proyecta una caída en su inflación hasta que en el año 2020 tiene cifras

negativas, como se mencionó anteriormente la baja de este indicador puede traer consecuencias negativas como es perder el control de la oferta y demanda del mercado, desequilibrio en la economía de la población. Italia cuenta con valores anuales inestables, en el año 2016 mantiene un valor de 1.13, al siguiente una caída del 36%, para el 2018 regresa al valor inicial aproximadamente y así sucesivamente, como resultado este país ha conservado un equilibrio importante para beneficio de su población a pesar de todos los sucesos ocurridos en los últimos años.

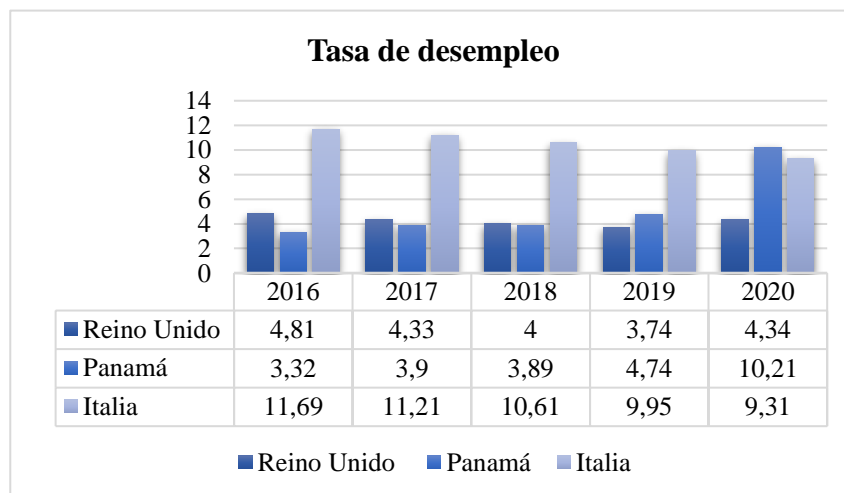
Tabla 18 Tasa de Desempleo

El Editorial Grudemi (2019) afirma que este indicador no pretende más que dar a conocer la escasez de empleo de una determinada nación frente a la población que cuenta con trabajo.

Aporte: Es un indicador significativo para la expectativa de cada país, basado en criterios informales en donde la tasa de desempleo categoriza si el país goza de una economía estable, y muy mencionado para las oportunidades de las personas emigrantes.



Figura 13 Tasa de Desempleo



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - Grudemi (2019)

Análisis: El siguiente análisis establecido por la gráfica permite indicar que Reino Unido mantiene una tasa de desempleo poco fluctuante en donde el promedio es de cuatro puntos, cabe destacar que es una cifra baja en relación a los demás países analizados. En el caso de Panamá este cuenta con cambios drásticos como es los años 2019 que tiene un ascenso del 21.8%, más aún para el año que se registró la pandemia mundial 2020, se presentó un alza de más del 100% en proporción a los años anteriores. Concluyendo este análisis con el indicador de la tasa de desempleo Italia revela cifras sumamente altas frente a Reino Unido y Panamá, la buena expectativa es que sus datos van bajando gracias a las medidas adoptadas por el Gobierno Italiano.

3.5.6.2 Factores Demográficos

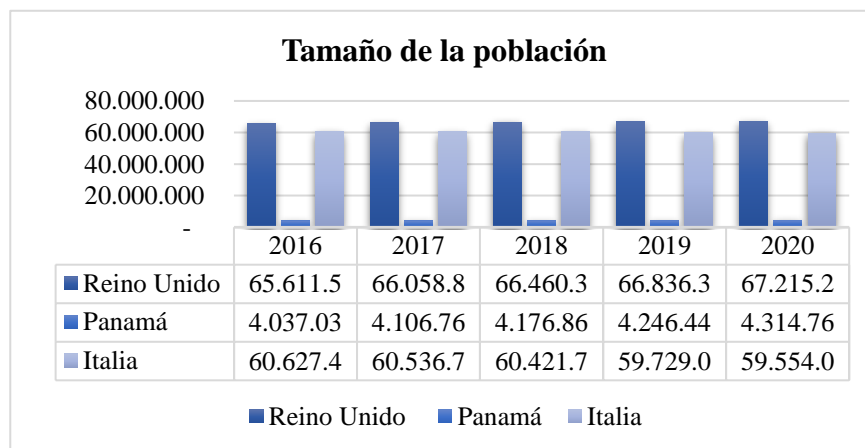
Tabla 19 Tamaño de la Población

Según Martella et al. (2012), afirma que este indicador da a conocer el promedio de personas que habitan en una nación, identificada por fracciones, áreas, zonas etc.

Aporte: En el aspecto económico el tamaño de la población se expresa al número total de la población que vive en cierto país, y que su cantidad será la base para la realización del estudio, estos datos se los obtiene en cada censo que realiza el Gobierno en el tiempo especulado de cada región.



Figura 14 Tamaño de la Población



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - Martella et al. (2012)

Análisis: Reino Unido cuenta con la mayor población en comparación con los dos países, población que al pasar los años va creciendo, en porcentajes mínimos, pero se registra crecimiento, como en el último año de análisis es 2020 se registra 67.215.293 habitantes por kilómetro cuadrado. Italia es el segundo país con cifras de habitantes extensos, este le sigue a Reino Unido con una diferencia de cinco a seis mil millones de personas, aún representa una cantidad significativa. Finalmente, Panamá un país pequeño en habitantes, ya que implica un 93% menor al de Reino Unido, cabe destacar que su cifra va incrementando en los distintos periodos anuales.

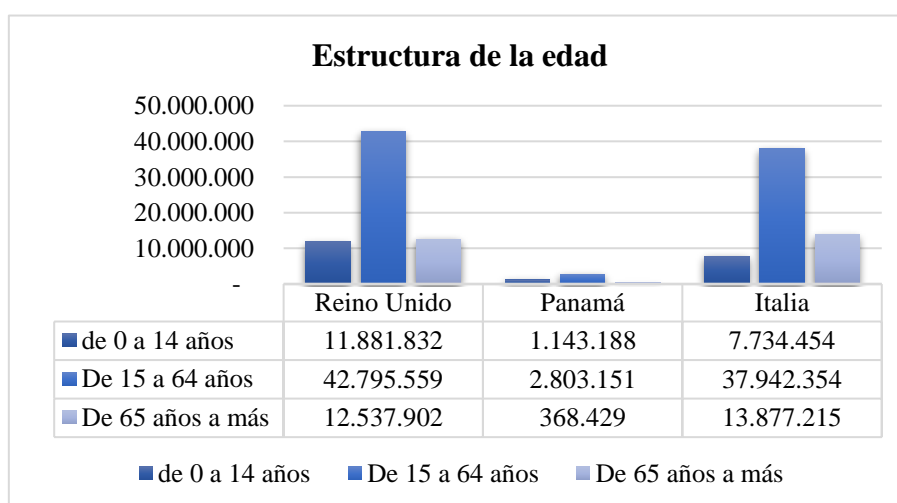
Tabla 20 Estructura de Edad

La CEPAL (2009), define a la estructura de edad como la fragmentación referente de una nación dividida en grupos por edades.

Aporte: Se estructura de mejor forma la cantidad de toda la población, con el objetivo de conocer la cantidad puntual de personas con poder adquisitivo y establecer a que nicho de mercado está destinado el producto.



Figura 15 Estructura de Edad



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - CEPAL (2009)

Análisis: La gran parte de la población de Reino Unido se concentra entre los 15 a 64 años, teniendo en cuenta que este grupo representa a las personas jóvenes – adultas que cuentan con cierto poder adquisitivo para elegir a la hora de comprar, entre la infancia y vejez no existe un cambio gradual, con un 5% se diferencian.

En el caso de Panamá, existe una cierta escala en donde el grupo de 15 a 64 años lidera la población total, seguido de la comunidad de 0 a 14 años que el 59% lo segrega, finalmente la población de 65 años en adelante cuenta con una mínima cantidad frente a toda la población.

Italia, se asemeja a Reino Unido al contar con la mayor población que tiene de 15 a 64 años, que a continuación el grupo de personas con mayor población son los 65 años en adelante, demostrando que Italia tiene bajo índice en la proliferación de los habitantes.

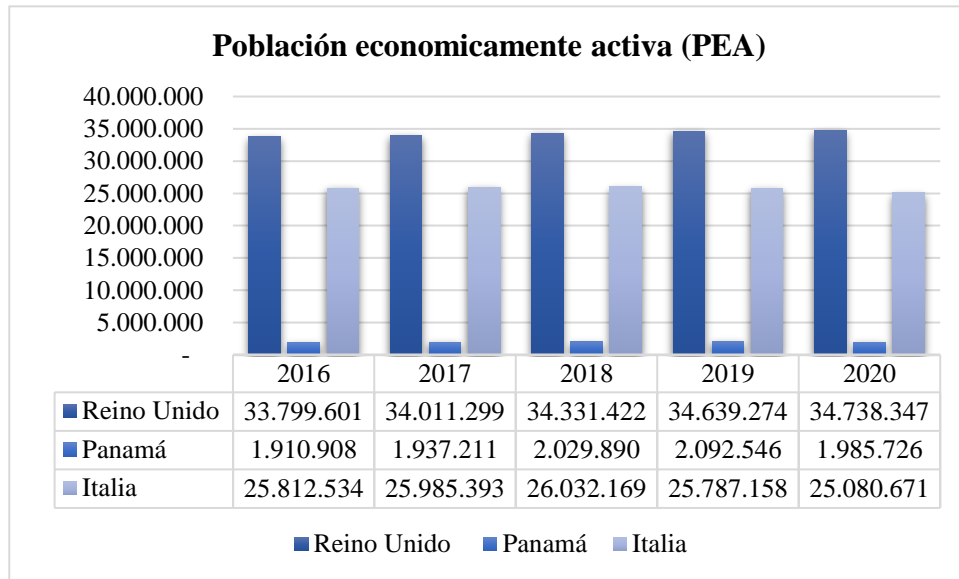
Tabla 21 PEA (Población Económicamente Activa)

Según la INEI (2017), El PEA denominada Población Económicamente Activa hace énfasis al grupo de personas que cuentan con la edad suficiente para empezar en el área laboral ofrecen la mano de obra en un periodo de tiempo acordado.

Aporte: Se relaciona con las personas que cuentan con la edad y disposición para ocupar un cargo laboral, bajo los deberes y derechos que cada ciudadano cuenta en el país que se encuentre; la importancia que este indicador sea tomado en cuenta para el estudio es porque se analiza el porcentaje de la población que tiene la capacidad de comprar bienes y servicios.



Figura 16 PEA (Población Económicamente Activa)



Fuente: Banco Mundial (2021)

Fuente: Banco Mundial (2021) - INEI (2017)

Análisis: Por medio de la gráfica se puede observar que la PEA de Reino Unido va incrementando su cifra, un aspecto es que mientras aumente esta población las posibilidades de la oferta son mayores, por ello se debe trabajar para ofrecer un producto de calidad.

En el caso de Panamá los valores van aumentando hasta el año 2019, a partir de este año, se nota un declive por varios factores que acontecieron en este año, para el siguiente se observa un mismo escenario, en donde el decaimiento es más representativo.

Italia presenta un equilibrio en este indicador, reflejando una estabilidad en la población; únicamente se nota una caída en el año 2019, pero para el siguiente año su cifra aumenta notoriamente. Hay que tomar en cuenta que es un factor relevante en los cálculos tales como la Demanda Insatisfecha que nos permite conocer datos reales en las fuerzas de mercado.

3.5.6.3 Factores Culturales

Tabla 22 Lengua

Pérez, M. (2021). La lengua expresa la natalidad de una persona que adopta este rasgo desde su comunidad, pueblo. Característica otorgada desde su nacimiento, y reconocida como propiedad privada.

Aporte: Dentro de estos factores se encuentra la lengua, se refiere al idioma que tiene cierto país, punto clave que se requiere conocer a la hora de negociar.



Lengua Oficial:

- Inglés
- Galés

Idioma(s) de negocios:

Inglés

Santander (2021)

Lengua Oficial:

Es el español

Centro Virtual Cervantes (2021)

Lengua oficial:

Italiano.

EXTENDA (2019)

Fuente: Pérez, M. (2021) - Santander (2021) - Centro Virtual Cervantes (2021) - EXTENDA (2019)

Análisis: Como se puede observar cada país analizado cuenta con idiomas diferentes, en el caso de Reino Unido usa el inglés como su lengua oficial, sin embargo, el Galés también se utiliza como lengua opcional.

Para el caso de Panamá el español representa su lengua oficial, mientras que Italia valga la redundancia el italiano es su idioma oficial, único país en el mundo que tiene esta característica; cabe recalcar que en varios países si se aplica pero no como lengua oficial; esto demuestra que es de vital importancia tomar en cuenta estos ámbitos para que en el momento de negociar se pueda crear lazos concretos en donde el respeto y afabilidad por la distinción de costumbres y etnias sean beneficio y no perjuicio.

Tabla 23 Religión

El Diccionario de la Lengua Española (2021), afirma que la religión se practica por las creencias que cada persona afirma sobre la divinidad, de normas fundamentados en la oración, ayunos, sacrificios para su adoración.

Aporte: Es un tema delicado al momento de tratar en donde el respeto por cada religión es principal para cualquier centro de negocio, ya que su contradicción como en los antepasados ha conllevado a guerras y muertes de sus fieles.



Reino Unido



Panamá



Italia

La religión anglicana tiene fuerza en este país, sin embargo, los católicos, musulmanes, protestantes, hindús, entre otros tienen dominio con bajos porcentajes. Santander Trade (2021)

La mayor población religiosa es la católica
Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes (2021)

La religión católica tiene fuerza en este país, sin embargo, los protestantes, judíos o la comunidad de origen musulmán tienen ciertos territorios.
EXTENDA (2019)

Fuente: El Diccionario de la Lengua Española (2021) - Santander Trade (2021) – DCDPR (2021) - EXTENDA (2019)




Análisis: En Panamá e Italia predomina el catolicismo, esta religión es mayoritaria entorno mundial, sin embargo, existen otras religiones que buscan expandir sus creencias; tales como el musulmán, cristianismo, protestantes, judíos. En el caso de Reino Unido la religión mayoritaria es el anglicanismo acercándose a la mitad de la población, seguido de un catolicismo que intenta fortalecerse en todo el mundo. Como ya se mencionó anteriormente, son temas sumamente delicados a la hora de negociar, en donde el respeto es la clave para evitar discusiones que nunca terminarán y que sus orígenes vienen tras años pasados. Una pequeña recomendación que brindan los expertos en negociaciones es evitar a profundidad el tema religioso, debido a que cada persona defiende sus creencias.

3.5.6.4 Factores Tecnológicos

Tabla 24 Innovación

Peiró R. (2019), menciona que este factor transforma ideas en emprendimientos con características únicas, bajos normas y leyes vigentes; con la intención de crear novedades inigualables que capten la atención entre los consumidores.

Aporte: En la actualidad los países ganan posicionamiento en el mercado, al contar con mayor inversión para mejorar sus productos a esto se le conoce como innovación, ya que el cliente siempre prefiere lo llamativo o único, es por ello que los países más desarrollados han decidido invertir por este tema que amplía las oportunidades de ganar territorios en mercados internacionales, como ganancia las inversiones crecen y el desarrollo del país se fortalece.

 Reino Unido				 Panamá				 Italia			
Clasificación de Innovación en Reino Unido (2018 – 2020)				Clasificación de Innovación en Panamá (2018 – 2020)				Clasificación de Innovación en Italia (2018 – 2020)			
	INSU		PRODU		INSU		PRODU		INPU		OUTPU
	GI	M	CT		GI	M	CT		GI	TS	TS
	I				I				I		
2018	4	4	6	2018	70	78	66	2018	31	29	32
2019	5	6	4	2019	75	79	72	2019	30	30	29
2020	4	6	3	2020	73	82	70	2020	28	33	24

Fuente: WIPO - World Intellectual Property Organization (2021)

Fuente: Peiró R. (2019) - WIPO - World Intellectual Property Organization (2021)

Análisis: Reino Unido ocupa en el año 2020, ocupa el cuarto lugar en cuanto a los resultados de innovación mundial, reflejando que se encuentra entre los países con mayor innovación en su cadena productiva; tomando en cuenta que en el año 2018 adquiere un mejor lugar en conseguir productos en relación que insumos.

Panamá logra el puesto 73, luego de bajar dos puntos a comparación del año 2019, en lo que respecta al año más reciente la innovación panameña se desempeña mejor en la

elaboración de insumos. Finalmente, Italia se encuentra en un puesto considerable para el año 2020 cuenta con el puesto 28, demostrando incremento, en referencia este país demuestra que es mejor realizando inputs (entradas), esto se refiere a recursos, capacitaciones, en fin, planificación inicial para producir algún producto o servicio.

3.5.6.5 Factores Geográficos

Tabla 25 Localización

Ramos G. (2014) Se refiere a la ubicación de un lugar, objeto o persona. Se requiere de puntos o coordenadas para su mejor ubicación.

