

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“ La oportunidad de mercados internacionales para la comercialización
de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi ”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero
en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Stalin Miguel Goyes Yandún

ASESOR: Msc. Luis Carvajal

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO.

Certifico que el estudiante Stalin Miguel Goyes Yandún con el número de cédula 0401593629 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi”.

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

MSc. Luis Carvajal

Tulcán, 19 de Julio del 2016

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Stalin Miguel Goyes Yandún con cédula de identidad número 0401593629 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....
Stalin Miguel Goyes Yandún
Tulcán, 19 de Julio del 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo Stalin Miguel Goyes Yandún, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 19 de Julio del 2016

Stalin Miguel Goyes Yandún
CI 0401593629

AGRADECIMIENTO.

Mi agradecimiento a Dios por permitirme lograr un objetivo más en mi vida dándome la facultad para desarrollar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi vida estudiantil.

Infinitamente agradezco a mi madre y hermana las cuales estuvieron siempre dándome el apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir un proyecto de vida.

A mis maestros universitarios quienes compartieron sus conocimientos y consejos, que aportan a convertirme en un buen profesional y ser humano.

DEDICATORIA.

Lo dedico a Dios, a ese padre espiritual que ha guiado mi camino mostrándome la luz de la verdad con su fidelidad y amor dándome las herramientas para seguir adelante, preparándome para ser un buen profesional.

A mi familia con su ayuda incondicional y fidelidad al momento de respaldarme cuando lo necesité, depositando su confianza en mí.

A mi querida hermana, Tatiana Goyes, la inspiración ideal para lograr cualquier sueño, su apoyo y guía fueron muy importantes para la culminación de este proyecto de vida.

CONTENIDO

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
I. EL PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3. DELIMITACIÓN.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.5. OBJETIVOS.....	7
1.5.1 Objetivo General.....	7
1.5.2 Objetivos Específicos.....	7
CAPÍTULO II.....	8
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	8
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	11
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	14
2.5. IDEA A DEFENDER.....	17
2.6. VARIABLES.....	17
2.7. VOCABULARIO TÉCNICO.....	18
CAPÍTULO III.....	20
3. MARCO METODOLÓGICO.....	20
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	22
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	24

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	26
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	26
3.7.1. Análisis e Interpretación de Resultados.	27
3.7.1.2. Principales países importadores de aceite de aguacates en el mundo.	27
3.7.2. FACTORES EXTERNOS	28
3.7.2.1. Factores Socioeconómicos.....	28
3.7.2.2. Producto Interno Bruto (PIB)	28
3.7.2.3. PIB per cápita	30
3.7.2.4. Inflación	32
3.7.2.5. Tasa de desempleo.....	34
3.7.3. FACTORES POLÍTICOS.....	35
3.7.3.1. Políticas comerciales.....	35
3.7.3.1.1. Barreras Arancelarias.....	36
3.7.3.1.2. Barreras no arancelarias	38
3.7.3.2. Balanza Comercial	44
3.7.4. FACTORES LEGALES	47
3.7.4.1. Normativa Aduanera	47
3.7.4.2. Ley Ambiental	49
3.7.5. FACTORES GEOGRÁFICOS	49
3.7.5.1. Población.....	50
3.7.5.2. Índice de desempeño logístico	51
3.7.5.3. Índice de competitividad global.....	52
3.7.6. Matriz perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)	54
3.7.6.1. Análisis de la matriz POAM	56
3.8. ANÁLISIS DE MERCADO	57
3.8.1. Perfil del consumidor de Estado Unidos.....	57
3.8.2. Transporte aéreo	59
3.8.3. Producto a Exportar	60
3.8.4. Descripción del producto.....	60
3.8.4.1. Propiedades Físicas y Químicas	61
3.8.4.2. Ficha técnica del producto.....	62
3.8.4.3. Proceso de Producción	63

3.9. FACTORES INTERNOS	66
3.9.1. Factores socioeconómicos	66
3.9.1.1 Situación actual del Ecuador	66
3.9.2. FACTORES POLÍTICOS.....	68
3.9.2.1. Política Económica.....	68
3.9.2.2. Balanza Comercial del Ecuador.....	68
3.9.2.2.1. Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos	69
3.9.3. FACTORES LEGALES	70
3.9.3.1. Proceso de Exportación	71
3.10. ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO.....	72
3.10.1. Situación actual del sector ofertante	72
3.10.1.1. Sectores ofertantes	72
3.10.1.2. Estudio de la oferta.....	74
3.10.1.3. Matriz para el cálculo del producto.....	77
3.10.1.4. MATRIZ FODA	79
3.11. PROYECCIONES DEL ESTUDIO	79
3.11.1. Cálculo de la demanda insatisfecha.....	82
3.11.2. Empresas que demandan aceite de aguacate	83
CAPÍTULO IV	84
4.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
4.1.1. Conclusiones	84
4.1.2. Recomendaciones.....	86
CAPÍTULO V	87
5. PROPUESTA.....	87
5.1. Título.....	87
5.3. Justificación	88
5.4. Objetivos.....	89
5.4.1. Objetivo general.....	89
5.4.2. Objetivos específicos.....	89
5.5. FUNDAMENTACIÓN	89
5.5.1. Estudio técnico.....	89
5.5.2. Localización del proyecto	90

5.5.3. Micro localización	91
5.5.4. Plano de distribución local	91
5.5.5. Maquinaria	92
5.5.6. Nombre de la empresa	94
5.5.6.1. Logotipo	94
5.5.6.2. Definición de la marca	94
5.5.6.3. Etiquetado "AME"	95
5.5.6.4. Etiqueta nutricional	95
5.5.6.5. Packaging	96
5.6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	97
5.6.1. Requerimiento Humano	97
5.6.2. Misión	98
5.6.3. Visión	98
5.6.4. Organigrama	98
5.6.5. Manual de funciones	99
5.6.6. Procesos	102
5.6.6.1. Mapa de procesos	102
5.6.6.2. Fichas de procesos	103
5.7. PLAN LOGÍSTICO	108
5.7.1. Información del producto	109
5.7.2. Cálculo del cubicaje	111
5.7.3. Estimación de ventas	112
5.7.4. Costos directos e indirectos del país de origen	113
5.7.5. Costo del transporte internacional	113
5.7.6. Incoterms	114
5.8. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	116
5.8.1. Inversión inicial	116
5.8.2. Activos Fijos	116
5.8.3. Gastos de Constitución	118
5.8.4. Capital de operación	118
5.8.5. Costos de Productos	118
5.8.6. Gastos administrativos	119

5.8.7. Gastos de exportación.....	120
5.9. FINANCIAMIENTO	121
5.9.2. Balance General	122
5.9.3. Estado de Resultados	123
5.10. INDICADORES FINANCIEROS	124
5.10.1. Flujo de efectivo.....	124
5.10.1.1. Valor Actual Neto (VAN).....	124
5.10.1.2. Tasa interna de retorno (TIR)	124
5.11. CONCLUSIONES	126
VI. BIBLIOGRAFÍA	127
6.1. Bibliografía.....	127
6.2. Linkografía	128
VII. ANEXOS.....	132

Índice de tablas

Tabla 1: Delimitación de mercado origen y destino.....	4
Tabla 2: Normativa del Ecuador.....	11
Tabla 3: Planificación Nacional	12
Tabla 4: PIB per cápita expresado en miles de dólares	30
Tabla 5: Índice de precios al consumidor	32
Tabla 6: Tasa de desempleo	34
Tabla 7: Arancel vigente de Francia según la partida 1515900000.....	36
Tabla 8: Arancel vigente de Estados Unidos de América según la partida 1515900000	37
Tabla 9: Arancel vigente de Japón según la partida 1515900000	38
Tabla 10: Balanza Comercial Francia-Ecuador Millones de dólares	44
Tabla 11; Balanza Comercial -Estados Unidos-Ecuador Millones de dólares ..	45
Tabla 12: Balanza Comercial Japón-Ecuador Millones de dólares.....	46
Tabla 13: Normativa Aduanera	48
Tabla 14: Ley Ambiental	49
Tabla 15: Población	50
Tabla 16: Índice de desempeño logístico.....	51
Tabla 17: Pilares de competitividad global.....	52
Tabla 18: Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)	54
Tabla 19: Logística de desde el puerto de Guayaquil- Ecuador	59
Tabla 20: Clasificación del producto a exportar	60
Tabla 21: Componentes nutricionales.....	61
Tabla 22: Ficha Técnica del Aceite de Aguacate	62
Tabla 23: Ficha Técnica de precios internacionales de aceite de aguacate.....	66
Tabla 24: Factores Socioeconómicos del Ecuador	67
Tabla 25: Balanza Comercial del Ecuador en millones de dólares.....	68
Tabla 26: Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos (Miles USB FOB)	69
Tabla 27: Sectores ofertantes de aguacate en a provincia del Carchi.....	73
Tabla 28: Participación de las Principales Provincias Del Ecuador en Superficie Cosechada de Aguacate.....	73
Tabla 29: Análisis de la entrevista	75
Tabla 30: Oferta de materia prima en el Cantón Mira (Aguacate)	76
Tabla 31: Oferta de materia prima en el Cantón Mira (Aguacate)	77
Tabla 32: Matriz del cálculo del producto terminado (año)	78
Tabla 33: Cálculos	78
Tabla 34: Análisis FODA.....	79
Tabla 35: Población objetivo entre 26 –55 años	81
Tabla 36: Cálculo de la demanda insatisfecha.....	82
Tabla 37: Contactos de Clientes	83

Tabla 38: Maquinaria para el proceso de elaboración de aceite de aguacate ...	92
Tabla 39: Requerimiento Humano	97
Tabla 40: Manual de funciones Gerente	99
Tabla 41: Manual de funciones secretaria	99
Tabla 42: Manual de funciones jefe de logística	100
Tabla 43: Manual de funciones del jefe administrativo.....	100
Tabla 44: Manual de funciones del jefe de producción	101
Tabla 45: Manual de funciones auxiliar de logística	101
Tabla 46: Manual de funciones de los Operarios	101
Tabla 47: Modelo Operativo de comercialización del producto	108
Tabla 48: Información básica del producto:	109
Tabla 49: Información básica del embarque	110
Tabla 50: Información Adicional.....	110
Tabla 51: Información básica del cubicaje por pallet.....	111
Tabla 52: información básica del cubicaje por contenedor.....	111
Tabla 53: Costos directos país de exportación.....	113
Tabla 54: Análisis de costos en el tránsito internacional	113
Tabla 55: Gastos Administrativos	120
Tabla 56: Gastos de Exportación (Ventas)	120
Tabla 57: Inversión Inicial	121
Tabla 58: Costo de capital promedio pondera.....	121
Tabla 59: TIR y VAN.....	124

Índice de gráficos

Gráfico 1: Principales países importadores de aceite de aguacate	27
Gráfico 2: Producto Interno Bruto expresado en millones de dólares	29
Gráfico 3: PIB per cápita expresado en miles de dólares	31
Gráfico 4: Índice de precios al consumidor	33
Gráfico 5: Tasa de desempleo	35
Gráfico 6: Balanza Comercial Francia-Ecuador	45
Gráfico 7: Balanza Comercial -Estados Unidos-Ecuador Millones de dólares..	46
Gráfico 8: Balanza Comercial Japón-Ecuador Millones de dólares	47
Gráfico 9: Población	50
Gráfico 10: Principales Puertos Internacionales.....	58
Gráfico 11: Factores Socioeconómicos del Ecuador.....	67
Gráfico 12: Balanza comercial del Ecuador en millones de dólares	69
Gráfico 13: Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos	70

Índice de anexos

Anexo 1: Oficio de solicitud para realizar la entrevista	133
Anexo 2: Entrevista.....	134
Anexo 3: Oficio de solicitud de información al MAGAP	138
Anexo 4: Formato de la Declaración Juramentada	139
Anexo 5: Informe de Producción de Aguacate en el Carchi	141
Anexo 6: Formato del Certificado de Origen	144
Anexo 7: Produccion de aceite de aguacate o aceites vegetales en Estados Unidos .	146
Anexo 8: Fotos de la Entrevista	147
Anexo 9: Correo del cliente manifestando su interes por importar el aceite de aguacate.....	149
Anexo 10: Cotización de botellas.....	150
Anexo 11: Rendimiento de la materia prima (Aguacate)	151

RESUMEN EJECUTIVO.

La presente investigación sobre “La oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi”, incluye el estudio de mercado en los países demandantes como: Estados Unidos, Francia y Japón buscando determinar la mejor opción de mercado, por lo tanto se analiza los factores socioeconómicos a través de la metodología de investigación como: descriptivo y exploratorio, fundamentada por una investigación documental la que permitió obtener una visión general de la situación actual, llegando a conseguir cifras que permiten decir la factibilidad del proyecto, para darle un valor agregado al aguacate y proponer una logística desde el punto de origen hasta el punto destino.