Aporte: Es un tema que tiene importancia desde tiempos antiguos, en donde la localización era un factor poco conocido, se guiaban por aspectos como paisajes, ríos, desiertos entre otros, en la actualidad aplicaciones que facilitan las coordenadas para llegar a un determinado lugar, simplemente se requiere de internet para beneficiarse de estas ventajas cibernéticas.



Se encuentra:

- Noroeste de Europa
- Norte de Francia
- Oeste de los Países Bajos

Superficie: 243.305 km²

Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes (2021)

Situado: Sureste del Istmo centroamericano

Limita:

- Norte con el Atlántico
- Sur con el Pacífico
- Este con Colombia
- Oeste con Costa Rica

Superficie: 75.517 Km².

DCDPR (2021)

Sur de Europa, en el centro del Mediterráneo. Limita al norte con Francia, Suiza, Austria y Eslovenia

Superficie: 301.333 Km²

EXTENDA (2019)

Fuente: Ramos G. (2014) - Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes (2021)- EXTENDA (2019)

Análisis: Se puede analizar que Italia mantiene una superficie mayor respecto a Reino Unido y Panamá, debido a que cuenta con 301.333 km², representando un territorio grande. A continuación, sigue Reino Unido con una variación de 58.028 km², entre Italia, siendo aún territorio extenso, identificado como próxima potencia mundial, por el arduo trabajo de obtener mayor desarrollo económico.

Finalmente, Panamá cuenta con un territorio más corto ante los países de analizar con 75.517 km², sin embargo, cuenta con una economía estable y que mantiene planes para mejorar la economía panameña.

Tabla 26 Transporte Internacional

Según Mise (2022), afirma que es el movimiento de bienes, productos, mercancías de un cierto lugar para trasladarse a otro punto de referencia, efectuado por medio de las condiciones pactadas en un contrato.

Aporte: El transporte internacional es un punto vital dentro de un contrato de negocios, puesto que la correcta elección tiene la factibilidad de abaratar costos y por ende llevar al producto hacia al mercado con un costo bajo y competitivo.



Reino Unido



Panamá



Italia

Transporte Marítimo

Londres, Plymouth, Southampton, Aberdeen, Felixstow, Dover, Peel Ports, Sheerness Inglaterra, Manchester y Liverpool, Gales albergan, Escocia

Transporte Marítima:
Puerto de Londres, Asociación de Puertos Británicos, Puertos Vía Aérea: Gatwick, Heathrow Vía Terrestre: Asociación de Transporte de Mercancías (FTA) Santander Trade (2021)

Transporte Marítimo

Debido a su ubicación favorable, es considerado una oportunidad para comercialización de bienes y servicios

Transporte Aéreo

Cuenta con 68 aeropuertos, tanto públicos como privados, sin embargo.

Transporte Terrestre

En relación las vías panamericanas colindan con la frontera de Costa Rica hasta Panamá; Carretera Central, Legiscomex (2017)

Transporte Marítimo

Cuenta con 300 puertos, adecuados con infraestructura portuaria como: Livorno, Génova, Nápoles, La Spezia, Trieste.

Transporte Aéreo

Tiene 130 aeropuertos con capacidades tecnificadas para soportar logísticas de comercio.

Transporte Terrestre

El calibrage de pesos y medidas acorde a cada medio de transporte terrestre establece cada país PROCOLOMBIA (2019)

Fuente: Mise (2022) - Santander Trade (2021) - Legiscomex (2017) - PROCOLOMBIA (2019)

Análisis: El transporte de mercancías se convierte un factor clave en una negociación, que demanda un estudio arduo para su aplicación, tomando en cuentas las rutas más accesibles y conocer a perfección los costos y que tipo de transporte manejan los países objetivos.

En el caso de Reino Unido cuenta con el 97% de movimiento de sus rutas, gracias a los modernos y equipados puertos, que anteriormente se dio a conocer los más importantes.

Panamá tiene el mismo beneficio de contar por el porcentaje de movimiento por vía marítima dado que su lugar estratégico le permite contar con puertos en toda su localización.

Italia cuenta con renovados y equipados puertos, y accesibilidad en todas las modalidades de transporte, es importante tomar en cuenta los costos y beneficios que tiene cada uno de ellos y elegir el más factible para el envío.

3.5.7. Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

Es un perfil que examina los medios externos en los cuales una empresa puede resultar beneficiada o perjudicada a través de las oportunidades que se manifiestan o las amenazas expuestas en el entorno, cabe recalcar que su estudio permite deducir este impacto y tomar las decisiones idóneas para que la organización prolifere.

La siguiente tabla expone la ponderación acerca de la matriz POAM:

Tabla 27 Ponderación Matriz POAM

Ponderación	Alto	Medio	Bajo
Oportunidad	3	2	1
Amenaza	3	2	1

Fuente: Serna (2014)

Tabla 28 Matriz POAM

	REINO UNIDO		PANAMA		ITALIA	
Factores	Oportuni dad	Amena za	Oportuni dad	Amena za	Oportuni dad	Amena za
Socioeconómicos						
PIB	3,0	-	1,0	-	2,0	-
PIB per- cápita	3,0	-	1,0	-	2,0	-
Inflación anual	-	3,0	-	2,0	1,0	
Tasa de desempleo	3,0	1,0	1,0	2,0	-	3,0
Balanza comercial	2,0		1,0	-	3,0	-
SUMA	11,0	4,0	4,0	4,0	8,0	3,0
PROMEDIO	2,2	0,8	0,8	0,8	1,6	0,6
Factores Demográficos						
Tamaño de la población	3,0		1,0		2,0	
Estructura de la edad	2,0		1,0		3,0	
Población Económicamente Activa (PEA)	3,0		1,0		2,0	
SUMA	8,0	0,0	3,0	0,0	7,0	0,0
PROMEDIO	2,66		1,0		2,33	
Factores Políticos						
Barreras Arancelarias	0,0	3,0		2,0	1,0	0,0
Barreras no Arancelarias	0,0	3,0		2,0		1,0
Acuerdo Comerciales	1,0		2,0		3,0	
SUMA	1,0	6,0	2,0	4,0	4,0	1,0
PROMEDIO	0,3	2,0	0,7	1,3	1,33	0,33
Factores Culturales						
Lengua	2,0		3,0		1,0	
Religión	1,0		2,0		3,0	
SUMA	3,0	0,0	5,0	0,0	4,0	0,0
PROMEDIO	1,5		2,5		2,0	
Factores tecnológicos						
Innovación	3,0		1,0		2,0	
SUMA	3,0	0,0	1,0	0,0	2,0	0,0
PROMEDIO	3,0		1,0		2,0	
Factores geográficos						
localización	1,0		3,0		2,0	
Transporte Internacional	2,0		1,0		3,0	
SUMA	3,0	0,0	4,0	0,0	5,0	0,0
PROMEDIO	1,5		2,0		2,5	
SUMA TOTAL	30,0	10,0	19,0	8,0	28,0	6,0

3.5.8 Segmentación de Mercado

Según Castillo (2018) Se le conoce a la descomposición de clientes potenciales, empresas o consumidores en diferentes grupos establecidos a las características que estos cumplan;

con la finalidad de llegar y tener mayor facilidad de ofertar productos, aprovechando el uso adecuado de recursos y el aumento de eficiencia en promocionar el camote.

Para realizar la segmentación se selecciona a los grupos de personas en base a sub categorías que permiten identificar las características que tienen y se presentan a continuación:

- **Comportamiento:** Se relaciona con las necesidades concretas que tiene el consumidor y el uso que tengan en un determinado producto.
- **Ubicación:** Puede ser área, pueblo, barrio, ciudad, comunidad, país, región, provincia, etc
- **Demografía:** Etnia o edad.
- **Psicografía:** Opinión y estilo de vida.

Por lo que se refiere a la segmentación de mercado en Italia va destinado a las tres ciudades con mayor poder adquisitivo y reconocimiento de las variables aplicadas en el estudio, en el cual se aplica el análisis de la matriz POAM, para continuar con la identificación del mejor segmento para enviar el tubérculo, bajo las categorías que demanda la segmentación de mercado.

3.5.8.1 Segmentación Geográfica

Argudo (2017), se refiere a la fragmentación del mercado siguiendo la categoría de ubicación, la cual menciona áreas geográficas en donde pueden estar destinados los productos. Esta información cuenta con características y valores culturales valiosos para realizar la identificación y tomar las correctas decisiones para el estudio.

Tabla 29 Segmentación Geográfica Italia

Italia	
Ubicación	<p>Europa del sur</p> <p>Regiones de Italia</p> <p>Liguria, Lombardía, Piamonte, Valle de Aosta, Emilia-Romaña, Friuli-Venecia Julia, Trentino-Alto Adigio, Véneto, Lacio,</p> <p>Marcas, Toscana, Umbría, Abruzos, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Apulia, Cerdeña, Sicilia</p> <p>Provincias de Italia</p> <p>Agrigento, Alessandria, Ancona Aosta, Arezzo, Ascoli Piceno, Asti, Avellino, Bari, Barletta-Andria-Trani, Belluno, Benevento,</p> <p>Bergamo, Biella, Bologna, Bolzano, Brescia, Brindisi, Cagliari, Caltanissetta, Campobasso, Carbonia-Iglesias, Caserta, Catania, Catanzaro, Chieti, Como, Cosenza, Cremona, Crotone, Cuneo, Enna, Fermo, Ferrara, Firenze, Foggia, Forlì-Cesena, Frosinone, Genova, Gorizia, Grosseto, Imperia, Isernia, La Spezia, L'Aquila, Latina, Lecce, Lecco, Livorno, Lodi, Lucca, Macerata, Mantova, Massa-Carrara, Matera, Messina, Milano, Modena, Monza e della Brianza, Napoli, Novara, Nuoro, Olbia-Tempio, Oristano, Padova, Palermo, Parma, Pavia, Perugia, Pesaro e Urbino, Pescara, Piacenza, Pisa, Pistoia, Pordenone, Potenza, Prato, Ragusa, Ravenna, Reggio Calabria, Reggio Emilia, Rieti, Rimini, Roma, Rovigo, Salerno, Medio Campidano, Sassari, Savona, Siena, Siracusa, Sondrio, Taranto, Teramo, Terni, Torino, Ogliastra, Trapani, Trento, Treviso, Trieste, Udine, Varese, Venezia, Verbano-Cusio-Ossola, Vercelli, Verona, Vibo Valentia, Vicenza, Viterbo.</p>
Organización territorial	
Capital	Roma
Densidad poblacional	59'554.023
Limites	Italia se encuentra situada en el sur de Europa, en el centro del Mediterráneo. Forma una península que se extiende desde los Alpes hasta las cercanías de la costa africana. Limita al norte con Francia, Suiza, Austria y Eslovenia
Superficie	302.073 Km ²
Terreno	Mapa político de Italia

Fuente: Ministerio de Asuntos exteriores de Italia (2021).

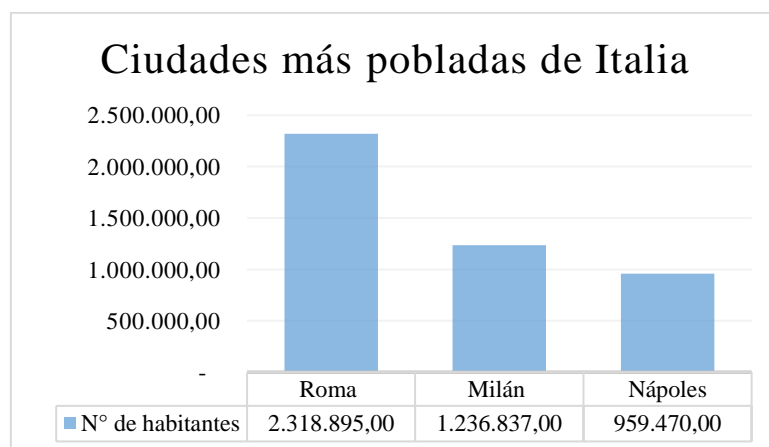
Figura 17 Mapa Político de Italia



Referencia

Italia es un país perteneciente a la Unión Europea, al mismo tiempo que está constituido por varias regiones y ciudades, en el caso de la segmentación de mercado se lo realizara en base a las ciudades con mayor población. Ya que son ciudades principales y al mismo tiempo concentran una gran variedad de supermercados y restaurantes.

Figura 18 Ciudades más pobladas de Italia



3.5.8.2 Segmentación demográfica

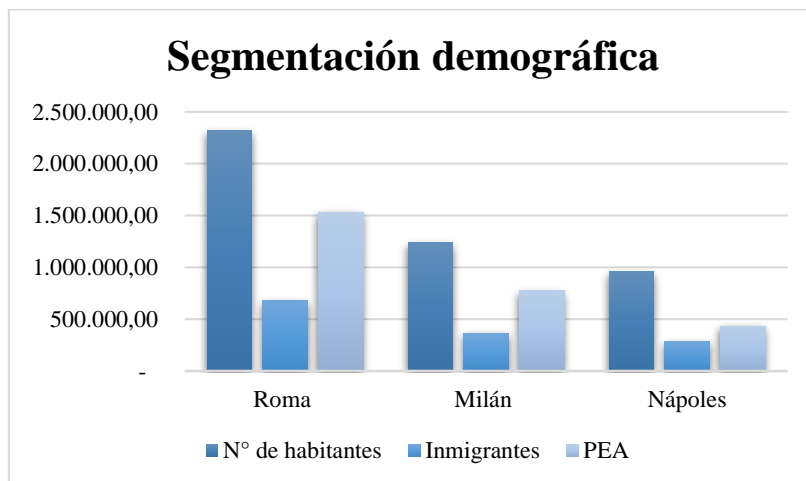
Silva (2020) afirma que este tipo de segmentación permite conocer minuciosamente las características del grupo objetivo a fin de comprender su comportamiento y diagnosticar las personas que tienen mayores posibilidades e interés en adquirir el producto.

En relación a la población de una ciudad faculta el uso de este como base para que se desprendan los comportamientos de un grupo de personas en relación a un segmento.

En el caso del camote se lo realizara como segmento de mercado la oportunidad de enviarlo a las principales ciudades que tiene Italia, en este caso son:

- Roma
- Milán
- Nápoles

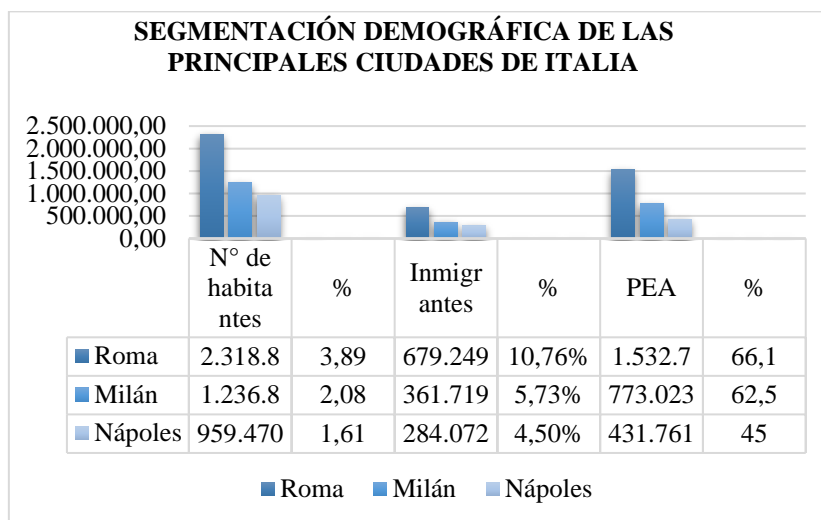
Figura 19 Segmentación Demográfica de Italia



Fuente: MITES -Ministerio de Trabajo y Economía Social Italia (2019)

Segmentación demográfica de las principales ciudades de Italia

Figura 20 Segmentación Demográfica de las principales ciudades de Italia



Fuente: MITES- Ministerio de Trabajo y Economía Social Italia (2019)

En referencia a la tabla anterior se muestra que la ciudad de Roma sobresale en todo el país, representando el 3,89%, de toda la población de Italia, en lo cual el 10,76% pertenece a los inmigrantes residentes a esta ciudad; a su vez la población económicamente activa describe el 66,1% es decir más de la mitad de toda la ciudad Romana, en la cual se toma de referencia entre los 15 hasta los 64 años de edad, y se caracterizan por ejercer una actividad económicamente activa. En el caso de Milán, cuenta con un 2,08% de la población total del país, de la cual los inmigrantes refieren el 5,73% de esta ciudad, cantidad representativa; todavía cabe señalar que la población económicamente activa de Milán constituye el 62,5%, demostrando que la mitad de los milaneses tienen fuentes de empleo. Nápoles totaliza el 1,61% de Italia, en referencia a las ciudades analizadas este es la que tiene menor porcentaje, sin embargo, no altera su importancia en el país; en el caso de los inmigrantes cuantían 4,50%, es decir cerca de la mitad de la ciudad son personas de otros países que residen ahí. Por lo que se refiere al PEA, este cuenta con el 45%, de forma afortunada la mitad de la población de Nápoles cuenta con un empleo.

3.5.8.3 Segmentación psicográfica

Silva (2020) menciona que es una segmentación distinguida por la relevancia para el estudio, porque examina de forma rigurosa las preferencias de los consumidores, factor clave para inyectar al cliente una experiencia agradable al consumir el producto, por medio de fuentes estratégicas como la personalidad, intereses, estilo de vida, carácter, pasatiempos, entre otros. Al manejar correctamente esta segmentación permitirá a la empresa fortalecer los lazos con el grupo objetivo, creando estrategias innovadoras para la empresa e implantando mayor fidelidad a la marca. Europa es uno de los mayores consumidores de productos agrícolas de América Latina. En lo que se refiere a Italia que es un país perteneciente a la unión europea y teniendo en cuenta que es uno de los países con índice de alto consumo de camote. Con el pasar de los años Europa importa más de 244000 toneladas de Camote anuales. A su vez el camote es un producto exótico, a pesar de las adversidades como el Covid-19, esta ha incrementado el consumo de este por los aportes nutricionales que tiene. Por lo que los supermercados son los principales interesados en proveerse de este producto desde países sudamericanos. Reino Unido es uno de los países con mayor índice importaciones de camote, sin embargo, lo realiza para exportarlo a otros países de Europa. En tiempos antiguos el camote era mayormente destinado al consumo animal, sin embargo, por los aportes nutricionales y su beneficio a la salud es uno de los mejores productos que el ser humano puede consumir según la pirámide alimenticia. Lo que recomiendan en países europeos es tratar directamente con cadenas de supermercados, en cuanto a exportaciones ya que es un producto muy demandado y sobre todo con diferentes formas de ponerlos en el plato del consumidor.

Agraria (2019)

3.5.8.4 Análisis POAM para el segmento

Para la realización POAM de este segmento se inicia bajo la segmentación geográfica, demográfica y psicográfica de las ciudades más representativas de Italia, que cuentan con las mayores poblaciones, en lo cual la segmentación será clave para la elección del grupo objetivo de estudio.

Se toma a la ciudad de Roma como capital italiana, seguido de Milán, caracterizada por manejar un porcentaje notable en el comercio del país, como también se presenta a Nápoles ciudad completamente equipada en infraestructura marítima. Estas ciudades son analizadas bajo criterios como el total de su población, inmigrantes y el PEA; valores significativos para un correcto análisis. Para la determinación del segmento meta se utiliza la metodología POAM, que por medio del análisis de todos sus factores permitirá reconocer las oportunidades y amenazas que tendrá el Centro de Acopio Patata Dulce, en los posibles mercados internacionales.

La siguiente tabla expone la ponderación acerca de la matriz POAM:

Tabla 30 Ponderación POAM – Segmentación de Mercado

Ponderación	Alto	Medio	Bajo
Oportunidad	3	2	1
Amenaza	3	2	1

Fuente: Serna (2014)

Tabla 31 Matriz POAM – Segmentación de Mercado

	ROMA		MILAN		NAPÓLES	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA						
Población por Estados	3		2		1	
Inmigrantes		3		2		1
PEA	3		2		1	
SUMA	6	3	4	2	2	1
PROMEDIO	2	1	1,33	0,67	0,67	0,33
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA						
Ubicación	3		1		2	
Densidad por Km2	3		2		1	
SUMA	6	0	3	0	3	0
Promedio	3	0	1,5	0	1,5	0
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICOS						
Productores de camote		1		2		3
Consumidores camote	3		2		1	
SUMA	3	1	2	2	1	3
PROMEDIO	1,5	0,5	1	1	0,5	1,5
	6,5	1,5	3,83	1,67	2,67	1,83
TOTAL	5		2,17		0,83	

En la segmentación de las tres principales ciudades de Italia, se analizan tres factores claves para su correcta elección, en la Segmentación Demográfica se analiza que Roma cuenta con las mayores oportunidades, seguido de Milán que tiene oportunidades intermedias, mientras que Nápoles respecto a las dos ciudades tiene las menores oportunidades; en cuestión a las amenazas se presentan de la misma forma que las oportunidades sin embargo esta ponderación permite a la empresa tomar medidas para que los perjuicios no obstaculicen el avanzar del Centro de Acopio Patata Dulce.

Para la segmentación Geográfica en donde la ubicación y densidad de cada ciudad es toma en cuenta, se determina que Roma tiene las mejores oportunidades para ofertar el camote, en cuanto a Milán y Nápoles cuentan con la misma categorización.

Finalmente, en los datos psicográficos, relevantes en este análisis, se evalúa que la ciudad indicada es Roma, al contar con mayores oportunidades y menores amenazas, para Milán los beneficios y perjuicios son iguales, y para Nápoles el panorama cambia por lo que las oportunidades son relativamente bajas frente a las amenazas.

Tabla 32 Resumen Matriz POAM -Segmentación de Mercado

	ROMA		MILAN		NAPÓLES	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	2,00	1,00	1,33	0,67	0,67	0,33
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	3,00	0,00	1,50	0,00	1,50	0,00
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICOS	1,50	0,50	1,00	1,00	0,50	1,50
SUMA	6,50	1,50	3,83	1,67	2,67	1,83
PROMEDIO	5,00		2,17		0,83	

Como resultado se obtiene que la ciudad más apropiada bajo términos analizados por la matriz POAM es Roma, ya que cuenta con las mejores oportunidades para ingresar el camote (Ipomoea Batatas); las amenazas demandan de investigaciones para el control y correcto manejo evitando que puedan inmovilizar las posibilidades de penetrar en el mercado Romano. Milán es un buen mercado sin embargo la proporción de ventajas y desventajas son iguales, ganando un espacio poco controlable en donde los riesgos pueden elevarse más que las oportunidades. Nápoles no cuenta con valores representativos para la elección de ingreso del camote, desde un inicio, no es factible las amenazas superar a las oportunidades, disminuyendo por completo ser una alternativa para ofertar la patata.

3.5.8.5 Supermercados expendedores de camote en Italia

Después de un análisis en general de Italia y sus principales ciudades, se llegó a determinar que el importar camote para los países de la Unión Europea es muy importante

ya que ellos no alcanzan a cubrir la demanda nacional, ya que su producción anual es mínima. Lo más recomendable en el caso de Italia es perchar el camote en supermercados reconocidos, ya que es uno de los lugares donde se provee el consumidor final y restaurantes. Ya que en los pequeños mercados lo hacen mayormente para consumo animal. A continuación, se presentan los principales supermercados en Roma:

Tabla 33 Principales Supermercado de la Ciudad de Roma

PRINCIPALES SUPERMERCADOS EN ROMA	
Nombre supermercado	Correo electrónico
Tuodi	servizioclienti@tuodi.it
Todis	info@todis.it
Conad	info@dao.it
Simply	roma.fonteiana@tuodi.it
In´s	info@insmercato.it
Carrefour Market	it.carrefour.mycarrefour
Lidl	portavolantino.it

Fuente: Erasmusu (2021)

3.5.9 Demanda insatisfecha

Este ítem recopila información acerca de las necesidades o requerimientos que el mercado italiano no puede cubrir en relación a la demanda, presentando el riesgo que la oferta supera la balanza. Para ello se realiza el análisis respectivo del consumo no cubierto en el mercado, con la intencionalidad de evitar sobreabastecimiento.

Con la obtención de datos como importaciones, exportaciones, PEA, consumo aparente, oferta exportable entre otros dan paso a la obtención a la demanda insatisfecha.

Tabla 34 Demanda Insatisfecha

año	IMPORTACIONES kg	EXPORTACIONES kg	Consumo Nacional Aparente	PEA Roma	Población Nacional Activa	Consumo per cápita KG	Consumo recomendado	Déficit del Consumo	Demanda Insatisfecha kg	Demanda Insatisfecha Tn	Oferta Centro Acopi o Tn	% Cobertura
2016	6.668.000	3.272.000	- 3.396.000	1.004.108	25.812.534	0,13	15,6	15,47	6.668.000	6.668		
2017	7.253.000	1.054.000	6.199.000	1.010.832	25.985.393	0,24	15,6	15,36	7.253.000	7.253		
2018	9.327.000	1.440.000	7.887.000	1.012.651	26.032.169	0,30	15,6	15,30	9.327.000	9.327		
2019	12.401.000	686.000	11.715.000	1.003.120	25.787.158	0,45	15,6	15,15	12.401.000	12.401		
2020	15.082.000	1.057.000	14.025.000	975.638	25.080.671	0,56	15,6	15,04	15.082.000	15.082	30	0,0020
2021	16.739.000	62.400	16.676.600	981.875	25.240.997	0,66	15,6	14,94	16.739.000	16.739	45	0,0027
2022	18.936.600	-417.400	19.354.000	975.410	25.074.801	0,77	15,6	14,83	18.936.600	18.937	60	0,0032
2023	21.623.267	-464.880	22.088.147	963.562	24.770.235	0,89	15,6	14,71	21.623.267	21.623	75	0,0035
2024	23.959.324	-989.067	24.948.391	953.142	24.502.363	1,02	15,6	14,58	23.959.324	23.959	90	0,0038
2025	26.084.834	-1.353.068	27.437.903	946.199	24.323.890	1,13	15,6	14,47	26.084.834	26.085	105	0,0040
2026	28.340.352	-1.876.058	30.216.410	941.447	24.201.722	1,25	15,6	14,35	28.340.352	28.340	120	0,0042

3.5.10 Demanda actual

Se aplica el método de Mínimos Cuadrados, con la finalidad de obtener el modelo de regresión lineal en donde la recta representada por $Y = a + bx$, para obtener dichos valores se aplica las siguientes fórmulas:

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

En la fórmula presenta la variable predictora o explicativa “x” como los años, mientras que la variable “y” son los valores encontrados.

Tabla 35 Proyección de importaciones de camote en Italia

año	(X)	Importaciones en Tn (Y)	XY	X ²	Y ²
2016	1	6.668,00	6.668	1	44.462.224,00
2017	2	7.253,00	14.506	4	52.606.009,00
2018	3	9.327,00	27.981	9	86.992.929,00
2019	4	12.401,00	49.604	16	153.784.801,00
2020	5	15.082,00	75.410	25	227.466.724,00
			-		-
Σ=	15	50.731	174.169	55	2.573.634.361,00

Fuente: TradeMap (2021)

La tabla indica las importaciones que Italia ha realizado en los años 2016 hasta 2020.

Tabla 36 Proyecciones de importaciones en la Ciudad de Roma

Año	Población Roma	(X)	Importaciones Tn (Y)	xy	x2	y2
2016	1.004.108	1	1.471,09	1.471,09	1	2.164.107,44
2017	1.010.832	2	1.328,29	2.656,59	4	1.764.365,14
2018	1.012.651	3	1.441,21	4.323,63	9	2.077.084,54
2019	1.003.120	4	1.506,53	6.026,10	16	2.269.621,08
2020	975.638	5	1.443,49	7.217,43	25	2.083.653,32
$\Sigma=$		15	7.190,61	21.694,84	55	10.358.831,52

Fuente: TradeMap (2021)

Los resultados en la tabla anterior representan las toneladas de camote importadas desde Roma, para obtener estos datos se toma el valor total de importaciones y se aplica una regla de tres en relación al ítem de población económicamente activa del Italia y la ciudad segmentada.

Coefficiente de regresión

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

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{5 * 21.694,84 - 15 * 7.190,61}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{7.190,61 - (12,30)(15)}{5}$$

b= 12,30

a= 1.401,21

Método de mínimos cuadrados= $Y = 1.401,21 + (12,30) x$

3.5.11 Proyección de importaciones de camote

Tabla 37 Proyección de importaciones desde 2021 - 2026

Año (X)	Importaciones (Tn)	
2021	6	1475,03
2022	7	1487,33
2023	8	1499,63
2024	9	1511,94
2025	10	1524,24
2026	11	1536,54

Fuente: TradeMap (2021)

Una vez obtenido el modelo de regresión lineal se puede obtener las proyecciones de los años 2016 hasta 2020 parten del año 2021 en los cuales el incremento va paulatinamente visualizando factibilidad en la exportación, beneficiándose que la cantidad de producción es mínima y las características del camote ecuatoriano cuentan con los gustos demandados.

Tabla 38 Proyección exportaciones de camote en Italia

Año	(X)	Exportaciones Tn (Y)	xy	x2	y2
2016	1	3.272	3.272,00	1	10.705.984,00
2017	2	1.054	2.108,00	4	1.110.916,00
2018	3	1.440	4.320,00	9	2.073.600,00
2019	4	686	2.744,00	16	470.596,00
2020	5	1.057	5.285,00	25	1.117.249,00
$\Sigma=$	15	7.509,00	17.729,00	55	15.478.345,00

Fuente: TradeMap (2021)

Coefficiente de regresión

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \qquad a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$
$$b = \frac{5 * 17.729 - 15 * 7.509}{5(55) - (15)^2} \qquad a = \frac{7.509 - (-479,8)(15)}{5}$$

b= -479,80

a= 2.941,20

Método de mínimos cuadrados: Y= 2.941,2 + (-479,80) X

Como resultado de los parámetros “a” y “b”, nos indica que “b” representa la pendiente de la línea con un valor negativo de 479,8, mientras el parámetro “a” indica el valor de Y cuando las líneas de regresión cruzan con el eje de la X.

Tabla 39 Proyección de exportaciones en Italia

Año (X)		Exportaciones (Tn)
2021	6	62,40
2022	7	-417,40
2023	8	-897,20
2024	9	-1377,00
2025	10	-1856,80
2026	11	-2336,60

Por medio de la recta de regresión obtenida aplicando el método de mínimos de cuadrados se ha realizado la proyección en donde se observa un decaimiento en las exportaciones de camote mostrando valores negativos a partir del año 2022 con cifras significativas, relativamente este país se caracteriza por ser un importador de camote, por lo que se trata a las exportaciones son mínimas, reflejando oportunidades en el estudio.

3.5.12 Consumo Nacional Aparente

Se refiere a la cantidad de camote que el mercado Romano consume, para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{CNA}=(\text{P}+\text{M}) - \text{X}$$

Donde:

CNA: *Consumo Nacional Aparente*

P: *Producción*

M: *Importaciones*

X: *Exportaciones*

Tabla 40 Consumo Nacional Aparente

Año	Producción nacional Tn	Importaciones Tn	Exportaciones Tn	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2.016	5.500,00	6.668,00	3.272,00	8.896,00	8.896.000,00
2.017	7.800,00	7.253,00	1.054,00	13.999,00	13.999.000,00
2.018	11.000,00	9.327,00	1.440,00	18.887,00	18.887.000,00
2.019	11.200,00	12.401,00	686,00	22.915,00	22.915.000,00
2.020	12.300,00	15.082,00	1.057,00	26.325,00	26.325.000,00
2.021	14.660,00	16.739,00	62,40	31.336,60	31.336.600,00
2.022	15.898,00	18.936,60	-417,40	35.252,00	35.252.000,00
2.023	16.988,40	21.623,27	-464,88	39.076,55	39.076.546,67
2.024	18.761,72	23.959,32	-989,07	43.710,11	43.710.111,11
2.025	20.297,18	26.084,83	-1.353,07	47.735,08	47.735.078,52
2.026	21.562,48	28.340,35	-1.876,06	51.778,89	51.778.890,78

Fuente: FAO (2021)

Para el cálculo del consumo aparente se toma en cuenta las anteriores tablas relacionadas a las proyecciones tanto de las exportaciones como las importaciones del mercado objetivo,

frente al Centro de Acopio Patata Dulce categorizado como mercado nacional con valores basados en los productores de la Provincia del Carchi.

Los resultados muestran la disponibilidad del camote para ser comercializado en la ciudad de Roma, reflejando los valores en toneladas y kilogramos.

3.6 Estudio Técnico

Según Baca (2010), afirma que este estudio plantea la correcta ubicación, tamaño de las instalaciones de la empresa, distribución, y estructura organizacional

Por lo tanto, abarca las opciones de la investigación en relación a los medios tecnológicos, con la intención de identificar la factibilidad y optimización del capital de trabajo.

3.6.1 Localización

Para la determinación de una correcta localización Baca (2010) menciona que hay que tener en cuenta los factores cuantitativos como los cualitativos sin omitir cualquier aspecto de importancia, tanto que los cuantitativos agrupan costos de materia prima, transporte y producto terminado, mientras que los factores cualitativos representan el clima, altitud, factores de asociamiento en la comunidad entre otros.

3.6.1.1 Macro localización

Se considera que la macro localización del estudio debe enfocarse elegir la zona geográfica que brinde mayor beneficio a la empresa, tomando en cuenta factores internos y externos.

Corvo (2021). Ecuador país andino, tiene 24 provincias, una de ellas es Carchi caracterizada por ser la capital del ciclismo, se encuentra ubicada al norte con el callejón interandino; su relieve de terreno es montañoso e irregular; tiene una extensión de 3.604,33 Km², tiene niveles altitudinales desde los 1.200 msnm en la zona del Valle, hasta los 4.768 msnm en la

cima del volcán Chiles. Prefectura del Carchi (2021). Su cabecera cantonal es Tulcán posee el 47% de su población, tiene una 1.670,03 Km2 y una altura de 2.957msnm. Prefectura del Carchi (2021).