El Ecuador posee escenarios climáticos aptos para el cultivo de aguacate llegando a ser considerado un candidato con potencial de ser proveedor latinoamericano de esta fruta. Pero la mayor parte de su producción se comercializa en su estado natural, según PROECUADOR, el 74% de la producción nacional salió a Colombia, 18% consumo nacional y solo un 7% se queda para ser transformado,

La situación que presentan los productores de aguacate de la Provincia del Carchi es la falta de estudios específicos para la identificación de oportunidades de negocio con respecto al aceite de aguacate, esto provoca que los productores no tengan las herramientas adecuadas para tomar decisiones de inversión, generando así el poco desarrollo de industria aguacatera en el país.

Dentro de la investigación se realizó el estudio de mercado considerando los factores socioeconómicos, políticos, legales, religiosos y de esta manera se concluye que Estados Unidos ofrece mayor facilidad para ingresar a su mercado, con una demanda de 42910 toneladas de aceite de aguacate solo

considerando a Miami como mercado objetivo, lo que evidencia la oportunidad existente de mercado que no está siendo aprovechada por parte de la industria actual.

Se concluye que el proyecto presenta un TIR del 34% o que resulta viable, en la comercialización es necesario aplicar procesos logísticos que permitan transportar el producto en buenas condiciones desde el punto de origen hacia destino, con un coste de 105 usd por caja de 24 de botellas de 250ml de aceite de aguacate, el incoterms a utilizar es FOB el cual se lo va a emplear para determinar costos, tiempos y riesgos, considerando que él envió tarde en llegar a destino 28 días, sin descartar aspectos como: la materia prima, transformación, empaque, embalaje, etiqueta, contratación del transporte interno, seguro, flete internacional para aprovechar la oportunidad existente en el mercado.

ABSTRACT.

This research on "The opportunity of international markets for avocado oil from the province of Carchi and its commercialization," includes market research in demanding countries such as the United States, France and Japan in order to determine the best target market. After analyzing socio-economic factors through research methods such as descriptive, exploratory; and substantiated by documentary research, it was possible to get an overview of the current situation, and determine facts to support the feasibility of the project, generate added value to avocado and propose a logistics process from the origin point to its destination.

Due to its climate scenarios suitable for growing avocado, Ecuador is considered as a candidate with great potential to be Latin American supplier of this fruit. Most of its production is sold in its natural state, according PROECUADOR 2014, 74% of domestic production went to Colombia, 18% domestic consumption and only 7% is for a transformation process.

The situation for avocado growers in Carchi Province includes the lack of specific studies to identify business opportunities for avocado oil; it is related to appropriate investment decisions tools to contribute to developing national avocado industry.

The project has an IRR of 34%, it is feasible enough for implementation; in marketing it is necessary to apply logistical processes to transport the product in good condition from the origin point to its destination, the cost of 105 usd per case of 24 bottles of 250 ml of avocado oil. The incoterm to use is Free On Board (FOB), which will be useful to determine costs, time and risks considering sending a 28 day-span to arrive its destination. It is also considered the raw material, processing, packaging, labeling, internal transportation, insurance, and international freight to seize the existing opportunity in the market.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre “Las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi”, se enfoca en realizar un estudio de mercado a tres países como: Francia, Estados Unidos y Japón donde existe consumo de aceite de aguacate, de esta manera elegir a un país como la mejor alternativa de oportunidad de negocios.

El primer capítulo denominado el problema se determinó que en Ecuador específicamente en la Provincia del Carchi Cantón Mira, la producción de aguacate es abundante pero su transformación se ve limitada por el desconocimiento en temas relacionados con logística, proceso de exportación acompañado con el desconocimiento financiero, esto aporta a crear un desinterés al momento de crear empresas capaces transformar el aguacate en un producto terminado, de esta manera Ecuador se sigue manteniendo como un país exportador de materia prima, sin embargo con la aplicación de los nuevos proyectos que el gobierno ha emprendido como es el cambio de la matriz productiva genera nuevas expectativas para el país, porque se cambiaría el patrón de especialización de producción de la economía en la que permita al Ecuador generar un valor agregado a su producción bajo el marco de construcción de una sociedad del conocimiento mediante la aplicación de estrategias para lograr el Ecuador del Buen Vivir.

El segundo capítulo denominado fundamentación teórica se estudió los antecedentes investigativos que permitieron obtener un previo análisis sobre el comportamiento del consumidor, características y estándares de calidad exigidos por la normativa del país destino y el cliente, asimismo se menciona la base legal que se apoya el presente trabajo y la utilización de las diversas teorías, que facilitaron el desarrollo del proyecto.

El tercer capítulo, contiene el marco metodológico que permite la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de información como la entrevista instrumento que sirvió para conocer la oferta de producción de aguacate en la provincia del Carchi y su posible procesamiento en aceite de aguacate, asimismo se desarrolla el estudio de los mercados alternativos como: Francia, Japón y Estados Unidos para determinar la mejor propuesta de negocios.

En el capítulo cuarto se concluye que las oportunidades de negocios son atractivas en Estados Unidos, siendo un país extenso no solo en superficie sino en población, además el consumo de productos procesados es más apetecible por los habitantes, y se recomienda la exportación de aceite de aguacate por su alto contenido nutritivo y su utilidad como suplemento alimentario, que permite reemplazar una fuente de energía nutritiva, rico en proteínas y otros componentes esenciales, por lo cual es un alimento nutritivo fundamental para la salud alimentaria alrededor del mundo.

En el capítulo quinto se desarrolla la propuesta como solución del problema denominado, el estudio de factibilidad para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador, determinando que el proyecto es viable porque el valor actual neto (VAN) es de \$ 517.612,82, por lo tanto es un valor mayor a cero lo que conlleva ser un proyecto muy aceptable, en cuanto a la tasa interna de retorno (TIR) es de 34,00 %, indicando que el dinero invertido en la empresa se lo recuperará en ese porcentaje.

CAPÍTULO I

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El aceite de aguacate se ha posicionado como una importante oportunidad de mercado para los países productores de esta fruta, gracias a un sin número de publicaciones científicas que ha incrementado el protagonismo de este producto. De acuerdo al departamento de investigaciones científicas de la Universidad Michoacana (2012), “destaca al aceite de aguacate como beneficioso tomando en cuenta sus valores nutricionales, que aportan a la salud humana ya que ayuda a combatir a los llamados “radicales libres” los cuales desencadenan reacciones químicas en el organismo que causan daños en las células provocando enfermedades como el cáncer”. Estas ventajas genera una demanda de aceite de aguacate a nivel mundial misma que no son aprovechada por los productores de aguacate por lo cual la demanda insatisfecha sigue en aumento en los últimos años.

Según PROECUADOR (2013), Los compradores más importantes de aceite de aguacate a nivel mundial son; Francia que lidera el mercado con un 15 % de participación, le sigue Estados Unidos con el 14% y Japón con el 11%, mismos que buscan satisfacer la demanda de aceite de aguacate en mercados internacionales, ya que estos países no les resulta rentable la producción nacional, por lo tanto existen oportunidades de mercado que no son aprovechadas por países productores como Ecuador ya que solo se han limitado a la producción de materia prima.

Cabe indicar que la situación de Ecuador se ve reflejada en las experiencias que presentan los principales productores mundiales de aguacate que son: México y Chile, estos países comercializan este fruto casi en su totalidad en su estado natural, es decir, sin un valor agregado. Un claro ejemplo de este escenario lo proporciona La APEAM (Asociación de Productores, Empacadores y Exportadores de Aguacate de México), los cuales poseen el mayor porcentaje de cultivo de aguacate, contando con un 90% de la producción nacional, distribuidas en 9000 productores de aguacate, 296 empacadoras y tan solo seis empresas agroindustriales dedicadas a producir derivados como son: pasta de aguacate, aguacate congelado y aceite de aguacate en menores cantidades. Lo cual evidencia el poco aprovechamiento del mercado aguacatero al momento de no explotar todos sus beneficios permitiendo que la demanda de aceite de aguacate siga en aumento.

De acuerdo con Javier Yabrudy (2012), el caso colombiano y ecuatoriano presenta faltantes en materia de liderazgo, emprendimiento e inversión provocando poco interés en promover la creación de industrias que transformen el producto. De esta manera los productores se ven afectados por la poca información, esto limita a que solo comercialicen materia prima sin generar alternativas o estrategias de emprendimiento.

Según PROECUADOR (2014), la producción de aguacate es de 34.352 toneladas al año reflejando que el 74 % de esta producción es destinada a mercados extranjeros, el 18% para consumo nacional y solo el 7% se lo utiliza para la transformación, mostrando así el poco desarrollo de industria aguacatera en productos con valor agregado en el país.

Además la falta de estudios específicos para la identificación de oportunidades de negocios con respecto al aceite de aguacate provoca que los productores de aguacate del país no tengan las herramientas adecuadas para tomar decisiones de inversión, por lo tanto la poca producción que existe actualmente carece de alternativas de expansión futura para lograr ser considerada como una industria fuerte en el Ecuador.

Asimismo para la comercialización del aceite aguacate existen deficiencias que limitan al agricultor a producir más y mejor, ya sea por variables como: precio, calidad, cantidad y destinos de venta del producto, por lo cual ocasiona escasa generación de empresas industriales en el sector aguacatero de la provincia del Carchi, lo que no permite un desarrollo significativo a pesar de encontrarse en un territorio de producción eficiente debido a las condiciones de suelo y clima adecuado para la producción de aguacate.

Durante el desarrollo de la investigación se desarrollaron las siguientes preguntas: ¿cuál es la oferta de materia prima para la elaboración de aceite de aguacate? ¿Cuáles son los principales importadores de aceite de aguacate? ¿Cuáles son los permisos necesarios para la exportación de aceite de aguacate? ¿Cuáles son los principales competidores en el mercado internacional? ¿Cuáles son los estándares de calidad que tiene que cumplir el aceite de aguacate que tiene que cumplir para ingresar en el mercado internacional? ¿Qué documentos se necesitan para la comercialización de aceite de aguacate? (certificado permisos y autorizaciones previas) ¿Cuál va hacer el mercado meta?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento de la oportunidad de mercados internacionales no ha permitido la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia de Carchi.

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación de mercado origen y destino

Sujeto	La oportunidad de mercados internacionales.
Objeto	La Comercialización de aceite de aguacate.
Tiempo	Febrero 2014 - junio 2016
Área O Espacio Geográfico	Provincia del Carchi/Ecuador (mercados internacionales: Francia, Estados Unidos, Japón)
Grupo Objetivo	Municipio del Cantón Mira e importadores de mercados internacionales Francia, Estados Unidos, Japón
Área De Conocimiento	Comercio Exterior

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación es importante debido a que en la Provincia del Carchi existen varios recursos naturales los mismos que deben ser aprovechados a su máxima capacidad, con la finalidad de generar propuestas micro-empresariales con productos nuevos e innovadores que incentiven la producción de derivados a través del emprendimiento, que permitirá fortalecer el desarrollo socio económico de la provincia del Carchi. Una de estas alternativas es el aguacate que se cultiva en el Cantón Mira, reuniendo todas las condiciones favorables que requiere el cultivo tanto en parámetros de suelo, clima y productores que se han capacitado en la agricultura de generación en generación.

El proyecto de estudio se enfoca en la comercialización de aceite de aguacate ya que es un alimento nutritivo y saludable, siendo una característica fundamental, que gracias a estos componentes ayudan a prevenir el cáncer y a controlar enfermedades cardiovasculares, sin dejar de lado sus beneficios que son aptos para un niño de 5 años hasta un adulto mayor por lo cual satisfacen las necesidades alimenticias, por otro la perspectiva de Diana Cifuentes en su artículo donde manifiesta que “el aceite de aguacate contiene distintos tipos de antioxidante como la vitamina c, vitamina e. Estos antioxidante ayudan a combatir los radicales libre los mismo que pueden desarrollar distintas enfermedades” (ELLASABE, 2014) hacen que el producto sea más atractivo de esta manera se concuerda con el autor y se emprende esta investigación porque el aceite de aguacate tiene propiedades aptas para la cocina gourmet y el cuidado de la salud.

Según cifras de PROECUADOR (2014), los principales consumidores de aceite de aguacate a nivel mundial son Francia que lidera el mercado con un 15%, le sigue Estados Unidos con un 14% y Japón con un 11%, sin embargo el consumo tiende a incrementar a un 3.9 millones de toneladas de aceite de aguacate de acuerdo a proyecciones realizadas por FAO (2014), lo cual denota la oportunidad de mercado que el país tiene para la expansión de la industria aguacatera.

Así mismo con la presente investigación se busca contribuir a la aplicación de las oportunidades de mercados internacionales de sub productos de aguacate hacia nuevos mercados como: Francia, Estados Unidos y Japón, debido a que el aceite de aguacate es acogido por su aporte al cuidado de la salud, por otro lado se contribuye a los nuevos proyectos que promueve el gobierno como es el cambio de la matriz productiva que tiene como finalidad la utilización de los recurso para darles un valor agregado.

La investigación se justifica académicamente, porque aportará a estudios realizados en años anteriores, con nuevas ideas para aquellos sectores dedicados a la producción de aguacate en el a provincia del Carchi, con oportunidades de mercado internacionales, entonces el fin de la investigación es exportar productos diversificados provenientes del aguacate, de esta manera satisfacer las necesidades del mercado objetivo

Los beneficiarios serán los productores del sector aguacatero de la provincia del Carchi Cantón Mira, de esta manera se incentivará a un cambio de la forma de comercializar sus productos y ser competitivos en el mercado nacional como internacional con nuevas oportunidades de mercados, ya que se pretende innovar la tecnología para la realización de aceite de aguacate y contar con la participación técnica y capacitación de ministerios y el Municipio del Cantón Mira.

Este trabajo cuenta con los recursos tecnológicos información bibliográfica, libros virtuales, revistas y textos especializados para la construcción de conocimiento, incentivos de nuevos emprendimientos para el desarrollo y mejoramiento del comercio la zona norte del Ecuador, herramientas con las cuales se analizan los datos que ayudan a la ejecución del proyecto. Por último, el presupuesto estimado será manejable para llevar a cabo esta investigación para lo cual se realizara un esquema que contemple los costos y las ventas del producto a través de un estudio financiero.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia de Carchi.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar documentalmente las oportunidades internacionales de mercado y la comercialización
- Diagnosticar la situación actual de la comercialización aceite de aguacate y las oportunidades de mercado internacional.
- Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi.

CAPÍTULO II

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Según fuentes investigativas se consideró los siguientes antecedentes que serán de apoyo para el desarrollo de la investigación sobre el aceite de aguacate, entre los cuales se presentan:

- a. Estudio realizado por la “Pontificia Universidad Católica del Perú facultad de ciencias e ingeniería para obtener el título de ingeniería industrial” en el año 2014 en la ciudad de Lima- Perú, autor César Augusto Rodríguez Rivera.

Tema:

Estudio de perfectibilidad para la exportación y producción de aceite de palta (aguacate).

Objetivo general

Realizar el analizar del potencial del mercado así como determinar la viabilidad técnica económica y comercial para la producción y exportación del aceite de palta, como una forma de agregar valor a la palta, ofreciendo una alternativa para pequeños productores en el país.

Esta investigación determina que las oportunidades de mercado existen debido a que el consumo del aceite de aguacate va en acenso por sus componentes nutricionales y el aporte al cuidado de la salud, fundamentando la importancia de un estudio que permite realizar las exportaciones desde la provincia del Carchi debido a su gran acogida determinada en el estudio necesario y que garantiza su comercialización internacional.

Así mismo el estudio determina los principales competidores del mercado como Nueva Zelanda, Chile y México que vienen exportando aceite de aguacate desde hace más de cinco años de igual manera Colombia que está incursionando en la exportación de este producto hacia Estados Unidos, por lo tanto se tiene una breve referencia de la competencia y una vista panorámica de la situación actual del mercado y la posibilidad de ingreso del sector ofertante de Ecuador.

- b. Estudio realizado por la universidad católica de la universidad de Guayaquil en año 2013 facultad de ciencias económicas y administrativas para obtener el título de ingeniería comercial, en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, autor Ing. Rugel Vega Nelson.

Tema:

“Estudio de factibilidad para la producción y comercialización en la ciudad de Guayaquil”

Objetivo general

Determinar la viabilidad de un plan de negocios operativos a nivel nacional, mediante el cálculo y análisis de aspectos de mercado, técnicos, económicos y financieros que permitan la industrialización y comercialización de aceite de aguacate con el fin de constituirse en un proyecto generador de fuentes de empleo en el país.

La investigación determina que Ecuador se caracteriza por tener producto potencial para la exportación ya que cuenta con el clima y el suelo óptimo para la producción de aguacate, determinando que este estudio da a conocer la disponibilidad de materia prima y que cumplen los estándares de calidad para su exportación. Es sin duda una alternativa para el incremento de ofertas de

empleo y brindar mejores oportunidades para mejorar la calidad de vida de los productores de esta fruta.

Las investigaciones manifiestan las bondades de este producto son similares a las del aceite de oliva tanto para el consumo en la cocina gourmet como en la industria cosmética, llamando la atención de los mayores productores internacionales de aguacate en su estado natural como también de fabricantes de aceite del producto mencionado.

- c. Estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede en Ibarra escuela de negocios y comercio internacional para la obtención del título de ingeniería de comercio internacional en el año del 2011, en la ciudad de Ibarra-Ecuador, autora Elsa Mabel Vinueza Vaca.

Tema:

Estudio de factibilidad para la exportación de aceite de aguacate extra virgen de la empresa Uyama Farms, hacia el mercado estadounidense.

Objetivo general

Establecer los principales indicadores de la oferta y demanda del aceite de aguacate extra virgen para la exportación hacia el mercado de Nueva York Estados Unidos.

Esta investigación visualiza que el consumo de aceite de aguacate extra virgen en el mercado estadounidense tiene una gran acogida por ser un producto natural y altamente nutritivo puesto que este país se ve afectado por la obesidad a causa de la vida sedentaria que tiene las personas y el gran consumo de comidas rápidas, por lo tanto este mercado es ideal para la comercialización del producto ya que está dirigido para todas las edades y puede ser acompañado con cualquier tipo de comida.

De esta manera Ecuador esta implementado como es el cambio de la matriz productiva para la industrialización de productos naturales y así ser más competitivos a nivel internacional tal es el caso del aceite de aguacate que proporciona estándares de calidad que permiten a la altura de los mercados más exigentes.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Tabla 2: Normativa del Ecuador

LEY	DESCRIPCIÓN
Constitución del Ecuador	<p>De acuerdo con Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. Contribuyendo directamente como un incentivo para la producción de aceite de aguacate actuando como generador de empleo dando una mejor calidad de vida a la población.</p> <p>Art. 66.- Reconoce y garantizará a las personas: 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.</p> <p>Art. 284.- La política económica se basa en objetivos como el incentivo de la producción nacional con calidad y competitividad estratégica para el posicionamiento regional y mundial lo que ayuda a la implementación de recursos para el aseguramiento de la soberanía alimenticia en el país según el numeral 2 y 3. En el caso de aceite de aguacate fortalecerá técnicamente con el apoyo de instalaciones capaces de ofrecer un producto competitivo a nivel mundial.</p> <p>El aceite de aguacate en el Ecuador es producido por pocas empresas tomando en cuenta que este país tiene una capacidad de siembra de 7000 hectáreas y solo se aprovechan 500 hectáreas, es imprescindible el aprovechamiento de este recurso ya que esto fortalecerá la economía según art. 304 donde reconoce que se debe fortalecer la producción nacional.</p>
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	<p>Art. 4.- señala en su literal a y c la transformación de la matriz productiva con el propósito basada en el conocimiento y la innovación y correspondientemente fomentar la producción nacional con un enfoque sostenible con responsabilidad social y ambiental. Afortunadamente la producción de aceite de aguacate se las realiza dentro de estos parámetros lo que otorga una oportunidad para la futura comercialización de este producto.</p> <p>Art. 93 Fomento a la exportación: El Estado fomentará la producción a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno (...)</p>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Las entidades como Pro-Ecuador y MAGAP entre otras realizan constantemente sondeos de la producción de aguacate a nivel nacional con el objetivo de encontrar soluciones técnicas para darle un valor agregado a este producto por lo tanto es indispensable que los pequeños y grandes productores tanto de aguacate como de aceite de aguacate se agrupen o asocien para obtener un producto homogéneo en calidad y eficiencia como lo señala el artículo 18 que muestra la alternativa de asociarse para producir.
--	---

Fuente: Constitución de la República del Ecuador (2008), COPCI, y Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 3: Planificación Nacional

	DESCRIPCIÓN
Plan Nacional del buen vivir (2013)	El aumento de la producción de aceite de aguacate principalmente para ser exportado permitirá que la economía del país se fortalezca aportando a la balanza comercial positivamente, esto causara efectos positivos en los pequeños y grandes productores de aguacate y aceite de aguacate, tomando en cuenta el objetivo 3 que manifiesta que los ciudadanos sean capaces de cubrir sus necesidades básicas. Garantizando que el trabajo sea digno para los habitantes como se lo puede generar con la producción de aceite de aguacate ya que este con su comercialización ofrece un amplia gama de empleo sean estos directos o indirectos tal como lo exige el objetivo 9.

Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir (2013)

Elaborado por: Stalin Goyes

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

Tabla 4: Fundamentación Teórica.

Teoría	Características	Relación
<p>TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA DE DAVID RICARDO.</p>	<p>Este es un concepto que surgió de la economía en la ley de ventaja comparativa planteada por David Ricardo publicada en 1817.</p> <p>El libro principios de economía política y tributación, señala que un país no puede ser autosuficiente ya que debe destacar sus ventajas, es decir, desempeñándose en los productos más eficientes que posea,</p>	<p>Ecuador en los últimos años ha ganado prestigio en la producción de aceite de aguacate lo que permite la aplicación de esta teoría, principalmente por su ventaja geográfica la cual le permite el cultivo de aguacate durante todo el año acompañado con una extensión de siembra que bordea las 7000 hectáreas según datos del Municipio de Mira Carchi-Ecuador, adquiriendo un producto de alta calidad y esto es reflejado en los numerosos premios ganados a nivel internacional por su calidad y sabor del aceite de aguacate obteniendo una ventaja entre sus competidores.</p>
<p>TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA DE MICHAEL PORTER</p>	<p>La ventaja competitiva se fundamenta en razón del valor que una empresa es capaz de generar a un producto.</p> <p>El concepto de valor agregado se relaciona directamente con lo que el comprador El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...).</p>	<p>La ventaja competitiva se enfoca en la oportunidad que tiene las empresas para generar valor a un producto y este ser adquirido por los consumidores tomando en cuenta los gustos y preferencias.</p> <p>Desde el punto de vista empresarial el lograr productos de calidad a precios bajos crea una ventaja frente a la competencia o el destacar lo bueno de un producto para que el consumidor vea rentable su compra.</p>

Fuente: Torres, G. "Teorías del Comercio Internacional"

Elaborado por: Stalin Goyes

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

2.4.1. La Globalización

La globalización entendida desde el punto de vista económico es la expansión de la clase empresarial, la misma que se ve afectada por la intervención de variables como la cultura, avances tecnológicos, entre otros, este fenómeno que marca profundamente el futuro del mundo que afecta a cada nación independientemente de sus políticas o situación.

“Al estar basada fundamentalmente en la lógica económica y en la expansión del mercado, la globalización rompe los compromisos locales y las formas habituales de solidaridad y de cohesión con nuestros semejantes. Las élites que actúan a nivel global tienden a comportarse sin compromisos con los destinos de las personas afectadas por las consecuencias de la globalización. (Tedesco, 2012, pág. 65)

La globalización se presenta como un fenómeno que no respeta situación ni oportunidades por lo tanto no muestra solidaridad ni igualdad, es por esta razón las naciones líderes en el mercado mundial no muestran compromiso en el tema globalización y actúan como un miembro más en un mercado desigual y se puede distinguir las medidas que las naciones toman para tratar de controlar este fenómeno al momento del ingreso de productos o servicios.

2.4.2. Oportunidad de Mercados Internacionales

Las oportunidades de mercados son posibilidades que se presentan en un ambiente comercial, para aquellos productos o servicios que tienen modificaciones o cualidades extras que buscan satisfacer una necesidad, enfocados a segmentos de mercados desatendidos lo que permite que estos productos sean altamente valorados en los mercados exteriores.