Figura 21 Mapa de la Provincia del Carchi



Fuente: Prefectura del Carchi (2021)

3.6.1.2 Micro localización

El Centro de Acopio Patata Dulce se encontrará ubicado en el cantón Bolívar, formando parte de la Provincia del Carchi, a una distancia de 70 km de la ciudad de Tulcán. Su cabecera cantonal es Bolívar, la misma que es una parroquia urbana, mientras que las parroquias rurales son: San Vicente de Pusir, Monte Olivo, García Moreno, San Rafael, Los Andes. Municipio de Bolívar (2020)

La economía en la producción se basa en huertos hortícolas, crianza de animales, sistemas silvopastoriles, como es la cebada y queso e impulso de siembra de productos orgánicos para el consumo interno y comercialización. Prefectura del Carchi (2016).

Figura 22 Mapa del Cantón Bolívar



Fuente: Tulcán Online (2016)

3.6.1.3. Macro localización en el exterior

Italia es un país que forma parte de la Unión Europea, tiene una extensión de 301.340 km² y se encuentra dividida en 21 regiones. Su capital es Roma, moneda es el Euro, su idioma es el italiano. El presidente es el jefe del Estado; refleja la unidad de la nación. Cámara de Comercio de Italia (2016).

Figura 23 Mapa de Italia



Fuente: Alamy (2022)

3.6.1.4 Micro localización en el exterior

Roma es una ciudad y capital italiana, con mayor población, además de estar en el cuarto lugar de mayor en toda la UE. Es el municipio más poblado de Italia y es la cuarta ciudad más poblada de la Unión Europea, por antonomasia se la conoce como la eterna ciudad. Tiene un PEA significativo en relación a las ciudades más importantes del país, por lo que es el centro

de concentración de empresas, emprendimientos, supermercados etc. Cámara de Comercio de Italia (2016).

Figura 24 Mapa de la Ciudad de Roma



Fuente: Marín J. (2021)

3.6.2 Distribución de la Planta

La propuesta en la distribución física de la planta consta de la compra de un lote de terreno de dos hectáreas, valorado en 15.000 dólares americanos, situado en el Cantón Bolívar, parroquia San Vicente de Pusir, beneficiándose que la mayoría de los cultivos se efectúan en esta zona. La construcción en infraestructura e instalaciones se plantea un valor aproximado de 20.000 dólares.

Área Administrativa

Esta área se encarga de efectuar las estrategias más acordes en el crecimiento de la empresa, partiendo del buen ambiente laboral, guiado por la satisfacción del trabajador.

Tabla 41 Área Administrativa Centro de Acopio Patata Dulce

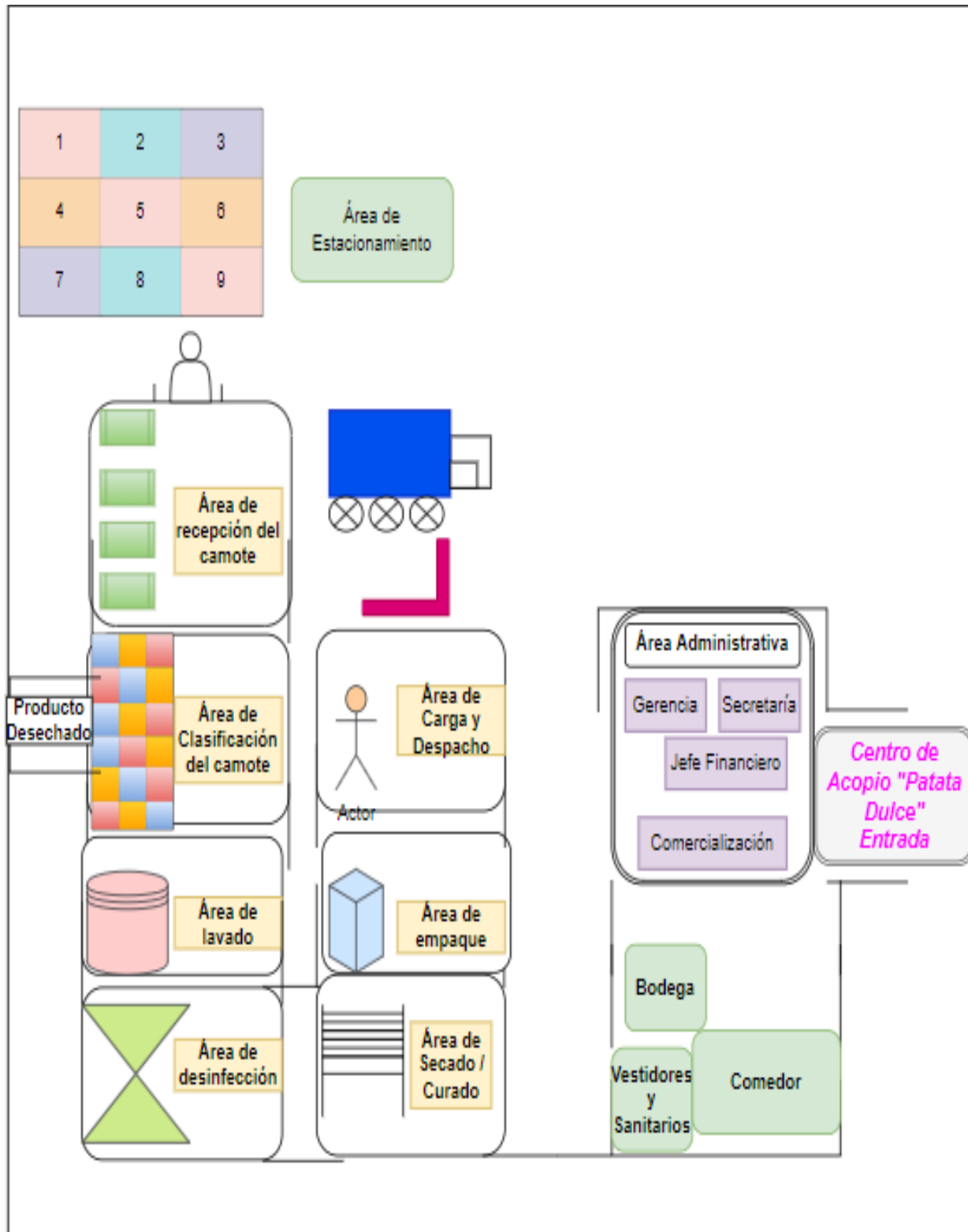
Gerente
Secretaria
Jefe Financiero
Jefe de Comercialización

Tabla 42 Área Operativa Centro de Acopio Patata Dulce

Área de Recolección del camote	Es utilizada para recibir la materia prima por parte de los productores, es decir el camote en presentación de quintal con 100 libras.
Área de Clasificación del camote	En lo que conlleva la ejecución de esta área es indispensable la correcta clasificación del camote, debido a que el peso y talla están estrictamente controlados al momento de internacionalizar el producto. Es importante mencionar que los desechos serán oferta para alimentación animal.
Área de lavado	Como sus palabras lo indican este conlleva a la limpieza del producto, con la finalidad de retirar la tierra que se adhiere en el proceso de siembra, con la utilización de la maquinaria especializada.
Área de desinfección	El proceso natural para la creación del tubérculo se forma bajo tierra, esto conlleva a la penetración de hongos, bacterias propias del suelo, sin embargo el control sanitario para el consumo humano obliga a ser desinfectado para evitar enfermedades y transmisiones, por ello en esta área se cumple con requerimientos fitosanitarios.
Área de secado y curado	Para su comercialización el producto debe estar completamente seco, para evitar putrefacción rápida en el camote, de igual forma el curado para omitir totalmente plagas, bactericidas etc.
Área de empaque	Casi al finalizar el proceso, se procede al etiquetaje del producto, bajo las normas actuales se identifica datos específicos del proceso, empresa, marca, contenido nutricional entre otros.
Área de carga y despacho	Una vez que el producto se encuentre listo, el último paso en el Centro de Acopio es llevarlo al lugar que procederá para el inicio de su internacionalización.
Bodega	Es un espacio en el cual se guarda materiales, instrumentos de limpieza, desinfección, etc. relacionados al proceso que realiza el Centro de Acopio.
Vestidores y Sanitarios	Obligatorios para el personal que labora
Comedor	Espacio alejado y óptimo para que el personal pueda alimentarse en las horas no laborables, con el objetivo de mantener la sanidad desde el personal para el consumidor.

3.6.2.1 Distribución Física de la Planta

Figura 25 Distribución Física del Centro de Acopio Patata Dulce



3.6.2.2 Maquinaria requerida

Tabla 43 Maquinaria Requerida

Nombre de la Máquina	Imagen	Descripción	Precio en dólares
Báscula de 600 Kg con plataforma digital		Balanza de alta resistencia, fabricada en acero, para usos industriales Peso límite: 600 Kg. Precisión: 100 g. capa plegable, imagen plana para que almacenaje sea más ligero. Color gris oscuro. Modelo metálica. Visor LCD de 6 dígitos	220 \$
Calibradora de patatas		Amplias capacidades que redondean las 10 a 100 toneladas por 60 minutos.	1.200\$
Sistema modular de cinta transportadora de plástico		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con 110 voltios de voltaje • Velocidad de funcionamiento: 0-25 m / min ajustable, Dimensiones:150X20X75cm • Banda de pvc con protección antiestática • Doble baranda • Peso bruto: 20 kg (44 libras) 	650\$
Estanterías Metálicas		Fabricada en Tol de 0,9mm y 1,4 De Espesor, pintadas con pintura electrostática al Horno, bandejas 5 y 4, cauchos, 4 antideslizantes para una mayor fijación diseño escuadras y arandelas en la parte superior e inferior capacidad 100 libras por bandeja.	65\$
Bacha Pileton Industrial Profundo 100x50cm		Su calidad es de acero inoxidable	325\$

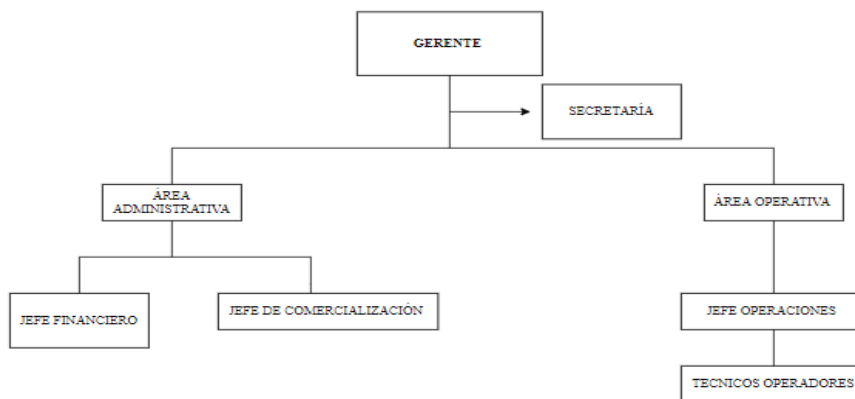
Fuente: Mercado Libre – Agri Expo

3.6.2.3 Mano de Obra

En el Centro de Acopio Patata Dulce, se requiere de ocho personas, que trabajarán en un horario de ocho horas, jornada matutina desde las 7 am – 12pm y jornada vespertina de 1pm – 4pm, de lunes a viernes. Cada funcionario tiene claro sus responsabilidades, y los jefes de cada área se encargarán de controlar que el proceso sea óptimo.

3.6.3 Estructura Organizacional y Legal

Figura 26 Estructura Organizacional y Legal



3.7 Estrategias de Internacionalización

A la hora de elegir un mercado se requiere un análisis exhaustivo en la forma como llegar, tomando en cuenta el comportamiento de los consumidores, las ventajas o desventajas que puede tener el producto, costos, barreras, riesgos, entre otros, todo esto con la intencionalidad de elegir la estrategia más adecuada para la penetración.

Para ello una vez que se elige el mercado, se procede a elegir el momento de hacerlo, esto quiere decir las temporalidades que tiene cada segmento, y por último la escala que se proveerá a este mercado, es muy importante tomar en cuenta estos factores porque determinarán los beneficios económicos a largo plazo.

3.7.1 Estrategias de Internacionalización del camote

El Centro de Acopio Patata Dulce, aplicará la estrategia de exportación, en la cual menciona ventajas y desventajas, en donde los costos juegan papeles muy importantes a la hora de hacerlo. Uno de los beneficios que se obtiene en esta estrategia es evitar costos de los establecimientos en el país anfitrión, además de lograr economías de localización en base a la curva de experiencia.

Sin embargo, las desventajas también se ven presentes como es las barreras arancelarias, costos de traslado, delegar agentes locales, de donde se infiere que el profundo estudio realizado al mercado evitara que las desventajas afecten directamente al Centro de Acopio, si no por el contrario puedan ser contraladas y corregidas en el menor tiempo posible.

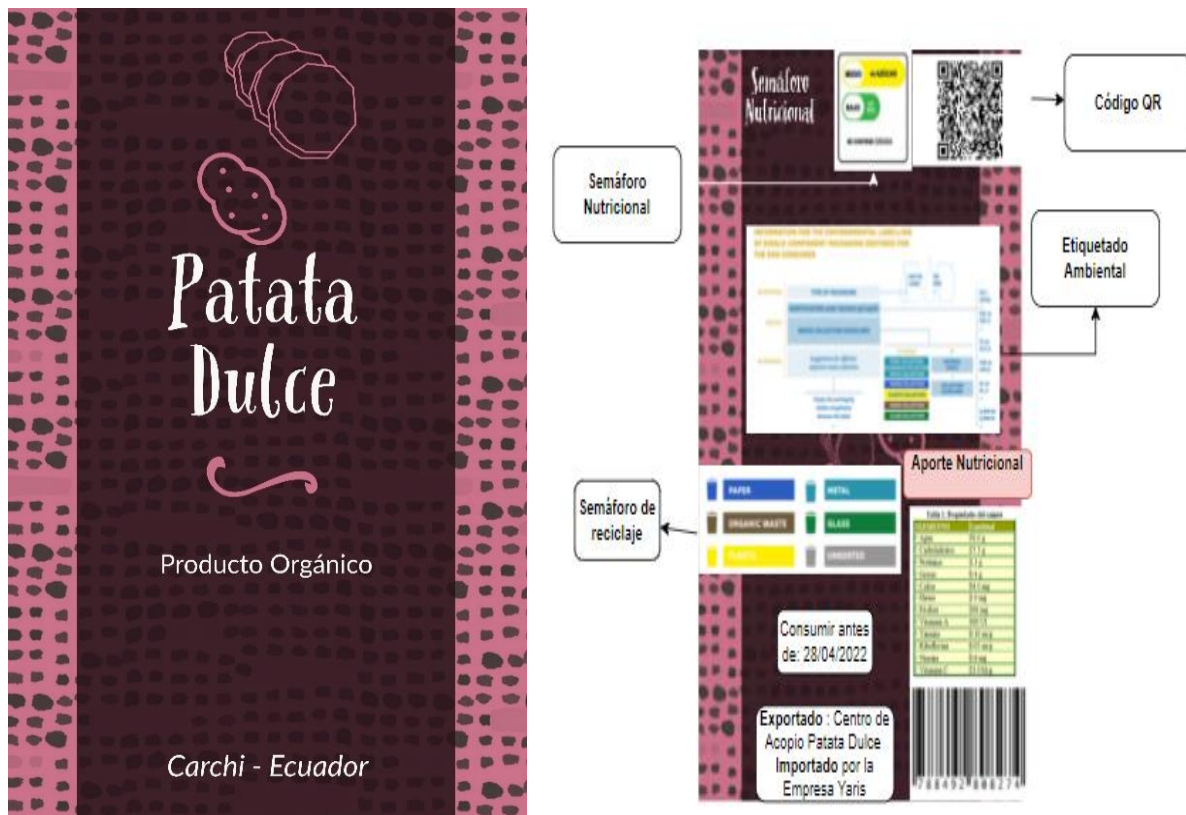
Todavía cabe señalar la escala de entrada y los compromisos estratégicos, en lo cual la pequeña escala se aplicará disminuyendo el riesgo que se expone al enviar el producto. Hill, C. W. (2011).

3.7.2 Empaque y diseño

En septiembre del 2020, Italia modificó la regulación medioambiental, reflejando un impacto potencial en el marcado y etiquetado de los productos. Se menciona que en la producción o elaboración de cualquier producto el cuidado al medio ambiente como el reciclaje, no afectaciones a la naturaleza son productos preferidos para los países europeos.

En base al nuevo Decreto Legislativo italiano (n° 116, de 3 de septiembre de 2020), todos los productos deben tener el “etiquetado medioambiental” en sus envases. Valpacos (2021).

Figura 27 Empaque y Diseño



La información obligatoria deberá:

- Imprimirse con una altura mínima de la “x” de 1,2 milímetros.

En el caso que la superficie máxima del envase es inferior a 80 cm², de otorgar el permiso para aplicar una altura de la “x” mínima de 0,9 mm.