Las oportunidades de negocios no sólo se encuentran con grandes invenciones o desarrollo de tecnología, inclusive en países desarrollados, descubren oportunidades de negocios en pequeñas innovaciones tecnológicas, en cambios en procesos convencionales, en modificaciones a productos o servicios ya existentes, en la orientación de los esfuerzos de marketing a segmentos de mercado tradicionalmente desatendidos, en la identificación de nuevos usos para productos o servicios existentes (Weinberger K, 2014, pág. 24)

Según Weinberger, 2014. Las posibilidades que presentan un mercado son muchas, considerado desde el punto de vista, que solo modificando un producto o servicio y enfocándolo a un segmento de mercado lo hace muy atractivo para el consumidor externo. Por lo tanto las oportunidades comerciales o de negocios son alternativas que se deben de aprovechar con el fin de ingresar a un determinado mercado, tomando en cuenta que estas oportunidades no solo se encuentran en las grandes inversiones, también están latentes en pequeños detalles que puede poner a un producto en la mira del consumidor.

Entonces para descubrir una oportunidad de mercado es necesario implementar herramientas como son: estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero y determinar el impacto que faciliten mirar el panorama de la oportunidad que merece aprovecharse, así con la correcta información tomar decisiones más acertadas para expandir el área industria del país.

2.4.3. Comercialización

El intercambio de bienes y servicio se lo denomina comercialización y tiene como objetivo el abastecimiento de las necesidades de los clientes desde el punto de producción hasta el punto de consumo.

Según Grahame, 2013. “Comercializar implica determinar cuales son los productos o servicios que necesitan los clientes y suministrárselos obteniendo una utilidad”. (pág. 2). De acuerdo con el autor el proceso de comercialización debe de estar enfocado hacia el consumidor, es decir, el proceso tiene que

considerar a los distintos eslabones que en el intervienen como son: los agricultores, trasportistas, intermediarios, es de gran importancia que esta cadena genere una utilidad monetaria para que exista el interés de satisfacer al cliente o consumidor final.

Por lo tanto, como es importante identificar la cadena de valor de igual manera es importante la determinación del mercado y cuáles son sus necesidades en términos de productos, que requieren ser abastecidos, en este caso la identificación de la cadena de producción-comercialización permite que el producto llegue al cliente en el momento oportuno y genere la suficiente utilidad.

2.4.3. Los Incoterms

Estos términos sirven como un lenguaje universal que permite que el comprador y el vendedor que participan en la negociación de cualquier parte del mundo puedan entender sus obligaciones y beneficios.

Son un conjunto de reglas internacionales estándar establecidas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que ayudan a establecer las cláusulas comerciales de los contratos de compraventa de un país a otro. Su principal propósito es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio Internacional. (canacintrá , 2010, pág. 33)

Considerando a la reglas establecidas por la Cámara de Comercio internacional es necesario que al momento de una compra internacional se establece lineamiento denominados cláusulas que definen claramente las responsabilidades tanto del comprador con del vendedor, estas deben ser claras y precisas. Es por esto que los incoterms son diseñados para ser utilizados alrededor del mundo y que en el ámbito del comercio internacional la misión de estos es proveer un comercio con reglas claras para evitar obstaculizar el comercio internacional.

2.4.3. Aceite de Aguacate

El aceite de aguacate es muy valorado por sus propiedades nutricionales ya que contiene componentes que combaten enfermedades como el colesterol y problemas cardiovasculares sin descartar el aporte a prevenir el cáncer o detener el envejecimiento de las células.

El Aceite de aguacate virgen de aguacate se lo obtiene mediante prensión, de la pulpa del fruto del aguacate maduro laminado y secado (aguacate), es un Líquido oleoso límpido, amarillo-dorado, con ligerísimo olor. Insoluble en agua, soluble en grasas, aceites, y disolventes lipídicos su densidad es 0,910 – 0,920 g/ml. Propiedades y usos: El aceite de aguacate es muy beneficioso para la salud humana ya que presenta beneficios para mejorar el funcionamiento cardiovascular y controlar el desarrollo de los llamados radicales libres. (acofarma, 2012)

Para la obtención del aceite de aguacate del fruto se emplea un proceso que por medio de la presión en frío de la pulpa y secado se extrae un líquido amarillento verdoso con un ligero olor. Según Acofarma, 2012 la densidad del aceite de aguacate es de 0,910- 0.920 la misma que servirá para el cálculo de la oferta exportable.

2.5. IDEA A DEFENDER.

El conocimiento de la demanda potencial en los mercados internacionales permite la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi.

2.6. VARIABLES.

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Oportunidad de mercados internacionales

Los productores de aceite de aguacate necesitan conocer la oportunidad de mercados internacionales para planificar su comercialización.

- **VARIABLE DEPENDIENTE:** Comercialización

Con el estudio de mercado se logra identificar la forma adecuada para comercializar el aceite de aguacate en mercado internacional y de esta forma cumplir con los objetivos.

2.7. VOCABULARIO TÉCNICO

2.7.1. Autorización administrativa de exportación por operación:

Régimen de exportación que permite realizar una o varias expediciones hasta una cantidad máxima fijada en la autorización, con destino a un comprador y un país determinados, a través de una aduana específica y dentro de un plazo de seis meses (la Administración podrá autorizar plazos superiores). Diccionario Técnico, (2015)

2.7.2. Palta

La palabra palta es de origen quechua y se la utiliza tanto para referirse para el árbol como para el fruto, conocida en algunos países como aguacate un fruto verdoso que tiene en su centro una semilla de gran tamaño de aproximadamente cinco centímetros. (nzavacado, 2013)

2.7.3. Aceite

Se refiere a la sustancia grasa que puede ser de origen animal, vegetal o mineral, generalmente insoluble en agua y menos densa, que está compuesta por ácidos grasos. (Martinez, 2010, pág. 34)

2.7.4. Balanza Comercial:

Subdivisión de la balanza de pagos, que refleja las exportaciones e importaciones de mercancías realizadas entre un país y el resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado. El saldo equivale a los ingresos por las exportaciones menos los pagos de las importaciones. (Diccionario Técnico, 2015)

2.7.5. Valor Agregado

También denominado valor añadido se lo utiliza en la economía, finanzas, contabilidad, entre otros, y se refiere cuando un bien o servicio adquiere durante un proceso de transformación una característica más para que en su utilización el cliente o usuario tenga más beneficios que el producto primario. (ONU, 2013)

2.7.6. Barreras Arancelarias:

Derechos de aduana que gravan la importación de mercancías procedentes de países extranjeros. (Diccionario Técnico, 2015)

2.7.7. Incoterms:

La Cámara de Comercio Internacional elaboró en 1928 un conjunto de reglas internacionales que fijaban de modo uniforme las obligaciones que corresponden a cada una de las partes contratantes a tenor del término comercial empleado. (Diccionario Técnico, 2015)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó los siguientes enfoques:

Según Herrera E, 2008. Manifiesta que: “la investigación cualitativa tiene que ver con la comprensión de los fenómenos que rodean a la realidad humana la cual permite interpretar, orientar a formular hipótesis, en cuanto a la investigación cuantitativa se refiere a las características de un tema o sujeto de investigación haciendo referencia a datos estadísticos y cuadros de frecuencias con base en la medición numérica, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. (Herrera, 2008, pág. 94)

3.1.1. Investigación Cualitativa

Permite denotar las características de un tema o sujeto de investigación, en este caso el aceite de aguacate que posee una alta capacidad de nutrición para el cuerpo humano como también su disponibilidad de cultivo en el año, variedades de aceites de aguacate, hábitos de consumo, técnicas de comercialización y de producción, entre otros, de esta manera se obtiene datos informativos sin medición numérica permitiendo describir las cualidades del objeto de estudio.

3.1.2. Investigación Cuantitativa

Este enfoque que permite hacer referencia a datos estadísticos sobre exportaciones e importaciones de aceite de aguacate del Ecuador, producción de oferta, comportamiento del mercado actual (demanda), de esta manera se obtuvo un panorama de la situación actual desde un punto de vista comercial, asimismo se cuantifico los resultados de la investigación en tablas y figuras comparativas.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

3.2.1. Investigación de Campo

Permite que el investigador se relacione de forma directa con el sujeto estudiado, de esta manera proponer un esquema sistemático de hechos en el lugar que se producen, esto con el fin de obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. (Herrera, 2008, pág. 95)

La recolección, tratamiento y análisis de datos de una forma técnica y racional, basada en la estrategia de recolección directa que esté de acuerdo con el propósito de la investigación. Por esta razón se aplicó técnicas como; la entrevista con un cuestionario semiestructurado, para conocer la oferta de la producción de aguacate y su posible procesamiento.

3.2.2. Investigación Documental- Bibliográfica

Su principal objetivo es profundizar los contenidos encontrados a lo largo de la investigación relacionados con el tema, midiendo enfoques de teorías, criterios, conceptualizaciones, entre otros, mediante revistas, libros, periódicos, o cualquier fuente secundaria (pág. 95)

La investigación documental permite fundamentar los diferentes conceptos de fuentes secundarias como: libros físicos y virtuales, revistas, también consultas y análisis de documentos en páginas web sobre posible oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de aceite de aguacate.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.3.1. Descriptivo

Así mismo se utilizó la investigación descriptiva que cuenta con un aspecto importante como esclarecer una verdad, corroborar un enunciado, es decir, representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos situaciones, de tal manera que quien lo lea o interprete tenga una clara idea del tema. La investigación descriptiva fue esencial de este trabajo porque se determinó las características del proyecto e identificando los aspectos importantes sobre las oportunidades de mercados, además los gustos y preferencias del consumidor, los competidores, las normas de los países ofertantes y demandantes, restricciones acerca de la importación del aceite de aguacate, es decir, describir la realidad del objeto de estudio. (pág. 97)

3.3.2. Exploratorio

En el estudio se utilizó la investigación exploratoria con el fin de proporcionar una visión general sobre la realidad o un aspecto de ella de manera tentativo o aproximada, lo cual permitió obtener datos informativos para el desarrollo del marco teórico, características, producción y proyecciones que permitan determinar la situación del mercado aguacatero e industrial a nivel nacional como internacional. (pág. 97)

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.4.1 Muestreo no Probalístico

3.4.1.1 Muestreo Intencional

Para determinar el cálculo de muestra en la investigación se consideró el muestreo intencional debido a que permite identificar el grupo o estrato que ayudara a entender el problema.

El muestreo intencional es aquel que permite que el criterio del investigador decida de forma justificada quienes conforman la muestra (Herrera, 2008)

En la investigación no fue necesario el cálculo de la muestra debido a que el ingeniero Jairo Buitron, el cual es encargado del área de proyectos del Municipio del Cantón Mira, proporcionó la información existente de la producción de aguacate de acuerdo a los datos obtenidos de las asociaciones existentes en el Cantón Mira, así mismo mediante oficios, el ministerio de agricultura ganadería acuacultura y pesca (MAGAP), facilitó datos correspondientes a registros, documentos que respalda la información actual a la producción de aguacate. (Ver anexo 13)

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 5: Operacionalización de variables.

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda potencial en el mercado internacional permitirá la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi.					
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: OPORTUNIDADES DE MERCADO	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómico	¿Cómo está constituida la población?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cómo es la cultura de negociación?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son las costumbres alimenticias?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es el crecimiento poblacional?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es el índice de desempleo en los países demandantes?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es el PIB del país a investigar?	Fichas	Sitios Web.
		Políticos	¿Cuál es la política económica?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son los tratados y convenios comerciales entre Ecuador y el país investigado?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es la balanza comercial?	Fichas	Sitios Web.
		Medidas arancelarias, no arancelarias	¿Existen barreras arancelarias para la importación del aceite de aguacate?	Fichas	Sitios Web.
			¿Existen barreras arancelarias para la importación de aceite de aguacate en el país interesado?	Fichas	Sitios Web.
			¿Existe política alimentaria en el país interesado?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son las exigencias en empaque y embalaje para la comercialización de aceite de aguacate?	Fichas	Sitios Web.
		Tecnológico	¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?	Fichas	Sitios Web.
			¿Conoce sobre la nanotecnología?	Fichas	Sitios Web.
	¿Cuánto destina el País Alemán a la Tecnología?		Fichas	Sitios Web.	
	MERCADO	Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son los potenciales consumidores?	Fichas	Sitios Web.
		Oferta	¿Cuál es la capacidad de oferta?		
			¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones?	Fichas	Sitios Web.
		Producto	¿Existe producción nacional / local?	Fichas	Sitios Web.
¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?			Fichas	Sitios Web.	
¿Cuál es la competencia internacional?	Fichas		Sitios Web.		

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda potencial en el mercado internacional permitirá la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi.					
VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: Comercialización	Entorno País origen	Socioeconómico	¿Cuál es la política económica y comercial del Ecuador?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es el índice de desempleo?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cómo es la cultura de negociación?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es la balanza comercial?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son los tratados y convenios comerciales de Ecuador con el país destino?	Fichas	Sitios Web.
	Producto	Características del producto	¿Cuáles son las características del producto?	Fichas	Sitios Web productores
			¿Cuáles son los costes de producción?	Fichas	Sitios Web.
			¿El producto a que mercado está destinado?	Fichas	Sitios Web productores
		Oferta exportable	¿Qué cantidad de aguacates se producen por hectárea?	Fichas	Sitios Web productores
			¿Cuál es el precio del producto?	Fichas	Sitios Web
			¿Se puede aumentar la producción de aguacates en el futuro?	Fichas	Sitios Web.
	Estudio de Factibilidad	Estudio técnico	¿Cuáles son las exigencias en empaque y embalaje para la comercialización de aceite de aguacate?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?	Fichas	Sitios Web.
			¿Quiénes son sus proveedores?	Fichas	Sitios Web.
		Proceso logístico	¿Qué cantidad de materia prima existe para la transformación de aceite de aguacate?	Fichas	Sitios Web
			¿Cuáles son las características del embalaje?	Fichas	Sitios Web.
			¿Cuáles son los costes del transporte?	Fichas	Sitios Web
		Comercialización	¿Cuáles son los tiempos de transporte?	Fichas	Sitios Web
			¿Cuál es la capacidad de oferta?	Fichas	Sitios Web
		Producto	¿Cuál es la cantidad demandada?		
			¿Cuáles son los demandantes?	Fichas	Sitios Web
¿Cuál es la competencia internacional?	Fichas		Sitios Web		

Elaborado por: Stalin Goyes

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

En la presente investigación para la recolección de datos informativos se utilizó ficha documentales, para conocer la producción de aceite de aguacate del Cantón Mira de la provincia del Carchi y las alternativas de comercialización en el mercado meta.

Como fuente primaria se utilizó técnicas de investigación como: la entrevista con un cuestionario semiestructurado, para conocer la oferta de producción de aguacate en la provincia del Carchi y su posible procesamiento en aceite, la entrevista fue aplicada al ing. Jairo Buitrón encargado de la dirección de proyectos del Cantón Mira. En cuanto a las fuentes secundarias que son datos estadísticos se utilizó fuentes confiables como: datos que se recopilaron de publicaciones de revistas(PROECUADOR, Banco central del Ecuador(BCE), Banco mundial(BM), Ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca(MAGAP), Organización de Naciones Unidad para la Alimentación (FAO), Organización de Naciones Unidas(ONU)).

La utilización de proyección es fundamental para evaluar a futuro el comportamiento de mercado, por lo tanto se utilizó el software Excel para obtener datos guía que sirvan en la toma de decisiones de la investigación de acuerdo a los factores externo como interno de cada país involucrado.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para el procesamiento de información se acudió a fuentes confiables para determinar las oportunidades de mercados mediante el análisis de los factores externos e internos, por lo cual el análisis de estos datos permitirá la determinación de la oferta y demanda del producto a investigar.

3.7.1. Análisis e Interpretación de Resultados.

3.7.1.2. Principales países importadores de aceite de aguacates en el mundo.

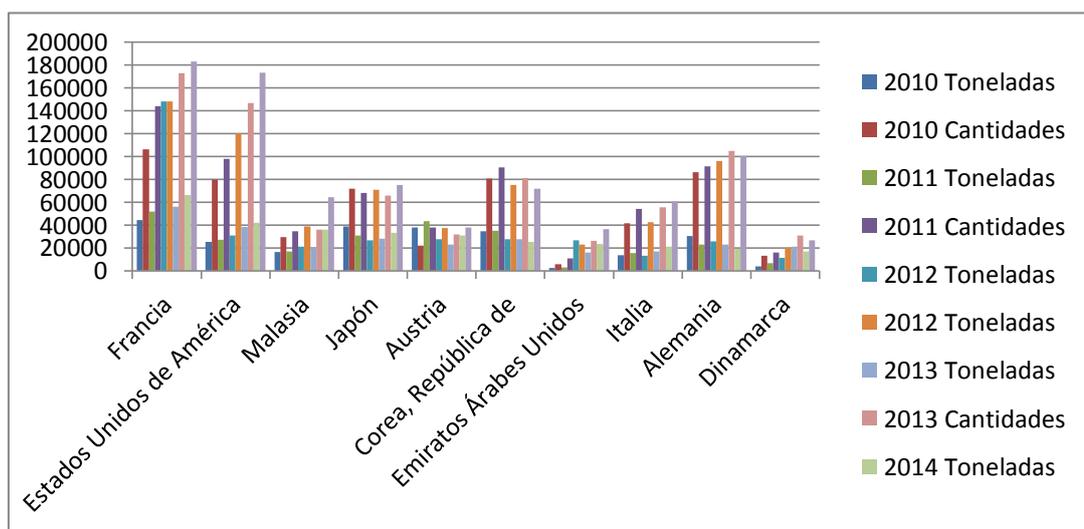
Tabla 6: Importaciones de aceite de aguacate a nivel mundial expresadas en Miles de dólares

PAISES IMPORTADORES	2010		2011		2012		2013		2014	
	Toneladas	Cantidades	Toneladas	Cantidades	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Cantidades	Toneladas	Cantidades
Francia	44423	106087	51759	143754	148010	148010	56054	172573	66349	182871
Estados Unidos de América	25170	79705	27151	97659	30519	120127	38417	146800	41964	173320
Malasia	16215	29253	16657	34655	20752	38557	20574	35816	35690	64290
Japón	38629	71575	30790	68081	26454	70658	27836	65828	33021	75161
Austria	37902	21958	43210	37945	27384	37090	22618	31629	30803	37650
Corea, República de	34387	80679	34908	90562	27682	74955	27592	81093	25281	71841
Emiratos Árabes Unidos	2477	5439	3026	10508	26542	23034	15769	25867	23345	36535
Italia	13598	41368	15314	53989	13010	42351	16640	55584	21044	60314
Alemania	30217	86107	22656	91485	25479	95721	22655	104551	19310	100222
Dinamarca	3812	12881	6719	15906	10958	20223	20765	30838	16937	26406

Fuente: (Trade Map, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 1: Principales países importadores de aceite de aguacate



Fuente: (Trade Map, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Según el gráfico N°4 señala a los países con mayores cantidades importadas del producto clasificado en la partida 15159000; Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), durante el periodo 2010-2014 se muestra que Francia es un potencial consumidor de este producto, tomándolo como un cliente para generar una oportunidad de negocio, le sigue Estados Unidos de América y Japón considerando que el mercado de aceites se encuentra en ascenso.

3.7.2. FACTORES EXTERNOS

3.7.2.1. Factores Socioeconómicos

Los factores socioeconómicos muestran las condiciones que un mercado posee a la hora de comercializar un producto, esto se debe a que las circunstancias económicas de cada empresa o mercado son cambiantes, este tipo de análisis ayuda al ofertante y comprador a que conozcan el potencial del producto según las exigencias económicas o sociales de cada país. (LERMA, 2010, pág. 21)

3.7.2.2. Producto Interno Bruto (PIB)

Se refiere al valor total de bienes y servicios producidos dentro de un país durante un periodo determinado. Según LERMA, 2010 manifiesta que este indicador es el valor monetario total de la producción de bienes y servicios producidos en el territorio de un país durante el periodo de un año una clara referencia a la capacidad monetaria de un estado al momento de contabilizar los bienes y servicios producidos en un tiempo determinado.

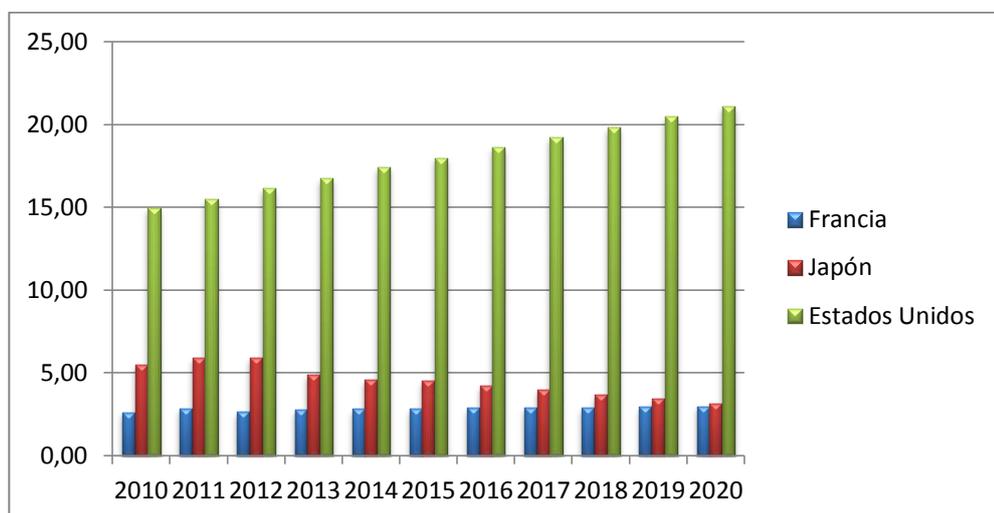
Tabla 7: Producto Interno Bruto expresado en millones de dólares

Años	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	2.65	5.50	14.96
2011	2.86	5.91	15.52
2012	2.69	5.95	16.16
2013	2.81	4.92	16.77
2014	2.83	4.60	17.42
2015	2.86	4.54	18.02
2016	2.89	4.27	18.63
2017	2.92	3.99	19.25
2018	2.95	3.71	19.86
2019	2.98	3.43	20.48
2020	3.01	3.16	21.10

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 2: Producto Interno Bruto expresado en millones de dólares



Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

En el análisis de producto interno bruto se muestra que Estados Unidos de América mantiene una economía que aumenta en base al consumo de los hogares mismos que adquieren bienes nacionales e importados, no obstante el producto interno bruto (PIB) de Francia en los últimos años ha mantenido una variación constante, lo cual significa una estabilidad económica a largo plazo. Sin embargo Japón se muestran con un nivel similar como se puede notar en la proyección del año 2020, vale la pena resaltar que tras la crisis económica mundial todos los países utilizados en este análisis tuvieron graves problemas pero Estado Unidos de América se recuperó con un crecimiento sostenido por lo cual se lo ubica líder de este grupo de países.

Es necesario mencionar que un Producto Interno Bruto (PIB) hace notar el aumento de consumo de productos nacionales, lo cual, fortalece la economía de este país ya que permite que el dinero rote en la economía nacional. Entre Francia, Japón y Estados Unidos, el tercer país mencionado supera por mucho la capacidad de producción nacional lo cual muestra una estabilidad económica tanto a nivel empresarial como del consumidor.

3.7.2.3. PIB per cápita

Se refiere a la división del Producto Interno Bruto (PIB) para el número de habitante de un determinado país, sin considerar los subsidios y depreciaciones de los bienes. Según LERMA, 2010 menciona que la suma de todos los bienes y servicios producidos en un país divididos para el número de habitantes, por lo tanto este resultado muestra la capacidad de compra de la sociedad de un estado.

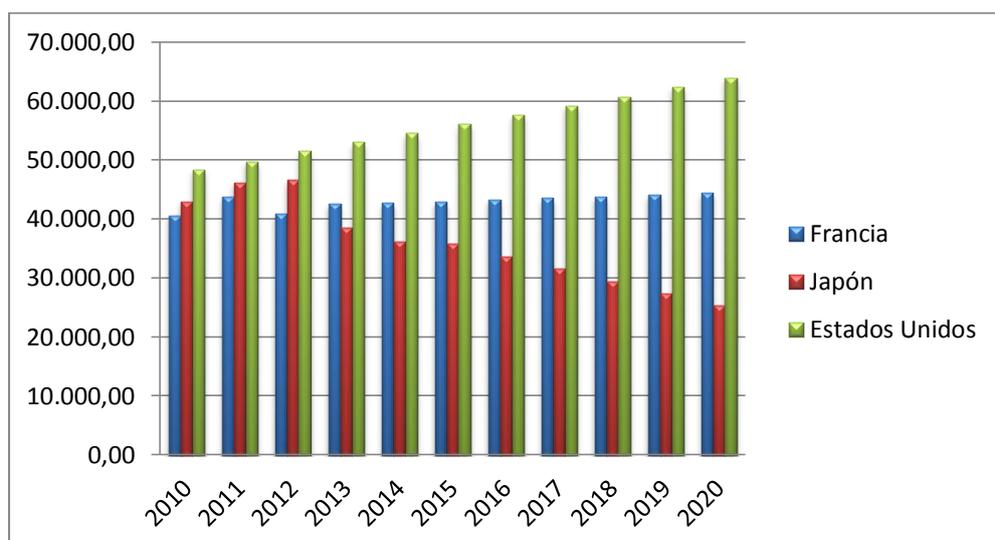
Tabla 4: PIB per cápita expresado en miles de dólares

Años	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	40,708.50	42,909.20	48,377.40
2011	43,810.60	46,203.70	49,803.50
2012	40,953.40	46,679.30	51,495.90
2013	42,631.00	38,633.70	53,042.00
2014	42,736.20	36,194.40	54,601.25
2015	43,030.68	35,824.18	56,169.87
2016	43,318.26	33,724.22	57,738.49
2017	43,605.84	31,624.26	59,307.11
2018	43,893.42	29,524.30	60,875.73
2019	44,181.00	27,424.34	62,444.35
2020	44,468.58	25,324.38	64,012.97

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 3: PIB per cápita expresado en miles de dólares



Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

De acuerdo al gráfico N°3 se puede observar que el PIB per cápita de Japón en el año 2012 tiene un alto porcentaje de acumulación de riquezas pero se puede notar que conforme el pasar de los años el declive de este indicador es importante porque en la proyección no muestra una recuperación, por lo tanto la capacidad de compra del habitante japonés se reducirá paulatinamente.