Por el contrario, la superficie del envase es menor a 10 cm², debe tomar en cuenta lo siguiente:

- denominación del producto alimenticio
- cantidad neta del alimento
- la fecha de «consumo preferente» o de caducidad. Unión Europea (2021)

3.8 Producto

3.8.1 Ficha Técnica del producto

Tabla 44 Ficha Técnica del Producto

Nombre del producto:	Camote (Ipomoea Batatas)	
Partida arancelaria:	14.20.90	
Familia:	Convolvulaceae Tubérculo con características ancestrales propias de América Latina.	
Descripción física del producto	Sus raíces pueden ser preparadas de forma cocción, fritas, ensaladas etc. Como también puede ser procesadas de diferentes formas.	
Características del producto	Apariencia	Desigual
	Color	Morado
	Sabor	Dulce
	PH	4.5 - 7.5
	Textura	Duro
Presentación		
Empaque	Cartón	
Instrucciones	Una vez abierto consumir en el menor tiempo posible	
Vida útil esperada	De 2 a 4 meses	
Temperatura de almacenamiento	Refrigerado bajo los 15°C	
Consideraciones recomendaciones	Conservar en un lugar fresco	

Fuente: Midagri (2016)

3.8.2 Proceso de Post Cosecha

Tabla 45 Proceso de Post Cosecha

NOMBRE	PROCESO
LAVADO DE CAMOTE	Cepillado de camote con agua potable clorada, con un máximo cuidado evitando el desprendimiento de la piel
	Con un sistema automatizado de agua y con la ayuda de una esponja se frota para quitar los residuos que queden en el camote.
	Este proceso permite que el agua afloje la tierra y haga más sencillo el proceso de limpieza
DESINFECCIÓN	Se procede a colocar los camotes en bandejas que permitan el paso de este por un desinfectante orgánico, que ayudara a mejorar la calidad de vida del producto, en un periodo de 20 a 30 segundos. Este proceso permite eliminar de la raíz la totalidad de la tierra.
SECADO	Se procede a colocar el camote en mallas que le permiten eliminar el agua de forma más rápida y evita el daño en la piel de este. El proceso de secado demora entre 6 y 24 horas, utilizando también diferentes herramientas de secado como ventiladores que permitan eliminar la humedad lo más rápido posible.
SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN	Se clasifica los camotes en relación al tamaño y peso, dependiendo el mercado al que este dirigido. Descartando el que haya tenido algún daño durante el proceso.
CURADO	Durante todo el proceso, especialmente en la cosecha debido a que se lo realiza de forma manual. Hay que tomar muy en cuenta que no exista ningún corte o daño directo a la piel. Debido a que esto acelera la putrefacción.

Fuente: Procomer Costa Rica (s.f)

3. 9 Logística

3.9.1 Logística empresarial

Figura 28 Logística Empresarial



3.9.2 Logística de exportación

La logística conlleva un conjunto de elementos que, con organización, llevan a cabo el éxito de una exportación.

3.9.2.1 Exportación

La exportación es el camino para que una economía crezca, abriendo nuevas alianzas comerciales entre mercados internacionales, que uno de estos tenga la capacidad de proveer al otro con un determinado producto o servicio. El Ecuador cuenta con materia prima que busca tener la calidad para ser reconocidos internacionalmente y oportunidades para su industrialización.

Por medio del Acuerdo Multipartes de la Unión Europea con Ecuador, los productos ecuatorianos gozan de grandes beneficios al ingresar al mercado europeo de tal forma que la liberación arancelaria completa o inmediata a la mayoría de productos ha permitido el incremento a los flujos comerciales entre socios. Así como la desgravación arancelaria del 99,7% en los productos agrícolas exportados tradicionalmente a Europa. Cruz, Guerrero & Rosales (2020). La tarifa arancelaria que aplica el camote bajo la partida 07.14.20.90 denominada “Las demás”, mantiene una liberación total de su arancel, mediante las preferencias arancelarias que se mencionan en el Acuerdo Multipartes de la Unión Europea con Ecuador.

Tabla 46 Porcentaje Arancelario

Partida Arancelaria	Descripción	% Arancelaria
07.14.20.90	Batatas, boniatos, camotes frescas, refrigeradas, congeladas o secas incl. troceadas o en pellets (exc, las frescas y enteras para el consumo humano) “Las Demás”	0%

3.9.2.2 Envase

Tiene una función esencial en la logística, que es de proteger al producto de daños directos, causado por múltiples razones como movimientos bruscos, temperatura, rozamientos etc. Para el caso del camote se aplicará:

Bandeja separadora de pulpa de cartón moldeada, este es el envase que se va a utilizar en la exportación de camote. Debido a que sus características permiten mantener en mejores condiciones el producto. El camote debido a que debe mantener su piel intacta, no debe tener ninguna rozadura en su piel, ya que esto produciría que el camote comience su proceso de putrefacción, razón por la cual no debe mantener el contacto con otros camotes a granel.

Este tipo de bandejas permiten absorber la humedad al máximo y se adaptan a la forma de la verdura, además reducen el número de bacterias. Tomando en cuenta también que alargan la vida útil del producto. Propel (2021)


Tabla 47 Envase

Bandeja de pulpa de cartón	
	<p>Precio por 100 unidades: \$10</p> <p>Medidas: Largo 48,5cm Ancho 38,5 cm</p>
<p>Fuente: Propel (2021)</p>	

3.9.2.3 Embalaje

Después del envase, el producto requiere obligatoriamente una segunda protección, llamada embalaje como su función es clara de evitar daños en el producto, y que el aspecto físico sea el mismo del cual salió del Centro de Acopio; para ello se utilizará cajas de verduras auto montables de cartón, ya que, al tener cartón corrugado dentro de ellas, permite la mejor circulación de oxígeno y evita la humedad. Además, cuentan con resistencia para el traslado y manipulación, de en este caso el camote.

Tabla 48 Embalaje

Caja de verduras auto montables	
	<p>Precio Unitario: \$1</p> <p>Medidas: Largo 49cm Ancho 39 cm Alto 15,5 cm</p>

Fuente: Tucarton.com (2021)

3.9.2.4 Estiba

La correcta estiba en el medio de transporte permite llevar el peso equilibrado, y las unidades de mercancía puedan transitar sin perjuicios a su aspecto físico, se utilizará pallets universales para la mejor manipulación de las mercancías.

Recalcando que el transporte será por vía marítima y la utilización del contenedor, en el cual el pallet permite un mejor trato al producto.

Tabla 49 Estiba

Pallets



Precio Unitario:

\$15

Medidas:

Largo 120cm

Ancho 100cm

Fuente: PalletsEcuador(2020)

3.9.2.5 Paletización

Debido a la cantidad y el peso de mercancías se lo realizará en 6 cajas de cartón al piso, y se procederá a apilar 14 cajas por cuestiones de peso.

Vista aérea

Figura 29 Paletización Vista Área

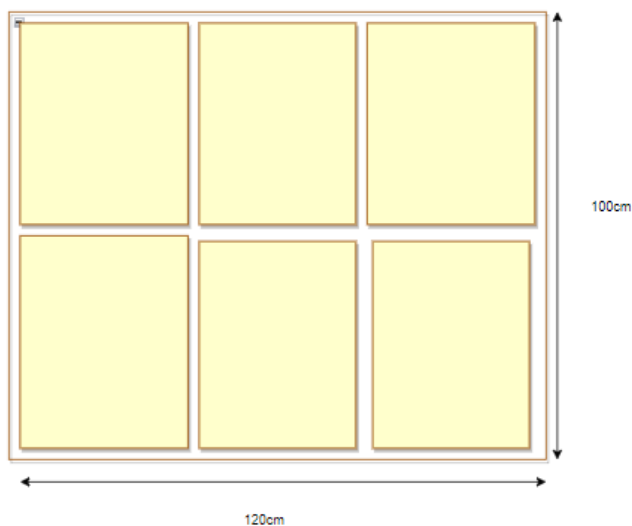
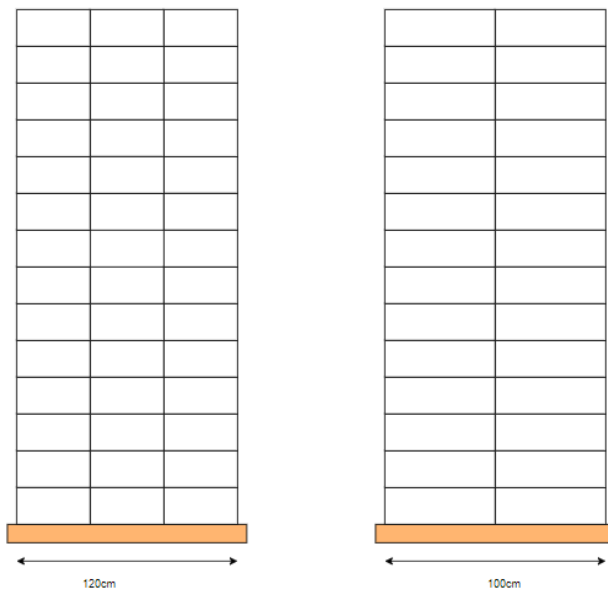


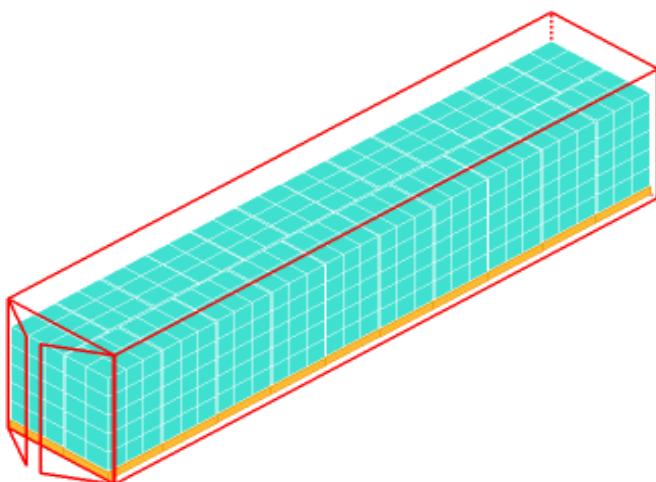
Figura 30 Paletización Vista Lateral



3.9.2.6 Contenerización


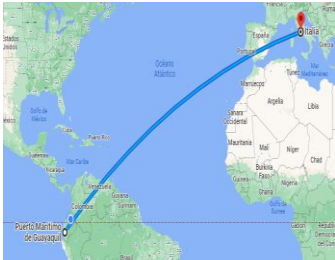
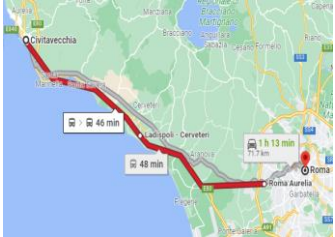
- Ochenta y cuatro cajas por pallet
- 24 palets en el contenedor
- 2016 caja en el contenedor
- 2,176 kg cada caja 11 kg

Figura 31 Contenerización



3.9.2.7 Transporte

Tabla 50 Transporte

Rutas		
Cantón Bolívar- Puerto de Guayaquil	 <p><i>Figura 32</i> Movilización Bolívar – Puerto de Guayaquil</p>	<p>Tiempo: 12 horas</p> <p>Distancia: 804 km²</p> <p>Costo Flete: \$500</p>
Puerto de Guayaquil – puerto de Civitavecchia	 <p><i>Figura 33</i> Movilización Puerto de Guayaquil – Puerto Civitavecchia</p>	<p>Tiempo: 15 días</p> <p>Distancia: 10294km²</p> <p>Costo Flete: 4.000</p>
Puerto de Civitavecchia a Roma (Italia)	 <p><i>Figura 34</i> Movilización Puerto Civitavecchia – Ciudad de Roma</p>	<p>Tiempo: 1 hora 30 min</p> <p>Distancia: 71,7 km²</p> <p>Costo Flete: \$300</p>

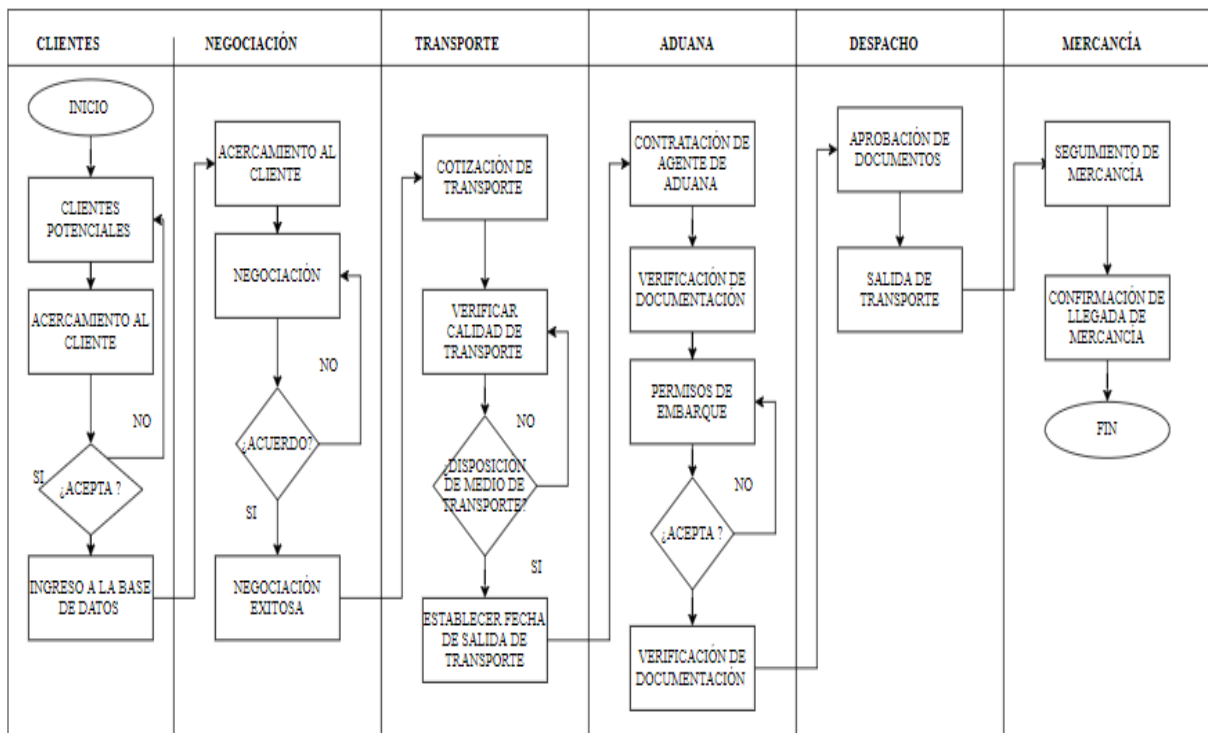
Las rutas indicadas cuentan con la factibilidad en que sus costos serán beneficiosos para la competitividad requerida en la investigación, tomando en cuenta que la primera ruta parte desde el Cantón Bolívar Provincia del Carchi, vía terrestre y termina hasta el Puerto de Guayaquil, el costo de flete será de 500\$, tomando en consideración el peso de la carga y el tipo de vehículo que requiere esta cantidad; en ese lugar será colocada a bordo en vía marítima en un contenedor de 40 pies, la ruta llegará hasta el Puerto de Civitavecchia, el mismo que tiene mayor cercanía para su destino final, su costo de envío es de 4.000,00\$.

A partir de la mitad del año 2021 se presenta un aumento en los fletes marítimos con porcentajes sumamente altos, la causa de este cuello de botella es debido a que la demanda de productos hacia las economías desarrolladas ha superado las expectativas, dejando a empresas menos influyentes con cargas sin transporte reflejando pérdidas económicas graves, más aún en la reactivación luego de la pandemia COVID – 19. En pocas palabras la demanda superó la oferta para países potenciales utilizando todos los contenedores disponibles. Villahermosa L. (2021).

3.9.2.8 Proceso de exportación

3.9.2.8.1 Registro de exportación

Figura 35 Proceso de Exportación



FUENTE: Todo Comercio Exterior (2016) Registro del exportador (2020)

3.9.2.8.2 Documentos de Exportación

Tabla 51 Documentos de Exportación

Documentos de acompañamiento	Documentos de soporte
Certificado Fitosanitario de Exportación para productos de origen vegetal Documento de requisitos fitosanitarios.	Factura Comercial Documento que respalda la transacción del exportador con el importador. Permitiendo así el despacho de mercancías en aduana.
EUR. 1 (ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES UNIÓN EUROPEA-) Documento que es un certificado y permite la circulación de mercancía	Bill of Lading Documento utilizado en el transporte marítimo, el que permite movilizar y liberar la mercancía en aduana.
Declaración del valor en aduana. Es un documento requerido en la Unión Europea en el caso de que las mercancías excedan €10,000 o su equivalente en dólares.	Packing List Es un documento que contiene información detallada acerca de la carga, especialmente la forma de manipulación. . Declaración de Exportación. Documento que se presenta antes de la exportación
	Certificado de Origen Es un documento que respalda que el origen de las mercancías, en este caso camote es ecuatoriano.

Fuente: SENA (2021) – Acuerdo Comercial Unión Europea – Países Andinos

3.9.2.8.3 Incoterms

Son términos de negociación que determinan el traspaso de riesgo durante el traslado de la mercancía país A hacia país B, los acuerdos los realizan tanto comprador como vendedor, basadas en estrategias negociadoras.