En cambio Francia cuenta con un per cápita confiable ya que en el periodo 2010-2014, se comporta en un incremento sostenido en los años próximos se estima que el crecimiento continuará, es decir, que la población tendrá más posibilidades a la hora de adquirir productos o servicios, lo que muestra una oportunidad para empresarios en la oferta de productos y servicios considerando la evolución del consumo de los hogares.

También tenemos a Estados Unidos de América es evidente su evolución PIB per cápita por lo tanto en este grupo de estudio este país se lo considera como uno de los más fuertes, según el Banco Mundial la capacidad de adquisición de los habitantes son muy altas, para los empresarios es muy favorable para el mercado interno.

La capacidad de compra de una determinada población se determina mediante el reflejo que muestre el PIB per cápita, la influencia que este indicador tiene sobre el mercado es vital ya que muestra si un empresario tiene la posibilidad de incrementar su oferta o si en un futuro tendrá que disminuirla, por lo tanto los países estudiados reflejan una buena salud económica en cuanto a su capacidad de adquisición por habitante.

3.7.2.4. Inflación

Muestra la situación o comportamiento del mercado al momento de determinar la evolución o disminución del valor de la moneda, también se lo puede considerar como el que indica el poder adquisitivo de la moneda de cada país, de tal forma que si la moneda pierde poder adquisitivo los precios de los productos tienden a subir, por lo tanto la inflación influye en el comportamiento del mercado al momento de comprar y vender. (LERMA, 2010, pág. 22)

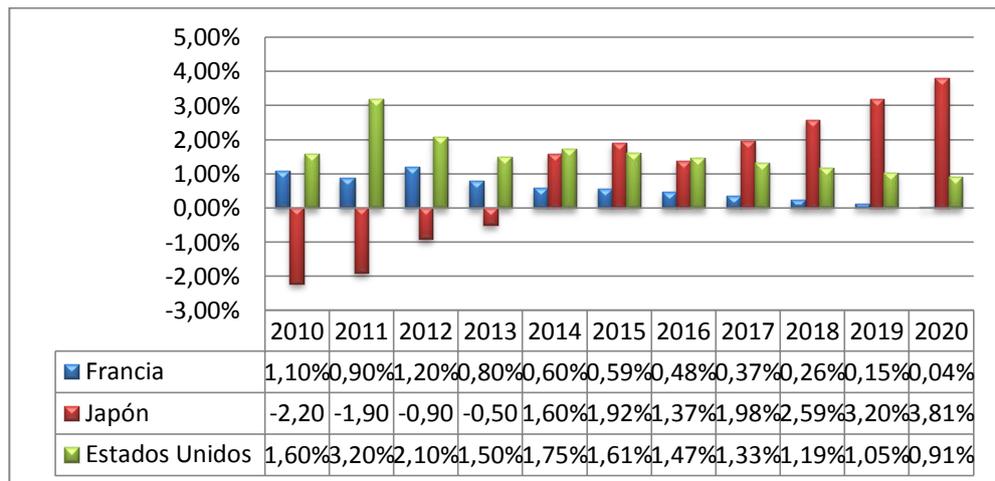
Tabla 5: Índice de precios al consumidor

Años	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	1.10%	-2.20%	1.60%
2011	0.90%	-1.90%	3.20%
2012	1.20%	-0.90%	2.10%
2013	0.80%	-0.50%	1.50%
2014	0.60%	1.60%	1.75%
2015	0.59%	1.92%	1.61%
2016	0.48%	1.37%	1.47%
2017	0.37%	1.98%	1.33%
2018	0.26%	2.59%	1.19%
2019	0.15%	3.20%	1.05%
2020	0.04%	3.81%	0.91%

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 4: Índice de precios al consumidor



Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Durante el periodo 2010-2013 Japón presenta una deflación lo cual provocó que los precios de los productos al interior del país se desplomen produciendo que la demanda de los bienes y servicios suba, esto debido al aumento del sueldo real de la fuerza laboral, pero en el periodo siguiente 2004-2015 deja de ser deflación y el país sufre una inflación del 0.80% en comparación el año anterior el país tuvo una subida del 1.4 % en inflación, lo que significa que los precios de los productos y servicios suban. Considerando las proyecciones para los años venideros se observa que la inflación va en aumento con sus respectivas variaciones, cuando se presenta este este escenario no presagia un buen panorama para los empresarios tanto sea para la inversión o expansión.

Es necesario resaltar que una inflación que se maneja entre 0 y 3% se la considera saludable o positiva desde el punto de vista de precios de productos y bienes, si consideramos a Francia en el año 2010- 2013 se encuentra dentro de los parámetros saludables con un promedio 1% anual lo que significa que presenta un ambiente confiable para la inversión, de igual manera en la proyecciones presentan los mismos parámetros los cual nos indica que Francia tiene una economía estable en la actualidad.

La inflación de Estados Unidos de América presenta una buena salud ya que se mantiene con un promedio 0.9% anual lo que permite que los precios de los productos se mantengan, tomando en cuenta que las proyecciones del periodo 2016-2020 tienden a bajar pero a no niveles preocupantes para considerarla una posible deflación. Lo cual muestra una atractiva situación para inversiones futuras en el mercado interno.

3.7.2.5. Tasa de desempleo

Es cuando las personas activas están sin trabajo y en busca del mismo, el desempleo es la proporción de la población activa que no está generando productividad y que busca emplearse, se lo calcula este indicador dividiendo el número de personas desempleadas por el total de personas que son considerados como fuerza laboral. La tasa de desempleo es un indicador muy observado y se lo considera como un pilar débil en una economía y para controlar esto se debe de reducir las tasa de interés. (Banco Mundial, 2014)

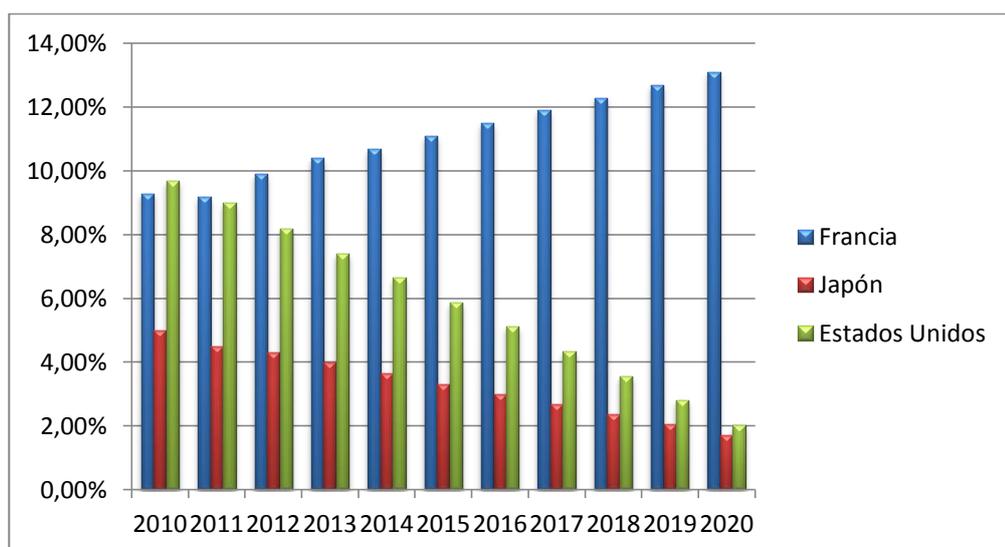
Tabla 6: Tasa de desempleo

Años	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	9.30%	5%	9.70%
2011	9.20%	4.50%	9%
2012	9.90%	4.30%	8.20%
2013	10.40%	4.00%	7.40%
2014	10.70%	3.65%	6.65%
2015	11.10%	3.33%	5.88%
2016	11.50%	3.01%	5.11%
2017	11.90%	2.69%	4.34%
2018	12.30%	2.37%	3.57%
2019	12.70%	2.05%	2.80%
2020	13.10%	1.73%	2.03%

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 5: Tasa de desempleo



Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

3.7.3. FACTORES POLÍTICOS

Los factores políticos consisten en leyes, dependencias del gobierno de cada país, es decir, implica una imposición de poder en la sociedad con leyes de protección al consumidor, normas sanitarias y barreras arancelarias que inciden en el comercio al promover o impedir las importaciones y exportación o incentiven la inversión extranjera. (LERMA, 2010, pág. 24)

3.7.3.1. Políticas comerciales

La política comercial es el conjunto de instrumentos (aranceles e impuestos, subsidios) que utiliza el estado para regular sustantivamente las relaciones comerciales a nivel internacional. Este tipo de normativa se establece de acuerdo a la normativa legal de cada país, de esta manera generar procesos de integración comercial para facilitar el ingreso a los mercados y establecer relaciones comerciales. (LERMA, 2010, pág. 24)

3.7.3.1.1. Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y se cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, ya sea por el ingreso o salida de los productos. (PROECUADOR, 2015). Por lo tanto las barreras arancelarias son aquellos impuestos que regulan el ingreso de productos a un mercado estableciendo un tratado comercial que fomente la protección de la industria nacional, proponiendo una regulación en contra de políticas comerciales desleales.

Tabla 7: Arancel vigente de Francia según la partida 1515900000

País	Partida arancelaria	Descripción	Acuerdo Comercial	Ad Valorem
Francia	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuate "cacahuate, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	sistema general de preferencia arancelarias (SGPlus)	0%

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Según PROECUADOR 2014 Francia es un estado miembro de la Unión Europea (EU), constituye el sistema más avanzado de asociación económica y política, considerando que Francia es un país miembro de la OMC(organización mundial de comercio), por lo cual genera oportunidad de ingresar a este mercado por medio de la nación más favorecida ya que brindan más facilidades de ingreso a dicho mercado por medio de la liberación de pago de impuestos o tarifas arancelarias, sin embargo actualmente Ecuador cuenta con el sistema general de preferencia arancelarias (SGPlus). Lo cual facilita el ingreso de productos ecuatorianos y por ende aumenta las exportaciones ecuatorianas.

Tabla 8: Arancel vigente de Estados Unidos de América según la partida 1515900000

País	Partida arancelaria	Descripción	Acuerdo Comercial	Ad Valorem
Estados Unidos de América	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	ley de preferencia comerciales para los países andinos	0%

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

La OMC y sus miembros dentro de este sistema de cooperación posee varias herramientas como son los siguientes grupos en negociación: APEC, G-10, Friends of Ambition (NAMA); además, es parte del sistema multilateral de comercio incluido el Programa de Doha para el Desarrollo (PDD). En el marco de la OMC, implementó un conjunto de medidas destinadas a los países en desarrollo. (PROECUADOR, 2015)

Las relaciones comerciales en los últimos años han servido como instrumento para fomentar el crecimiento económico de un país en desarrollo, en el caso de Estados Unidos de América es un miembro más de la organización mundial de comercio (OMC) desde el año 1995, por lo tanto considerando la relación de Latinoamérica con Estados Unidos de Américas específicamente en el caso de Ecuador se acoge a la ley de preferencia comerciales para los países andinos esto beneficia a los países en vías de desarrollo reduciendo las tarifas arancelarias para facilitar el ingreso al mercado en este caso de Ecuador a Estados Unidos de América.

Tabla 9: Arancel vigente de Japón según la partida 1515900000

País	Partida arancelaria	Descripción	Acuerdo Comercial	Ad Valorem
Japón	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	Ley de preferencia comercial para los países en desarrollo.	1.68%

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Japón presenta un panorama en el ámbito político en la actualidad la apertura comercial se fundamenta en la negociación de acuerdos de asociación económica (EPA), el objetivo de estos acuerdos es la reducción de aranceles para determinados productos, también incluye la integración económica de una forma estratégica, es decir, inversiones gubernamentales, acondicionamiento del entorno de negocios, cooperación bilateral entre otras. Es necesario resaltar que Japón es miembro de la Organización de las Naciones Unidas (OMC), lo cual permite que por medio del programa para el desarrollo de medidas dirigidas para la ayuda de paises en desarrollo. En el caso de las relaciones de Ecuador y Japón considerando los antecedentes de varios años pasados han sido saludables en una continua mejora de relaciones comerciales como lo evidenció en la reunión de cancilleres en el 2015. (PROECUADOR, 2015)

3.7.3.1.2. Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias se caracterizan por ser dispuestas por un gobierno por medio de sus instituciones públicas, las cuales buscan obstruir el ingreso de productos a un determinado país, con el objetivo de proteger la industria del mismo o asegurar la calidad del producto al consumidor final, consideremos que existen dos tipos de barreras no arancelarias sanitarias y técnicas, las sanitarias proponen cuidar la salud publica al evitar el ingreso de productos nocivos para la salud, las técnicas se refiere a los requisitos

como su composición o estructura que necesita un producto para ingresar al país. (PROECUADOR, 2014)

Requisitos para el ingreso del mercado de Estados Unidos: Todo exportador debe de cumplir con el siguiente requisito principal registrarse en Food and Drug Administration (FDA), misma que es responsable de la seguridad de los alimentos y etiquetas de Estados Unidos a su vez verifica que el producto sea apto para el consumo, además analiza el etiquetado que cumpla con los normativa de Estados Unidos y los demás procedimientos de ingreso a este mercado.

Mercado de origen

En cuanto al mercado de origen los productos debe precisar claramente el país de origen de las mercancías caso contrario no podrán ingresar a los Estados Unidos de esta manera serán detenidos U.S.Custom and Border protection (USCBP). (PROECUADOR, 2015, pág. 6)

Requisitos para las exportaciones de Francia: Según la normativa de la Unión Europea la exigencia para el ingreso de productos alimenticios sin importar si son frescos o procesados establece medidas sanitarias y fitosanitarias para la importación de productos agroalimentarias que se detallan a continuación.

Higiene Alimentaria: Los productos alimenticios que ingresen a los países que conforman la Unión Europea deberán regirse a procedimientos de seguridad alimenticia basándose en el sistema de análisis de riesgos y control de puntos críticos conocido como HACCP (Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius constituyen una firme base para garantizar la higiene de los alimentos). El sistema de HACCP facilita la inspección por parte de las autoridades encargadas de regular el control de los alimentos y favorece el comercio internacional al aumentar la confianza de los compradores en la inocuidad de los alimentos. Se detalla los siguientes parámetros:

- **Límite máximo de residuos químicos**

Máximo de residuos aproximadamente 150 agroquímicos sin importar que sean alimentos frescos o procesados.

- **Seguridad de alimentos**

Garantizar el grado de protección de la salud humana y los intereses de los consumidores en relación con los alimentos y también la protección al medio ambiente.

Empaque embalaje y etiquetado

“Francia es bastante exigente en lo que a etiquetado se refiere. De acuerdo con la Ley de Toulon de 1994, todas las presentaciones e información deben estar en francés, todas las abreviaciones o expresiones extranjeras deben haber sido validadas por las normas francesas y la etiqueta debe mencionar el nombre del producto, marca, composición, consejos de uso, fecha de fabricación y expiración, origen del producto, nombre y dirección del exportador, precio, especificaciones del producto, normas y código de barras” (PROEcuador, 2013, pág. 32)

La información en el producto debe de ser clara y comprensiva por los consumidores finales, para lo cual se debe considerar aspectos importantes en el etiquetado como por ejemplo:

- Nombre con el que se vende el producto.
- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente del producto.
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen).
- La fecha de vencimiento.
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor.
- Las instrucciones de uso y almacenaje.
- La identificación del lote.
- El país de origen.

En cuanto a los envases y embalajes se debe cumplir con requisitos generales para la protección del medio ambiente y disposición específica para el cuidado de la salud de los consumidores. En cuanto a las políticas de

cada empresa del sector privado cuentan con exigencias adicionales por ejemplos certificaciones GLOBAL GAP. Estos se refiere a mantenimiento de registro y trazabilidad, caso contrario si no se cuenta con estos requisitos se prohibirá la venta en el mercado interno del país miembro.

Certificación de Norma Francesa

La marca de la norma francesa garantiza la calidad y seguridad de los productos y servicios certificados sin embargo esta certificación no es necesaria pero posee una ventaja de ser conocida por el 85% de los franceses, desde el punto de vista de marketing es una ventaja a la hora de comercializar con esta norma.

Condiciones de Compra y Pago

Las condiciones de negociación se las realiza bajo los incoterms FOB y CIF de comercio internacional, el francés necesita sentirse seguro con cada uno de los procedimiento que se involucran en la importación respetando los acuerdos previos, en forma de pago se establece como alternativa segura la crédito documentario ya que este ofrece seguridad a ambas partes.

Requisitos para las exportaciones de Estados Unidos de América

Prohibiciones, restricciones y licencias de importación

Estados Unidos de América controla el ingreso de productos por medio de CBP (Aduanas y Protección Fronteriza de los EE.UU), esta es encargada de aplicar las leyes que habilitan o restringen el ingreso de cualquier producto a este país, es decir, las importaciones se prohíben o se permiten bajo ciertas condiciones por medio de licencias de importaciones, considerando otros tipos de restricciones como la entrada por ciertos puertos. (PROEcuador, 2015)

Por ejemplo en la lista de productos prohibidos, restringidos o con prescripciones especiales menciona que los productos alimenticios, medicamentos, cosméticos e Instrumentos médicos están sujetos a las prescripciones de la Ley de seguridad de la salud pública, la preparación y respuesta en casos de bioterrorismo, de 2002. También está prohibida la importación de artículos adulterados o con marcas que puedan inducir a error y de productos defectuosos, peligrosos, sucios o producidos en condiciones antihigiénicas (CBP, 2014)

Licencias de Importación

Las licencias de importación que exige Estados Unidos pueden ser automáticas o no automáticas dependiendo de los productos que se vayan a introducir, la clasificación se la realiza por medio de categorías para fines de la investigación la categoría que se considera es determinadas plantas y productos de origen vegetal dependiendo del producto se decidirá si es automática o no.

Prescripciones sanitarias y fitosanitarias

- **Productos alimenticios y farmacéuticos**

La FDA (Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos), se encarga de establecer los reglamentos alimenticios y de medicamentos tanto como para el consumo humano o animal, las normas establecidas en el 2014 sobre la inocuidad de los alimentos dispone que los importadores deben de certificar que los productos presentan controles previos adecuados para garantizar la inocuidad del producto caso contrario se podrá denegar su ingreso.

- **Zoosanitarias y Fitosanitarias**

Servicio de inspección Zoosanitarias y Fitosanitarias (APHIS), se ocupa de elaborar los reglamentos enfocados a evitar la introducción de alimentos que posean plagas o enfermedades sean estas

animales o vegetales como son plantas vivas, cereales, oleaginosas y productos hortofrutícolas.

- **Agencia de protección del medio ambiente**

La Agencia de protección del medio ambiente (EPA), es la encargada de controlar el límite que lleva un producto alimenticio de plaguicidas incluido herbicidas y fungicidas, la EPA en el 2012 fijo 827 niveles de tolerancia para residuos de plaguicidas.

- **Requisitos para las exportaciones de Japón**

Japón es uno de los países que requiere de autorizaciones de importación según lo resuelto en el consejo de seguridad de las naciones unidas, estas contemplan a las armas y otros artículos que procedan de Jamahiriya Árabe Libia. Los productos que están sujetos a esta aprobación son los siguientes: ciertos marinos, medicamentos, productos químicos, nucleares, armas, animales y plantas, productos que afecten la capa de ozono, entre otros. Vale la pena mencionar que la aplicación de restricción cualitativa a las importaciones para este caso a los empresarios se les otorga un certificado de asignación de contingente esto de acuerdo a las cantidades requeridas en el interior del país.

Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

El ministerio de agricultura, silvicultura y pesca es el encargado de establecer medidas para determinar leyes de protección relacionadas con enfermedades infecciosas de los animales que quieran ingresar al país o productos que atenten con la salud interna de la población, el procedimiento por lo tanto Japón aplica medidas sanitarias y fitosanitarias muy específicas para todo producto que ingresa al país sea este animal o vegetal.

Etiquetado y Envasado

El etiquetado en los alimentos está dispuesto en la ley de condiciones sanitarias de los alimentos obligando al cumplimiento de las mismas, estos se dividen en categorías como: productos alimenticios elaborados, productos alimenticios frescos, productos alimenticios alterados genéticamente, productos alimenticios que contengan aditivos, lo cual deben estar especificados en la etiqueta del producto, en los productos alimenticios elaborados de importación no es obligatorio mostrar el lugar de origen como también es necesario mencionar el etiquetado debe contener información preventiva en caso de que el producto tenga reacciones alérgicas.

3.7.3.2. Balanza Comercial

La balanza comercial es la diferencia entre las importaciones y exportaciones de un país durante un año, es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior a las exportaciones dando como resultado un superávit comercial y viceversa genera un déficit comercial, por lo tanto permite realizar un seguimiento a las operaciones de comercio exterior de cada que el país. (Departamento Administrativo nacional de estadísticas-DANE, 2013, pág. 1)

Tabla 10: Balanza Comercial Francia-Ecuador Millones de dólares

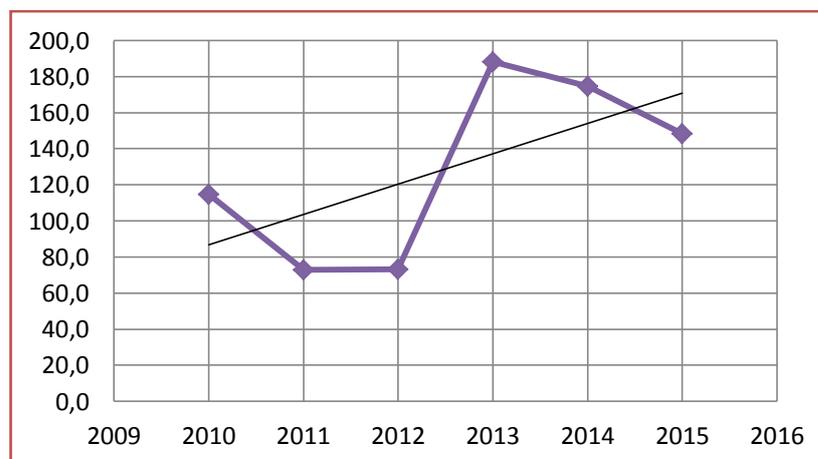
Variables	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	204,3	209,9	237,1	315,1	313,5	268,6
Importaciones	89,5	137,0	163,8	126,8	139,0	120,2
Total	114,8	72,9	73,3	188,3	174,5	148,4

Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 6: Balanza Comercial Francia-Ecuador

Millones de dólares



Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Según las cifras del Banco Central del Ecuador sobre las importaciones y exportaciones entre Francia y Ecuador, muestran una balanza comercial positiva, a pesar de existir variaciones entre ambas partes desde el año 2010 hasta el 2015, además en el 2014 se impulsó varios acuerdos como el SGP que permite exportar varios productos con un estímulo arancelario, por lo tanto ayuda a que podría existir una tendencia moderada de crecimiento y la oportunidad para ingresar a este mercado. Por otra parte el comportamiento de comercio a través del tiempo ha sido positivo entre a Unión Europea y Ecuador.