Actualmente se encuentran vigentes los Incoterms 2020, a continuación, se presenta el resumen de costos del envío del camote en relación a los incoterms:

Tabla 52 Incoterms

	Cajas enviadas	2016,00
COTIZACION DE EXPORTACIÓN DE CAMOTE		
COSTO DE LA MERCANCIA	VALORES GLOBALES USD	COSTO UNITARIO
EXW (En fábrica)	15823,97	7,8492
Carga	300,00	0,1488
Transporte hacia el puerto	500,00	0,2480
Trámites de Exportación	75	0,0372
FCA PRECIO FRANCO TRANSPORTISTA	16698,97	8,2832
Carga a Bordo	500	0,2480
Flete Internacional (Guayaquil - Italia)	3.500	1,7361
Descargue del Buque	400	0,1984
CPT (TRANSPORTE PAGADO HASTA)	21098,97	10,4658
Seguro	2109,90	1,0466
CIP (Transporte y seguros pagados hasta)	23208,87	11,5123
Transporte del Puerto Civitavecchia hasta Roma)	300,00	0,1488
DAP (Entregado en un punto)	23508,87	11,6611
Descarga en destino	300,00	0,1488
DPU (Entrega en lugar descargado)	23808,87	11,8100
Despacho de exportación	1200,00	0,5952
DDP (Entregado con Derechos pagados)	25008,87	12,4052
INCOTERMS VÍAS NAVEGABLES		
FAS (Libre al costado del buque)	17078,97	8,47171131
Trámites Aduaneros y de Exportación	380	0,1885
FOB (Libre a Bordo)	21478,97	10,6543
Mercancía a bordo	50,00	0,0248
Despacho de exportación	1200,00	0,5952
Gastos de Origen	140	0,0694
CFR (Costo y Flete)	22728,97	11,2743
Flete Internacional (Guayaquil - Italia)	3500,00	1,7361
CIF (Costo, Seguro Y Flete)	26578,97	13,18
Seguro	350	0,17
Precio de venta al importador (30% Incremento)		17,14
Valor cerrado		17,00

El Incoterm que denominado conveniente para la exportación será el FOB (Libre a Bordo), aplicado solo para vías navegables; tomando en cuenta que el valor es de 21.478, 97\$ mostrando competitividad en su precio final.

3.10 Estudio económico y financiero

Es un estudio cuantitativo, en el cual se determinan costos relevantes en el proceso de exportación, tomando en cuenta todos los factores como operaciones, producción, administrativos, ventas entre otros.

3.10.1 Inversión inicial

Al momento de iniciar un proyecto es de suma importancia tener en cuenta la inversión inicial, debido a que abarca activos tangibles o intangibles. Además, que se consolida como la base del proyecto. (Baca, 2013, p.175). Para iniciar las actividades en el Centro de Acopio Patata Dulce, con la intencionalidad para su internacionalización se requiere una inversión inicial de 134.429,36 \$, esta cantidad será distribuida para activos fijos, intangibles y capital de trabajo.

Tabla 53 Inversión Inicial

Descripción	Valor
Activos Fijos	60.420,00
Activos Intangibles	6800
CAPITAL DE TRABAJO (2 Meses)	67209,36
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	134.429,36

3.10.2 Activos fijos

Representan los medios indispensables para poner en marcha las actividades del Centro de Acopio Patata Dulce, se caracterizan por ser de naturaleza duradera, para este estudio se requiere un valor total de 60.420,00 \$, de los cuales se distribuye en infraestructura, terreno, maquinaria, equipos, muebles, vehículo, y las instalaciones.

Tabla 54 Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura	15.000,00
Terreno	15.000,00
Maquinaria y equipo	5.700,00
Equipos de computo	6.060,00
Equipos de oficina	790,00
Muebles de oficina	2.870,00
Vehículo	15.000,00
TOTAL	60.420,00

3.10.3 Activos diferidos

Es una clase de activos denominados como gastos que la empresa exige para el correcto funcionamiento, respetando leyes y estatutos para la legalidad de la misma, sin embargo, tiene un rasgo diferente a los demás en cuanto a su aplicación es que el Centro de Acopio no los utiliza inmediatamente, si no se ira n dando uso a medida que el tiempo transcurre; para adquirir estos bienes y servicios se invierte un valor de 6.800 \$, desglosados en estudio de viabilidad del proyecto, gastos notariales, permisos e impuestos, viajes al exterior y lo que en la actualidad la mayoría de empresas invierten en mayor cantidad la publicidad.

Tabla 55 Activos Diferidos

Descripción	Valor	Cantidad	TOTAL
Estudio de Viabilidad	800	1	800
Gastos Notariales, permisos e impuestos	1500	1	1500
Viajes al exterior	1500	1	1500
Publicidad previa al funcionamiento	3000	1	3000
TOTAL			6800

3.10.4 Capital de operaciones

Es un capital conocido por contar con la ventaja de poder ser recuperado a corto plazo, en relación a otros activos como son los fijos y diferidos que su depreciación se acelera de modo

que den uso. En el Centro de Acopio, se distribuye el capital de operaciones en: Costos de ventas, administrativos y ventas, dando un valor mensual de 33.604,68 \$.

Tabla 56 Gasto de Operaciones

DESCRIPCIÓN	Valor mensual	Valor 2 meses
Costos de ventas	28428,13	56856,27
Gastos administrativos	2829,96	5659,93
Gastos de ventas	2346,58	4693,17
TOTAL	33604,68	67209,36

3.10.5 Gastos de producción

Se refiere a los costos que requiere la empresa para producir, transformar, o realizar la actividad planificada, en este caso son los recursos que requiere el Centro de Acopio para que el camote este en óptimas condiciones para ser comercializado internacionalmente, entre estos costos se encuentra la materia prima (camote), mano de obra directa, insumos, y mantenimiento de los equipos, obteniendo valores mensuales y anuales.

Tabla 57 Gastos de Producción

	Mensual	Anual
Materia prima	12539,52	50158,08
Mano de obra directa	6028,90	24115,60
Insumos (gas, agua, electricidad)	150,00	1800,00
Mantenimiento de equipos	120	480,00
TOTAL	18838,42	76553,68
Costos de exportación	9589,71	115076,57
Costos de ventas	28428,13	341137,61

3.10.6 Gastos administrativos

Hacen referencia a los costos que van direccionados a la función administrativa, los más comunes suelen ser sueldos a gerentes, direcciones, contadores, auxiliares, secretarias incluyendo gastos generales en esta área. (Baca, 2013, p.156).

En el estudio se toma como gastos administrativos a los salarios, y gastos generales de esta especificación; con un valor mensual de 2.829,96.

Tabla 58 Gastos Administrativos

	Mensual	Anual
Salarios administrativos	1.579,96	18.959,55
Gastos generales	1.250,00	15.000,00
	2.829,96	33.959,55

3.10.7 Gastos de exportación

Recalcando que la intención del estudio es internacionalizar el producto, los gastos de exportación es la especialización del análisis y valores claves para llegar a la competencia con valores competitivos.

El Centro de Acopio requerirá un valor total mensual de 2.346,58\$. Estos gastos se desglosan en salarios de ventas como las ofertas que se realizarán en el mercado segmentado por otro lado los gastos generales que parten de gastos para trasladar la mercancía hacia el mercado italiano.

Tabla 59 Gastos de Exportación

	Mensual	Anual
Salarios de ventas	1513,25	18159
Gastos generales	833,3333333	10000
	2346,58	28159,00

3.11 Estado financiero

3.11.1 Estado de resultados proyectado

Este cálculo permite identificar si el Centro de Acopio obtuvo resultados positivos o negativos, uno de este cálculo es reconocer la utilidad o pérdida neta del ejercicio. (Baca, 2013, p.182).

En la tabla se observa que los valores son positivos, como un valor clave se presenta la utilidad neta que nos permite identificar que su incremento es considerablemente en porcentajes de aproximadamente 30%, reflejando que el estudio es factible.

Tabla 60 Estado de Resultados Proyectado

	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas	516096	521515	526991	532524	538116
(-) Costos de ventas	341138	344720	348339	351997	355693
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	174958	176795	178652	180528	182423
Gastos operacionales					
(-) Gastos de Administración	33960	34316	34676	35041	35408
(-) Gastos de ventas	28159	28455	28753	29055	29360
UTILIDAD OPERACIÓN	112840	114025	115222	116432	117654
(-) Gastos financieros	11547	9637	7414	4825	1812
(-) Depreciación y amortizaciones	7456	7456	7456	5436	5436
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS	93837	96931	100352	106170	110406
(-) Participación a trabajadores (15%)	14076	14540	15053	15926	16561
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	79761	82392	85299	90245	93845
(-) Impuesto a la renta (22%)	19940	20598	21325	22561	23461
(=) Utilidad neta	59821	61794	63974	67684	70384

Flujo de caja proyectado

Tabla 61 Flujo de Caja Proyectado

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión inicial	134429					
Utilidad neta		59821	61794	63974	67684	70384
Depreciaciones y amortizaciones		7456	7456	7456	5436	5436
Recuperación de capital de trabajo						67209,36
Valor de rescate						33239,39
Flujo de caja	-134429	67277	69250	71430	73120	176269

3.11.2 Indicadores financieros Valor actual neto y tasa interna de retorno

Estos indicadores financieros son la clave para determinar la utilidad del proyecto, como sus siglas en español lo indican VAN (Valor Actual Neto), representa la adición de las variables que fueron descontadas en el presente, menos la inversión inicial, dando como resultado las ganancias que se espera recibir frente a la salida de dinero imprescindible que se requiera para obtener esta ganancia. (Baca, 2013, p.183).

Por otro lado, el TIR (Tasa Interna de Retorno), se refiere a la cantidad de dinero anual reinvertirle por completo, en donde la tasa de rendimiento aplicada en la empresa se basa en dar giros de dinero, y extraer ganancias anuales. (Baca, 2013, p.184).

Tabla 62 Cálculo de la tasa de oportunidad

WACC	= K_e (% capital propio) + K_d (1 - T) (% deuda)	
K_e =	14,0%	Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas
K_d =	16,7%	Tasa de interés bancario
% Cap. Propio =	70%	
% deuda =	30%	
T =	25%	Tasa impositiva en el Ecuador
WACC	= 13,5% (1) + 11,4% (1 - 33,7%) (0%)	
WACC	14%	

3.11.2.1 VAN Y TIR

Tabla 63 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Tasa de oportunidad =		0,14	
Año	Flujo	Flujo descontado	Flujo Acumulado
2021	-134429	-134429	-134429
2022	67277	58501	-75928
2023	69250	52363	-23565
2024	71430	46967	23401
2025	73120	41806	65208
2026	176269	87637	152844
		152844	
	VAN	51885	
	TIR	30,44%	

En los resultados de los Indicadores Financieros VAN y TIR, se determina que el proyecto del Centro de Acopio y la internacionalización del camote es factible, mostrando que el TIR muestra valores del 30,44%, relativamente más alta que la tasa de interés.

Por otro lado, el VAN, es de \$ 51.885 dólares, de esta forma se obtiene que el costo beneficio es de \$1,14 lo que significa que al invertir un dólar se gana \$0,14 centavos de dólar, en un tiempo de recuperación de cinco años.

3.11.3 Punto de equilibrio

El Punto de equilibrio permite identificar la cantidad de unidades de camote adecuada que el Centro de Acopio debe exportar, permitiendo tener un equilibrio en las ventas y costos, evitando pérdidas y un valor legal en las ganancias. (Baca, 2013, p.179).

3.11.3.1 Costos fijos y variables

Tabla 64 Punto de Equilibrio – Costos Fijos y Variables

Detalle de costos y gastos anuales	Total	Fijo	Variable
Costos operativos	56.288		56.288
Gastos administrativos	33.960	33.960	
Gastos de ventas	28.159	28.159	
Gastos financieros	11.547	11.547	
Depreciación y amortización	7.456	7.456	

Tabla 65 Cálculo del Punto de Equilibrio

Ingresos el primer año	516.096	
Costos fijos	81.122	27,92
Costos variables	56.288	
Precio unitario	17,00	

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable (U)}} = \frac{81.112}{10,02} = 8.044,16$$

Costo Variable: 6,98

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ingresos}}} = \frac{81.122}{1 - \frac{56.288}{516.096}} = 136.889,21(\text{anual})$$

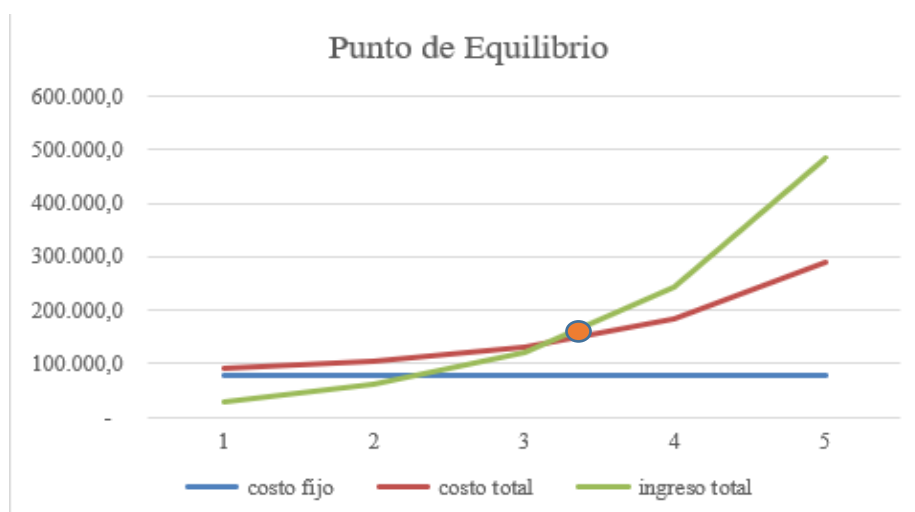
El precio de venta de cada caja de camote es de 27 dólares, por lo cual para comenzar a tener beneficios 8.044,16 debo producir más de esas unidades.

3.11.3.2 Valores monetarios

Tabla 66 Punto de Equilibrio – Valores Monetarios

unidades vendidas	costo fijo	costo variable	costo total	ingreso total
1.899,2	81.121,7	13.256,4	94.378,1	30.386,4
3.798,3	81.121,7	26.512,8	107.634,5	60.772,8
7.596,6	81.121,7	53.025,7	134.147,4	121.545,6
15.193,2	81.121,7	106.051,4	187.173,1	243.091,2
30.386,4	81.121,7	212.102,8	293.224,5	486.182,4

Figura 36 Punto de Equilibrio



V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1 Estudio de mercado

4.1.1.1 Resumen Matriz POAM

Para la ejecución del estudio llamado Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para el Camote mediante la creación de un Centro de Acopio “Patata Dulce” abastecido por los pequeños productores de la Provincia del Carchi.

Se aplica la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), efectuando una investigación extensa en relación a distintos factores identifican gustos, preferencias, costumbres, ubicaciones, valores económicos que identifica si la exportación de camote hacia el país estratégico es factible.

Tabla 67 Resumen Matriz POAM

	REINO UNIDO		PANAMA		ITALIA	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIECONOMICOS	2,2	0,8	0,8	0,8	1,6	0,6
FACTORES DEMOGRAFICOS	2,66	0	1	0	2,33	0
FACTORES POLÍTICOS	0,3	2	0,7	1,3	1,33	0,33
FACTORES CULTURALES	1,5	0	2,5	0	2	0
FACTORES TECNOLOGICOS	3	0	1	0	2	0
FACTORES GEOGRAFICOS	1,5	0	2	0	2,5	0
SUMA	11,16	2,8	8	2,1	11,76	0,93
PROMEDIO	1,86	0,46	1,333	0,32	1,96	0,31
OPORTUNIDAD – AMENAZA	1,4		1,013		1,65	

Como se observa en la matriz del resumen POAM, se selecciona tres países que son Reino Unido Panamá e Italia, tomando en cuenta los factores socioeconómicos, demográficos, políticos, culturales, tecnológicos, geográficos, en donde el más selecto es Italia, debido a que las oportunidades son mayores frente a Reino Unido y Panamá, mientras que las amenazas son menores.

El país italiano presenta un porcentaje de 1,65 representando ser el más conveniente para el envío del producto frente que Reino Unido y Panamá.

4.1.1.2 Resumen POAM Selección del segmento

Tabla 68 Resumen Matriz POAM – Selección del Segmento

	ROMA		MILAN		NAPÓLES	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	2	1	1,33	0,67	0,67	0,33
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	3	0	1,5	0	1,5	0
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICOS	1,5	0,5	1	1	0,5	1,5
SUMA	6,5	1,5	3,83	1,67	2,67	1,83
PROMEDIO	2,16	0,5	1,27	0,55	0,89	0,61
OPORTUNIDAD - AMENAZA	1,66		0,72		0,28	

	ROMA		MILAN		NAPÓLES	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	2	1	1,33	0,67	0,67	0,33
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	3	0	1,5	0	1,5	0
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICOS	1,5	0,5	1	1	0,5	1,5
SUMA	6,5	1,5	3,83	1,67	2,67	1,83
PROMEDIO	2,16666667	0,5	1,27666667	0,55666667	0,89	0,61
OPORTUNIDAD - AMENAZA	1,66666667		0,72		0,28	

Luego del análisis POAM, realizado a las ciudades más representativas de Italia: Roma, Milán, Nápoles, se llega a la conclusión que la capital italiana es la más factible para el envío del camote, tomando en cuenta aspectos de segmentación que facilitan el reconocimiento del nicho de mercado, Roma cuenta con un porcentaje de 1,66, el mayor en relación con las ciudades analizadas.

4.2 Análisis de Entrevistas

Solicitar información de aspectos que no pueden ser identificados en la investigación, inclina a realizar entrevistas a personas que se encuentran estrechamente relacionados al área de comercialización y con su experiencia brindan nuevos panoramas para la investigación.

4.2.1 Entrevistas a Expertos

Las siguientes personas entrevistadas cuentan con la capacidad de responder las preguntas planteadas, ya que con su experiencia y trabajo diario se les llama expertos en el tema; por medio de estas respuestas fundamentan la hipótesis del estudio, además de solventar dudas que son difíciles de encontrar en el tema teórico.

Entrevista N° 1 – GAD Provincial del Carchi, Fernando Lomas

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (*Ipomoea Batatas*) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Pregunta 1: ¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

Sí, educando a la gente al consumo de este producto

Pregunta 2: ¿Considera que el camote (*Ipomoea Batatas*), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

Si, por su contenido nutricional

Pregunta 3: ¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

Es fundamental, impulsando programas y proyectos de emprendimiento.

Pregunta 4: ¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

Se podría ayudar a las asociaciones que produzcan este tubérculo.

Pregunta 5: ¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

Si, ya que hay mayor oferta desde el mercado ecuatoriano, sus productos son apetecidos, en esos países.

Pregunta 6: ¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

Si, dentro de la Dirección de Desarrollo Económico Local.

Entrevista N° 2 – ARCSA (AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA), Alejandro Martínez

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Pregunta 1: ¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

Sí, puede incrementar, siempre y cuando haya ayuda o impulso por instituciones públicas como el MAG, etc.

Pregunta 2: ¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

Si, considero porque que es tubérculo propio de la región Andina, y proporciona mayor contenido nutricional.

Pregunta 3: ¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

Es muy importante el trabajo conjunto para poder impulsar a esta producción del Agro y tener mayor acogida en mercados internacionales.

Pregunta 4: ¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

Si, siempre y cuando hay procesos agroindustriales, transformaciones, ARCSA, siempre estará presente.

Pregunta 5: ¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

Si fortalece, pero los productos para ser exportados deben cumplir con las exigencias de mercados internacionales.

Pregunta 6: ¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

Cuenta con algunos proyectos como:

- Notificación Sanitaria Obligatoria
- Capacitaciones
- Seguimiento al proceso

Entrevista N° 3 – CAMÁRA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL CARCHI, Jorge Clavijo

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (*Ipomoea Batatas*) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Pregunta 1: ¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

La producción en la Provincia del Carchi se puede incrementar y puede ser mejorada de acuerdo a las semillas calificadas que se puede traer de diferentes partes del mundo, y de esta forma porque tenemos en la provincia una diversidad de climas, como seco, húmedo, cálido, lluvioso, y el camote se da más que todo en las diferentes épocas. Tenemos la variedad de camote como el dulce que es el principalmente de Sierra, y el insípido o salado se podría decir se da en la Costa, y las otras diversidades de camote.

Pregunta 2: ¿Considera que el camote (*Ipomoea Batatas*), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

Lógicamente, hay mercados internacionales que son apetecibles para el camote de buena calidad como es el europeo, asiático, ruso, centro américa, Costa Rica, Nicaragua, pero siempre y cuando tiene que ser calificado y contar con la certificación, buenas prácticas de sanitarias, caso contrario es imposible exportar. Puede ser para consumo nacional, mas o no internacional; mucho más que el mercado europeo es muy exigente en la calificación para comprar.

Pregunta 3: ¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

Las producciones viene directamente de la academia, en donde tiene conocimiento mayor, provenientes desde los productores, gremios, como son pequeñas y medianas empresas, sector público como PROECUADOR, MAG, AGROCALIDAD, entidades que apoyan en conocimientos, técnicos para que la producción de cualquier bien tenga mejor aceptación en el exterior, y así el mercado local o zonal tendría acogida para cualquier eventualidad, en el caso que no hubiese estas ayudas técnicas como capacitaciones, faltaría recursos básicos para la exportación.

Pregunta 4: ¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

Exactamente debe plantearse un buen Centro de Acopio, la ubicación donde se produzca mayor producción de camote, otro sitio no puede ser donde no se cultive; además contar con las instalaciones principales, como enfriamiento para que no se dañe el producto. Nosotros como institución estamos dedicados a dar capacitaciones a los productores para que puedan mejorar el producto. Se cuenta con técnicos que son de la Universidad o egresados que ayudan a capacitar.

Pregunta 5: ¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

Si, todo acuerdo comercial es beneficioso para todo país, porque los productos que tenemos, industrializamos pueden tener salida, en tanto la Unión Europea es un mercado potencial y nuestros productos son apetecidos.

Pregunta 6: ¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

Lo que se está trabajando es actualizar conocimientos, formar alianzas con la academia y brindar ayuda a los productores, no basta con teoría si no con aplicaciones técnicas.

Entrevista N° 4 – PROECUADOR, Oscar Alejandro Ruano Arellano

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Pregunta 1: ¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

Efectivamente, el camote es un producto que tiene un tema bastante ancestral dentro de la Provincia, al igual que el melloco son alimentos andinos que tienen una trascendencia bastante interesante, y dentro de lo que son los mercados internacionales, usted va a encontrar algunos productos que generalmente pueden llevarse y ser adquiridos, marcas importantes, como la papa china de la malanga, verde, yuca y otros productos interesantes. El camote es un producto nuevo el cual se debe análisis que estatus sanitario, o penetración de mercados contando como una propuesta demasiado interesante.

Pregunta 2: ¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

Si es posible, y se debe trabajar con estudios de mercado, la partida arancelaria es muy importante, hacer análisis de quien está comprando el producto, que apertura de mercado internacional tiene, de cómo se va a exportar puede ser fresco, deshidratado o chif. Desarrollar un estudio fitosanitario de exportación, hacer un alcance y determinar a qué mercado puede

llegar, dentro de esto la Unión Europea es muy importante, consumen productos con esta trazabilidad, por el tema ancestral y sobre todo el contenido nutricional.

En la base de datos de la institución el camote si tiene registro fitosanitario, es posible exportarlo, como también se cuenta con la ventaja de tener apertura internacional, la sugerencia es llegar a industrializarlo, porque las formas de llegar al mercado o penetrar son mayores. Además, hay que tomar en cuenta que el marketing es agresivo de como se lo aplique.

Es recomendable analizar el tema de un mercado nostálgico, generalmente se encuentra en EEUU, España e Italia y gran parte de la Unión Europea, en donde no solo se encuentra ecuatoriano sino colombianos, peruanos, bolivianos. Es importante mencionar que las herramientas tecnológicas han permitido llegar a una segmentación mucho más profunda, si deseo aplicar publicidad a un sector lo realizo ahí tomando en cuentas las carencias que tiene.

Pregunta 3: ¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

Productores que van a desarrollar procesos de cultivo deben trabajar conjuntamente con Agrocalidad, MAG, BanEcuador, CFN, analizar temas iniciales como semillas, tecnificación. Recordar que el usuario es el que debe tener el mayor interés, las vertientes de ayuda guiarán el proceso, en base de datos estadísticos.

Pregunta 4: ¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

En base a ruta Proecuador, el análisis de los usuarios, generalmente brinda información, certificaciones, volúmenes, cantidad de producción en periodos, y la institución hace una investigación profunda de la MiPymes, pequeña, mediana empresa, para ver se encuentra preparada para llegar al mercado internacional. Los Centros de Acopio son interesantes, se puede crear nexos inmediatos con compradores internacionales, dependiendo mucho el interés del producto y que cuente con todas las características para llegar al mercado internacional.

Pregunta 5: ¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

Los productos que se están exportando a la Unión Europea, tiene beneficios arancelarios muy notorios, se encuentra bien negociado, es un acuerdo Multipartes en donde entran cierta cantidad de partidas que benefician directamente al tema productivo de un país vs, el ingreso el país negociante. La Provincia del Carchi está sacando provecho de este acuerdo.

Pregunta 6: ¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

La institución incentiva la producción, se encarga de promocionar comercial internacional en base a la ruta Proecuador, en búsqueda de que el producto califique tanto para mercado nacional y luego internacional.

4.2. DISCUSIÓN

Por medio del proceso de investigación se logró obtener resultados actualizados e información apreciable para resolver la hipótesis, como también ser la base para nuevas investigaciones.

La provincia del Carchi cuenta con el suelo adecuado para la producción del camote (Ipomoea Batatas), sin embargo la escasa demanda inclina a los productores a sembrar otros productos,

que con el pasar el tiempo esta semilla puede desaparecer, ignorando que su demanda en mercados internacionales cada vez aumenta, lo que se presenta una oportunidad, cabe mencionar que el proceso de exportación y el cumplimiento de las exigencias exteriores son arduas más no imposibles, por ello se propone la creación de un Centro de Acopio, denominado “ Patata Dulce”, que se encontrará ubicado en el cantón Bolívar, parroquia San Vicente de Pusir, debido a que es la localización de producción en la provincia del Carchi, esta cuenta con el clima, altitud acorde para el cultivo del tubérculo, con la intencionalidad de internacionalizar el producto, bajo normas de calidad que son requeridas en el mercado segmentado.

Con la utilización de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM), se seleccionó a tres países categorizados como principales importadores del camote a nivel mundial, mediante herramientas de comercio como es Trade Map, y además cuenten con acuerdos o alianzas comerciales que permitan la apertura comercial del Ecuador. Se elige a Reino Unido, Panamá e Italia, y con el análisis POAM, se determinó que Italia es el país más óptimo para el envío, debido a que su consumo sigue creciendo y la población lo consume en su dieta diaria y otros factores como Socioeconómicos, demográficos, políticos, culturales, tecnológicos y geográficos. A su vez se indaga las tres ciudades apreciables de Italia para segmentar el mercado, tomando en cuenta a la capital italiana Roma, Milán, y Nápoles, que de la misma forma la segmentación POAM, permitió identificar a Roma como la ciudad predilecta para cubrir las necesidades en relación a camote, su segmento se realizó por factores: demográficos, geográficos y psicográficos.

Una vez concluido el estudio de mercado y seleccionado el país y ciudad de envío, se procede a dar paso al estudio técnico en el cual se detallan medios relacionados al Centro de Acopio. Como antes ya se mencionó la localización será en San Vicente de Pusir, la planta tendrá áreas para cada proceso que pase el camote, iniciando por el área de recolección en la cual los

productores de la zona ofertan el producto, a continuación la clasificación del producto, categoriza el producto que se encuentre en óptimas condiciones para su exportación, sigue el área de lavado en el cual se retira la tierra del producto y continua al área de desinfección, con la utilización de fertilizantes orgánicos que no traen afectaciones a la salud, el área de secado y curado permite al producto cumplir con las normas sanitarias, a su vez se encuentra listo para el empaque, finalmente la carga y despacho el producto para ser llevado al inicio de traslado internacional.

La estrategia que aplicará será de exportación, considerada la más factible para el proceso, en el cual se evitara costos de los establecimientos en el país anfitrión, además de lograr economías de localización en base a la curva de experiencia, hay que tomar en cuenta que las desventajas también se ven presentes como es las barreras arancelarias, costos de traslado, delegar agentes locales, para ello se adoptará las mejores decisiones para sobrellevarlas.

Como último apartado el estudio financiero parte de la inversión inicial para el Centro de Acopio, tomando en cuenta activos fijos, diferidos, el capital de operaciones en el cual se solicita un préstamo el mismo que cuenta con la capacidad de pre cancelarlo antes del tiempo solicitado; los gastos operativos, administrativos, de exportación son propuestas basadas en estudios reales. Como punto clave los indicadores financieros, mostraron la factibilidad del estudio, que, en cada 1 dólar invertido, se recupera 0,11 centavos. El punto de equilibrio muestra la cantidad necesaria para cubrir la demanda del país objetivo, sin sobre abastecer ni bajar la oferta, enviar las cantidades acordes para evitar pérdidas.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se comprobó que la demanda de camote en países exteriores es representativa, y por medio de la herramienta Trade Map, se determinó que Reino Unido, Panamá e Italia

son principales importadores del tubérculo a nivel mundial, en la cual se refleja la oportunidad y capacidad de ofertar a esos mercados objetivos.

- Con la utilización de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) bajo una puntuación en la matriz de 1,65 se determinó que Italia es el país más óptimo para comercializar el camote. Indicando que los factores reflejaron mayores oportunidades y menores amenazas para el producto.
- De igual forma con la Matriz POAM, se identificó a la capital italiana como la ciudad favorable para aplicar el proyecto, con una puntuación de 1,66 tomando en cuenta las oportunidades y amenazas que tiene Roma, una característica importante es que se encuentra población nostálgica y es un punto clave para la penetración en este mercado.
- En lo que respecta al proceso de exportación del camote (*Ipomoea batatas*) hacia Ciudad de Roma - Italia se lo realiza mediante vía marítima bajo términos de negociación con el incoterm FOB Free on Board. Luego del proceso en el Centro de Acopio Patata Dulce, en donde se recibe, clasifica, lava, desinfecta, cura, seca envase, empaque y embalaje al camote se lo trasladara desde las instalaciones hacia el Puerto de Guayaquil. con sus respectivos documentos y verificación de que la mercancía, una vez que este a bordo del transporte marítimo el riesgo va transferido al comprador.
- La estrategia de comercialización será la más factible, como en toda estrategia se presentan riesgos se debe sacar provecho de las oportunidades, que son representativas, porque el producto llega a un mercado en donde hay apertura comercial, goza de acuerdos, y sobre todo es apetecido por el consumidor.
- Como conclusión del estudio financiero se determinó la viabilidad del proyecto, ya que en los indicadores económicos se destaca el Valor Actual Neto con 344.082 dólares y una Tasa interna de Retorno (TIR) de 88,7%, con un periodo de inversión de cinco años, lo que da una esperanza de que el proyecto es factible.

5.2. RECOMENDACIONES

- Tomando en cuenta las recomendaciones brindadas en las entrevistas por los expertos, la industrialización del camote puede tener mayor accesibilidad a nuevos mercados, siempre que la calidad de industrialización cumpla los estándares, se puede abrir nuevos lazos comerciales y fidelizar la marca de un Centro de Acopio Carchense.
- Una vez consolidado el Centro de Acopio Patata Dulce, se recomienda a formar alianzas comerciales que fortalezcan el objetivo del estudio, puede ser en relación a obtener certificaciones ambientales que llamen la atención en mercados extranjeros, mejorar los procesos del camote entre otros.
- Mantener los permisos de funcionamiento, sanidad, y procesos al margen de satisfacción del cliente, para evitar barreras o pérdida de prestigio al Centro de Acopio.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Malamud, A. (2020). La globalización en peligro. Obtenido de:

https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/43156/1/ICS_AMalamud_Globalizacion.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL). (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Obtenido de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497_es.pdf

SENAE (2021) Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Obtenido de:

<https://www.aduana.gob.ec>

Pag 2 Go Logistics (2020). Requisitos para exportar a Italia desde México. Obtenido de :

<https://www.pak2go.com/requisitos-exportar-italia-mexico/>

Cancillería del Ecuador (2020). Relaciones Bilaterales Ecuador-Italia. Obtenido de:

<https://www.cancilleria.gob.ec/italia/2021/03/06/relaciones-bilaterales/>

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (PROCOMER). (2009). Información de País. Obtenido de:

<http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Panama.pdf>

Gobierno de la República de Panamá (2020). Obtenido de:

<https://www.mici.gob.pa/tratados-comerciales-vigentes/tlc-panama-singapur>

Agraria (2019). Europa se interesa cada vez más en el camote. Obtenido de:

<https://www.agraria.pe/noticias/europa-se-interesa-cada-vez-mas-en-el-camote-19343>

Casares P. & Tezanos S. (s.f). Principios de la Economía. Universidad de Cantabria.

Obtenido de: <https://ocw.unican.es/pluginfile.php/977/course/section/1110/Principios-economia5.pdf>

Sánchez J. (2016). PIB per cápita. Obtenido de:

<https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>

Sevilla A. (2015). Inflación. Obtenido de:

<https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>

Editorial Grudemi (2019). Tasa de desempleo. Recuperado de Enciclopedia Económica

(<https://enciclopediaeconomica.com/tasa-de-desempleo/>).

CEPAL (2009). Estructura Por Edad. Obtenido de:

https://celade.cepal.org/redatam/pryesp/cairo/WebHelp/Metalatina/cairohelp.htm#estructura_por_edad.htm

INEI (2017). Participación de la Población en la Actividad Económica. Obtenido de:
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1676/06.pdf

Santander Trade (2021). Reino Unido: Presentación General. Obtenido de:
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/presentacion-general>

Centro Virtual Cervantes (2021). Características Lingüísticas. Obtenido de:
https://cvc.cervantes.es/lengua/voces_hispanicas/panama/portobelo.htm

EXTENDA (2019). Ficha país ITALIA. Obtenido de: <https://www.extenda.es/wp-content/uploads/2018/01/ficha-pais-Italia-DEFINITIVA.pdf>

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2021). Religión. Obtenido de:
<https://dle.rae.es/religi%C3%B3n>

Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes (2021). República de Panamá. Obtenido de:
http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/panama_ficha%20pais.pdf

Peiró R. (2019). Innovación. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

WIPO - World Intellectual Property Organization (2020). El Índice de Innovación Global (GII). Obtenido de:
<file:///C:/Users/MIREYA/Downloads/Innovacion%20Reino%20Unido.en.es.pdf>

WIPO - World Intellectual Property Organization (2020). El Índice de Innovación Global (GII). Obtenido de: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/pa.pdf

WIPO - World Intellectual Property Organization (2020). El Índice de Innovación Global (GII). Obtenido de: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/it.pdf

Ramos G. (2014). Definición De Localización. Obtenido de:

<https://definicion.mx/localizacion/>

Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes (2021). República de Reino Unido. Obtenido de:

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/reinounido_ficha%20pais.pdf

Mise J. (2022). Transporte Internacional. Obtenido de: [https://www.acavir.com/comercio-exterior/transporte-](https://www.acavir.com/comercio-exterior/transporte-internacional/#:~:text=T%C3%A9rmino%20que%20hace%20referencia%20a,Nivel%20f%C3%ADsico%20o%20infraestructural)

[internacional/#:~:text=T%C3%A9rmino%20que%20hace%20referencia%20a,Nivel%20f%C3%ADsico%20o%20infraestructural](https://www.acavir.com/comercio-exterior/transporte-internacional/#:~:text=T%C3%A9rmino%20que%20hace%20referencia%20a,Nivel%20f%C3%ADsico%20o%20infraestructural).

Legiscomex (2017). Perfil Logístico de Panamá. Obtenido de:

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/perfil-logistico-panama-2017-rci317.pdf>

PROCOLOMBIA (2019). Perfil De Logística Desde Colombia Hacia Italia. Obtenido de:

file:///C:/Users/MIREYA/Downloads/perfil_logistico_de_italia_2.pdf

Serna H. (2010). Gerencia Estratégica. Bogotá. Panamericana. Obtenido:

<https://dokumen.tips/documents/gerencia-estrategica-humberto-serna-gomezpdf.html>

Castillo A. (2018). Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia. Obtenido de:

<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>

Argudo C. (2017). ¿Qué es la segmentación geográfica? Obtenido de:

<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-segmentacion-geografica.html>

Erasmusu. (2021) Principales supermercados en Roma. Obtenido de:

<https://erasmusu.com/es/blog-erasmus/consejos-erasmus/supermercados-en-roma-513363>

Agraria. (2019) Europa se interesa cada vez más por el camote Obtenido de:

<https://www.agraria.pe/noticias/europa-se-interesa-cada-vez-mas-en-el-camote-19343>

Consejería en Italia - Ministerio de Trabajo y Economía Social (2019) Obtenido de:

https://www.mites.gob.es/ficheros/ministerio/mundo/revista_ais/128/118.pdf

Blog Italia (2022). Historia y geografía de Italia. Obtenido de: [https://blog-](https://blog-italia.com/historia-y-geografia-de-italia/organizacion-territorial-de-italia)

[italia.com/historia-y-geografia-de-italia/organizacion-territorial-de-italia](https://blog-italia.com/historia-y-geografia-de-italia/organizacion-territorial-de-italia)

Viajar Italia (2022). Información general a Italia. Obtenido de:

[https://www.viajaraitalia.com/informacion-general-de-](https://www.viajaraitalia.com/informacion-general-de-italia/#:~:text=Italia%20es%20un%20pa%C3%ADs%20de,mar%20Mediterr%C3%A1neo%3A%20Sicilia%20y%20Cerde%C3%B1a.&text=Cuenta%20con%20dos%20estados%20independientes,enclavados%20dentro%20del%20territorio%20italiano.)

[italia/#:~:text=Italia%20es%20un%20pa%C3%ADs%20de,mar%20Mediterr%C3%A1neo%3A%20Sicilia%20y%20Cerde%C3%B1a.&text=Cuenta%20con%20dos%20estados%20independientes,enclavados%20dentro%20del%20territorio%20italiano.](https://www.viajaraitalia.com/informacion-general-de-italia/#:~:text=Italia%20es%20un%20pa%C3%ADs%20de,mar%20Mediterr%C3%A1neo%3A%20Sicilia%20y%20Cerde%C3%B1a.&text=Cuenta%20con%20dos%20estados%20independientes,enclavados%20dentro%20del%20territorio%20italiano.)

Ministerio de Asuntos exteriores de Italia (2021). Italia Ficha país. Obtenido de:

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/italia_ficha%20pais.pdf

Organización Mundial Migrantes. (2021) Migrantes. Obtenido de:

<https://worldmigrationreport.iom.int/wmr-2022-interactive/?lang=ES>

FAO (2021) Producción nacional de Camote. Obtenido de: [https://www-fao-](https://www-fao-org.translate.goog/food-agriculture-statistics/methods-standards/es/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)

[org.translate.goog/food-agriculture-statistics/methods-](https://www-fao-org.translate.goog/food-agriculture-statistics/methods-standards/es/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)

[standards/es/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc](https://www-fao-org.translate.goog/food-agriculture-statistics/methods-standards/es/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)

Silva D. (2020). ¿Cuáles son los tipos de segmentación de mercados y cuál es su

importancia para tu empresa? Blog de Zendesk. Obtenido de:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/#:~:text=Segmentaci%C3%B3n%20demogr%C3%A1fica&text=Este%20tipo%20est%C3%A1%20relacionada%20con,hacer%20un%20an%C3%A1lisis%20m%C3%A1s%20profundo.>

Baca Urbina G. (2013). Evaluación de Proyectos 6ta Edición. Mc. Graw Hill, México DF, MÉXICO. Recuperado de:

https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina

Sy Corvo, Helmut. (28 de abril de 2021). Macrolocalización. Liferder. Recuperado de

<https://www.liferder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>.

Prefectura del Carchi. (2016). Datos Informativos de la Provincia. Recuperado de:

<https://carchi.gob.ec/2016f/index.php/carchi/informacion-provincial.html>

Municipio de Bolívar (2020). Información Cantonal. Recuperado de:

<https://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/component/tags/tag/carchi>

Cámara de Comercio de Italia (2016). Italia. Recuperado de: <http://www.italcamaras.com/wp-content/uploads/2016/05/Dossier-Italia.pdf>

Alamy (2022). Mapa de Italia. Recuperado de: <https://www.alamy.es/mapa-de-italia-con-infografico-ilustracion-colorida-con-mapa-de-italia-italia-mapa-con-las-principales-ciudades-italianas-las-regiones-image244638960.html>

Tulcán Online (2016). Mapas del Carchi y sus cantones. Recuperado de:

<https://www.tulcanonline.com/index.php/mapas-del-carchi.html>

José Luis Marín (2021). Mapa Político de Italia. Recuperado de:

<https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/mapa-politico-italia/>

Mercado Libre. (2022). Recuperado de: <https://www.mercadolibre.com.ec/>

Agri Expo. (2022). Recuperado de: <https://www.agriexpo.online/es/prod/tong-engineering/product-181558-52646.html>

Hill, C. W. (2011). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global / Charles W. L. Hill (8a ed.--). México D.F., México: McGraw Hill.

Valpacos E. (2021). El Nuevo Etiquetado Ambiental De Italia. Critical Catalyst.

Recuperado de: <https://criticalcatalyst.com/es/el-nuevo-etiquetado-ambiental-de-italia/>

Unión Europea. (2021). Normas de etiquetado de los alimentos. Recuperado de:

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index_es.htm#shortcut-4

Midagri. (2016). Camotes. Recuperado de:

<https://www.midagri.gob.pe/portal//download/pdf/sectoragrario/agricola/lineasdecultivosem-ergentes/CAMOTES.pdf>

Propel (2021) Productos para frutas y hortalizas. Obtenido de:

<http://propel.com.ar/productos-frutas-10pulpa.htm>

Tucarton.com(2021) Cajas de cartón. Obtenido de: <https://tucarton.com/>

PallesEcuador(2020) Pallets. Obtenido de: <https://www.palletsecuador.ec/producto/pallets-de-madera/>

Vieira, E. (2008). *La formación de espacios regionales en la integración de América Latina*

(Pontificia Universidad Javeriana Ed. 1 ed.). Bogotá, D.C. Colombia: Convenio

Andrés Bello. Recuperado 09 de febrero de 2020, de

[https://books.google.com.ec/books?id=-](https://books.google.com.ec/books?id=-PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+krugman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzAD#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=fals)

[PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+kru](https://books.google.com.ec/books?id=-PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+krugman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzAD#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=fals)

[gman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzA](https://books.google.com.ec/books?id=-PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+krugman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzAD#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=fals)

[D#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%](https://books.google.com.ec/books?id=-PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+krugman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzAD#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=fals)

[20krugman&f=fals](https://books.google.com.ec/books?id=-PAQOJyiUC&pg=PA231&dq=nueva+teoria+del+comercio+internacional+paul+krugman&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkk7jGz8XnAhWH1FkKHZFjDQsQ6AEIQzAD#v=onepage&q=nueva%20teoria%20del%20comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=fals)

Cruz, Guerrero & Rosales (2020). Estudio comparativo de los resultados del Acuerdo

Multipartes Ecuador – Unión Europea. Recuperado de:

[file:///C:/Users/MIREYA/Downloads/1157-49-2796-1-10-20210701%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MIREYA/Downloads/1157-49-2796-1-10-20210701%20(1).pdf)

Villahermosa L. (2021). La fiebre en el precio de los fletes marítimos asfixia al comercio

latinoamericano. Recuperado de: [https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/la-](https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/la-fiebre-en-el-precio-de-los-fletes-maritimos-asfixia-al-comercio)

[fiebre-en-el-precio-de-los-fletes-maritimos-asfixia-al-comercio](https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/la-fiebre-en-el-precio-de-los-fletes-maritimos-asfixia-al-comercio)

VII. ANEXOS

Anexo 1 Certificado del Abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE
LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Emily Mireya Paspuel Rosero				
DATE: 22 de marzo de 2022				
TOPIC: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic <input type="checkbox"/>	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text <input type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Emily Mireya Paspuel Rosero

Fecha de recepción del abstract: 22 de marzo de 2022

Fecha de entrega del informe: 22 de marzo de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:

**EDISON BOANERGES PENAFIEL
ARCOS**

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc.

Coordinador del CIDEN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: PASPUEL ROSERO EMILY MIREYA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401635578
PERIODO ACADÉMICO: 2021 B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
LECTOR: MSC. NAVARRETE LÓPEZ OSCAR FABRICIO
ASESOR: MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 105

FECHA: lunes, 21 de marzo de 2022

HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,00
2) Trabajo escrito	2,10
Nota final de PRE DEFENSA	7,10

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el



lunes, 21 de marzo de 2022

MSC. GUTIÉRREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
PRESIDENTE

MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ
TUTOR

MSC. NAVARRETE LÓPEZ OSCAR FABRICIO
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL 

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Los datos recolectados en la presente entrevista serán utilizados únicamente para fines académicos que permitirán la continuidad del Trabajo de Grado llamado: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi"
Anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Institución: G.A.D. CARCHI

Nombres y Apellidos: Fernando Lomas

Correo Electrónico: fernando.lomas@uprec.edu.ec

Sector: Público

¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?
Si, educando a la gente al consumo de este producto

¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?
Si, por su contenido nutricional

¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?
Es fundamental, impulsar programas y proyectos de emprendimiento

¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

Se podría ayudar a asociados que producen este producto

¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?



Si, ya que hay mayor mercado donde ofrecer

¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

Si, dentro del la Dirección de Desarrollo comunitario local.



"Gracias por su tiempo y colaboración"

 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL 

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Los datos recolectados en la presente entrevista serán utilizados únicamente para fines académicos que permitirán la continuidad del Trabajo de Grado llamado: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi" Anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Institución: ARCSA

Nombres y Apellidos: ALEJANDRO HERNANDEZ

Correo Electrónico: alejandrohernandez27@hotmail.com

Sector: Cautin y Vilcan

¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

Si puede incrementar, siempre y cuando haya mas impulso, mercado, MAG etc

¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

Si considero porque es un tuberculo propio de la region andina o proporcionado mayor cantidad nutricional

¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

Es muy importante el trabajo conjunto para poder impulsar a esta producción del Agro y tener mayor acogida en mercados

¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

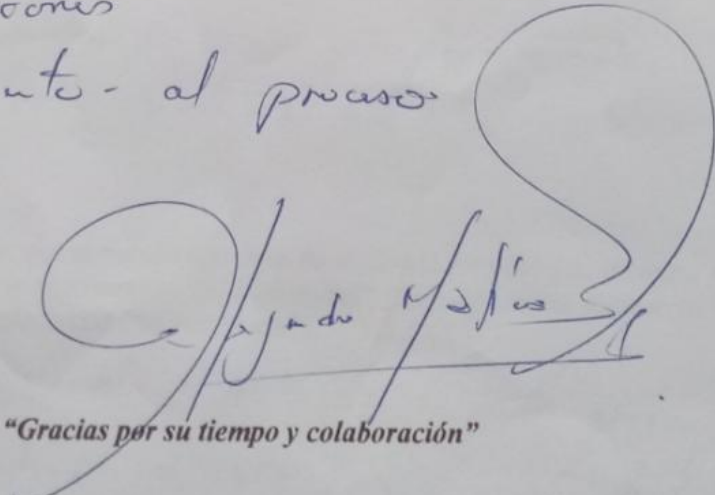
Siempre y cuando hay procesos Agromindustriales transformaciones. PECSA siempre estará presente



¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

Si fortalece pero los productos para ser exportados deben cumplir con las exigencias de mercados internacionales.

¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?

- tiene algunos proyectos: Notificación Sanitaria Obligatoria,
- Capacitaciones
- Seguimiento - al proceso


"Gracias por su tiempo y colaboración"



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Los datos recolectados en la presente entrevista serán utilizados únicamente para fines académicos que permitirán la continuidad del Trabajo de Grado llamado: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi" Anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Institución: ...Cámara de la Pequeña Industria del Carchi.....
Nombres y Apellidos: ...Jorge Clavijo.....
Correo Electrónico: ...correa@yahoo.es.....
Sector:Comercial - Industrial.....

¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

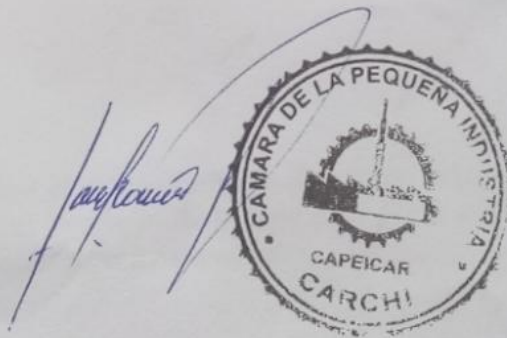
¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?



¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?



"Gracias por su tiempo y colaboración"



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Objetivo: Evaluar las oportunidades de mercados del camote (Ipomoea Batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi y la comercialización internacional.

Los datos recolectados en la presente entrevista serán utilizados únicamente para fines académicos que permitirán la continuidad del Trabajo de Grado llamado: "Análisis de Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización del Camote (Ipomoea batatas) de los pequeños productores de la Provincia del Carchi" Anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Institución: *M.P.C.E.I.P. - Ho. Ecuador*

Nombres y Apellidos: *Osiris Alejandro Páez Drellana*

Correo Electrónico: *osiris.paez@produccion.gob.ec*

Sector: *Servicio*

¿Cree que la producción de camote en el Carchi pueda incrementarse y de esta forma recopilar la biodiversidad del mismo?

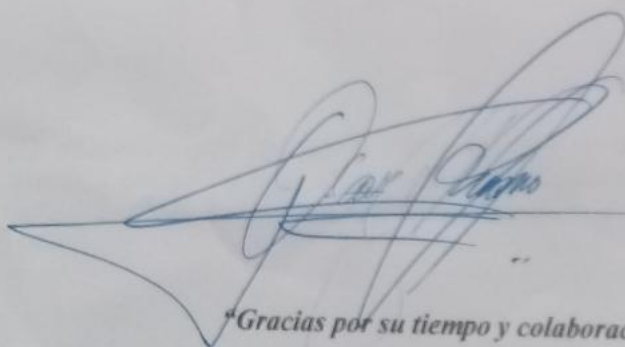
¿Considera que el camote (Ipomoea Batatas), tendrá buena acogida en mercados internacionales? ¿Porqué?

¿Qué tan importante cree que el trabajo conjunto de instituciones públicas, privadas y academia puedan fomentar el desarrollo de la localidad? ¿Qué iniciativas sugiere para que ese desarrollo pueda efectuarse concretamente?

¿Si en la Provincia del Carchi se creará un Centro de Acopio de camote con la intencionalidad de exportación, que contribución daría la institución para su desarrollo?

¿Considera que el Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea está fortaleciendo la economía del país? ¿De qué forma?

¿La institución tiene proyectos que incentiven la producción de alimentos no tradicionales en la Provincia del Carchi?



 **PRO ECUADOR**
INSTITUTO DE PROMOCION DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES
ZONA 1

"Gracias por su tiempo y colaboración"