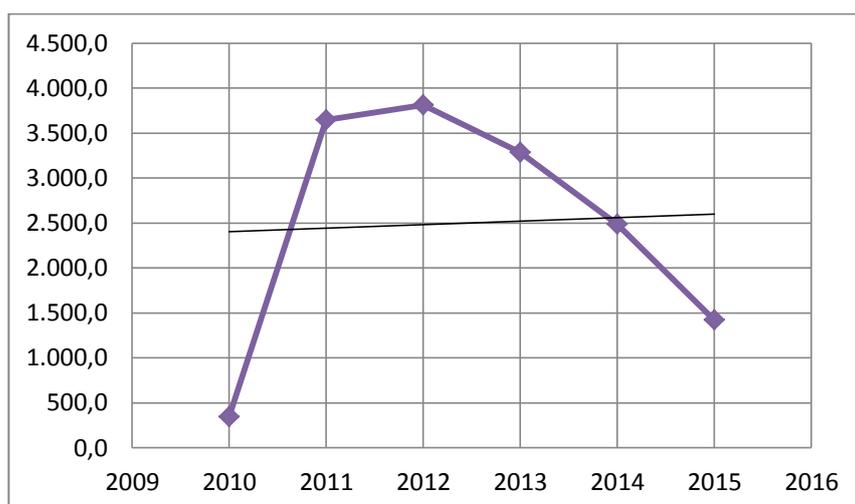
Tabla 11; Balanza Comercial -Estados Unidos-Ecuador Millones de dólares

Variables	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	6.077,5	9.770,8	10.617,1	11.042,7	11.239,6	7.226,2
Importaciones	5.736,4	6.120,6	6.802,4	7.755,1	8.750,8	5.806,2
Total	341,1	3.650,2	3.814,7	3.287,6	2.488,8	1.420,0

Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 7: Balanza Comercial -Estados Unidos-Ecuador Millones de dólares



Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

La balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos ha presentado fluctuaciones importantes, sin embargo se ha mantenido positiva durante el transcurso de los últimos cinco años debido a que las exportaciones han aumentado constantemente, a pesar de la renuncia unilateral del tratado de preferencias arancelaria (ATPDA), Estados Unidos se ha convertido en el primer mercado para las exportaciones ecuatorianas no petroleras, de acuerdo estudios realizados por FEDESPOR 2014, el comercio total no petrolero con Estados Unidos es mayor al de la Unión Europea, ubicándolo a Ecuador como el octavo socio comercial con un 45% de las exportaciones estadounidenses, por lo tanto se estima proyecciones favorables para el aprovechamiento de oportunidades de negocios en los años futuros .

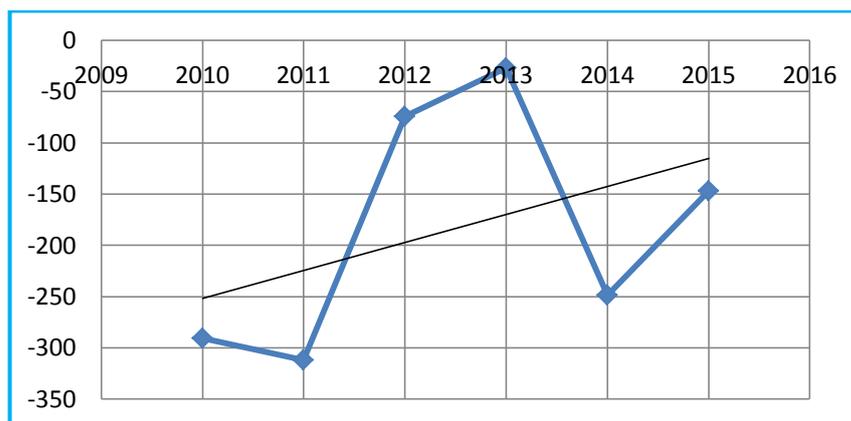
Tabla 12: Balanza Comercial Japón-Ecuador Millones de dólares

Variables	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	402	348,9	657,3	572,2	326	330,9
Importaciones	692,7	660,7	731,6	599,3	574,4	478
Total	-290,7	-311,8	-74,3	-27,1	-248,4	-147,1

Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 8: Balanza Comercial Japón-Ecuador Millones de dólares



Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

La balanza comercial bilateral Japón- Ecuador ha sido bastante irregular, como se puede observar en el gráfico, ya que las exportaciones ecuatorianas hacia Japón representan cifras negativas debido a que las importaciones superan a las exportaciones, esto puede ser por la exigencia en la calidad y presentación en productos de origen vegetal o animal que demandan las normas japonesas para ingresar a este mercado.

3.7.4. FACTORES LEGALES

Los factores legales comprenden a todas leyes, decretos y normas que afectan al comercio internacional de un país, estos pueden variar de país en país en la distribución, venta y normas relativas al envase, embalaje, etiquetado, marcas comerciales e idioma que garantice la seguridad del producto en el país importador. (LERMA, 2010, pág. 27)

3.7.4.1. Normativa Aduanera

Cada país propone un conjunto de normas que son plausibles de ser aplicadas, en el ámbito de comercio internacional la aduana de cada país es la encargada de hacer cumplir estas disposiciones legales esto es con el objetivo de proteger y controlar los bienes y servicios que puedan entrar o salir de cada país.

Tabla 13: Normativa Aduanera

Francia	Estados Unidos	Japón
Código aduanero comunitario	Código de reglamentación federales (CFR)	Ley de Control de Cambios y del Comercio Exterior (Foreign Exchange and Foreign Trade Control Law)

Fuente: OMC, 2015

Elaborado por: Stalin Goyes

Francia es uno de los países miembros de la Comunidad Europea la cual se basa en una Unión Aduanera donde los intereses comerciales y económicos los comparten conjuntamente, además los procedimientos de comercio exterior se basan en el código aduanero de la Unión Europea.

“El código aduanero comunitario asegura que las autoridades aduaneras de los Estados miembros aplican las normas de manera uniforme, estas normas garantizan que las practicas aduaneras en todos los países de la unión europea sean transparentes en todos los procedimientos aplicables en el comercio exterior entre la comunidad europea con terceros países.” (Export Helpdesk, 2015)

El código aduanero se enfoca en establecer normas para la determinación de derechos y obligaciones a todos los operadores de comercio exterior funcionando de manera imparcial dentro de un territorio aduanero.

En cuanto al código de reglamentos federales (CFR), contiene leyes aprobadas por el gobierno federal de los Estados Unidos, la cual sirve para las importaciones y exportaciones, siendo importante para la protección del consumidos a que los operadores de comercio exterior deben cumplir con las directrices de fabricación, comercialización y etiquetado y responsabilidades arancelarias de los productos a ingresar.

3.7.4.2. Ley Ambiental

La normativa ambiental comprende aquellas normas aplicables con el fin de asegurar la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental, también se encarga de establecer obligaciones y responsabilidades para todo aquel que esté involucrado en el comercio exterior. (Servicio de Evaluación de Impacto Ambiental, 2013).

Tabla 14: Ley Ambiental

Francia	Estados Unidos	Japón
Sistema comunitario de gestión y auditoría medio ambientales.(EMASIII)	Ley nacional de política ambiental	Legislación ambiental

Fuente: (EPA, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Las normas ambientales tiene como fin el aseguramiento del bienestar del medio ambiente y de la población por lo cual las normativas ambientales de Francia, Japón y Estados Unidos contemplan disposiciones en cuanto a los productos que ingresan a los mercados de los países mencionados, las disposiciones exigen que los bienes a ingresar cumplan con condiciones que ayuden a conservación del medio ambiente: por ejemplo los productos deben tener etiquetas biodegradables, envases reciclables, con el mínimo de residuos químicos, entre otros parámetros.

3.7.5. FACTORES GEOGRÁFICOS

Se entienden por factores geográficos al medio físico, el clima, los suelos y las formas de relieve lo cual se relacionan directamente con el ser humano y su medio, influenciando condiciones para los mercados de cada país aportando variaciones positivas o negativas a la hora de producir y obtener materias primas.

3.7.5.1. Población

Población es el conjunto de seres vivos que habitan en un lugar determinado, en cuanto a los seres humanos son contabilizados por medio de censos esto se lo realiza dentro de un periodo determinado.

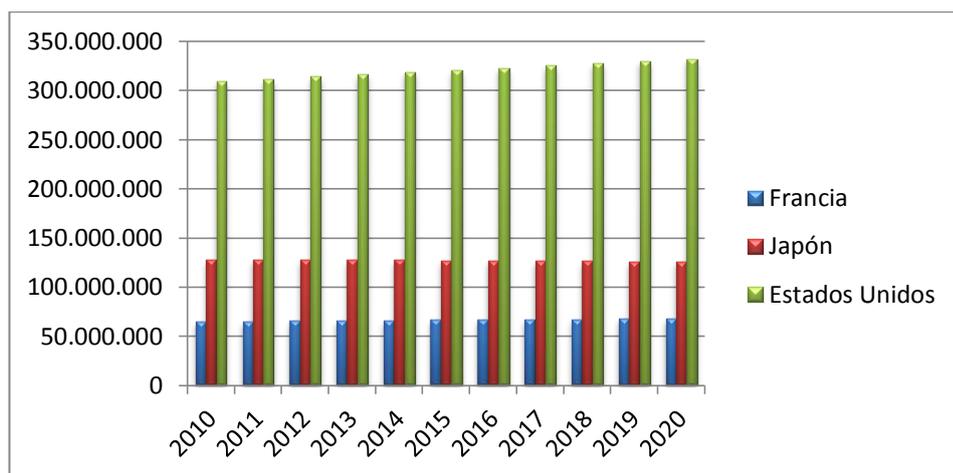
Tabla 15: Población

	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	65,023,142	128,070,000	309,326,295
2011	65,338,149	127,817,277	311,582,564
2012	65,635,082	127,561,489	313,873,685
2013	65,920,302	127,338,621	316,128,839
2014	66,201,365	127,131,800	318,402,534
2015	66,505,188	126,877,321	320,672,409
2016	66,799,048	126,641,815	322,942,285
2017	67,092,908	126,406,309	325,212,160
2018	67,386,767	126,170,804	327,482,035
2019	67,680,627	125,935,298	329,751,911
2020	67,974,487	125,699,793	332,021,786

Fuente: (BM, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 9: Población



Fuente: (BM, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Francia, Estados Unidos y Japón son países considerados como desarrollados mismos que poseen extensa área territorial e infraestructura, también presentan grandes cantidades de personas, ordenándose de la siguiente manera según el 2014, estados unidos con 318, 402,534 millones, seguido por Japón 127,131,800 millones y Francia 66,201,365, de acuerdo al gráfico existe una tendencia de crecimiento para los próximos años por lo cual se entiende que entre mayor población más alto será la demanda de productos en satisfacción de necesidades.

3.7.5.2. Índice de desempeño logístico

Este índice se encarga de evaluar el desempeño del despacho de aduana de cada país la calidad de infraestructura y servicios relacionados con el transporte de mercancías, tiempos, costes, frecuencias de envíos de los diferentes medios de transportes. La calificación de este indicador varía entre 1 y 5 don de cinco representa el mejor desempeño. (PROECUADOR, 2014)

Tabla 16:Índice de desempeño logístico

Francia	Estados Unidos	Japón
3.85	3.92	3.91

Fuente (PROECUADOR, 2014, pág. 30)

Elaborado por: Stalin Goyes

En el año 2014 el índice de desempeño logístico del banco mundial ubicó a Estados Unidos en la posición novena con una calificación promedio 3.92 puntos, a Japón en la décimo con una calificación 3.91 puntos y Francia en el décimo tercero con una calificación 3.85 puntos en el ranking mundial conformado por 160 países, resultados que reflejan la eficiencia de los procesos logísticos con promedios aceptables en comparación a otros países.

3.7.5.3. Índice de competitividad global

De acuerdo al foro Económico Mundial 2014-2015 la competitividad de un país se compone de doce pilares, este índice mide un conjunto de instituciones políticas y factores que definen los niveles de bienestar económico sostenible, es decir, la competitividad global analiza la actitud de un país o empresa de acuerdo a su capacidad adquisitiva. Este índice varía entre uno y siete donde la calificación más alta representa una mejor estabilidad.

Cabe mencionar que se tomará en cuenta tres pilares que intervienen directamente con la investigación, a continuación de los detalla:

- Estabilidad macroeconómica
- Eficiencia en el mercado de bienes
- Tamaño de mercado

Tabla 17: Pilares de competitividad global

Países	Estabilidad Macroeconómica	Eficiencia en el Mercado de Bienes	Tamaño de mercado
Francia	4.6	4.6	5.7
Estados Unidos	4	5.1	6.9
Japón	3.6	5.2	6.1

Fuente: (Foro Económico Mundial, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

La estabilidad macroeconómica comprende dos aspectos fundamentales como: el crecimiento estable de la economía con estadísticas positivas en el comportamiento de un país el segundo parámetro la estabilidad de precios con una inflación baja y estable. De acuerdo a las cifras del Foro Económico mundial Francia ocupa el puesto número ochenta y dos con un 4.6 de calificación a su gestión económica esto implica que la salud de los indicadores económicos del país se mantienen saludables mediante el comportamiento de la inflación, ahorro nacional, deuda publica entre otros. En cuanto a Estados unidos obtuvo 4 puntos de calificación ubicándolo en el

puesto en el ciento trece y Japón con 3.6 ubicándolo en el puesto ciento veinte y siete.

La eficiencia de mercado de bienes genera una ventaja competitiva ya que obliga a las empresas a ser más innovadoras de acuerdo a la exigencia del consumidor debido a que estos pueden ser en algunos países más exigentes que en otros. De esta manera Francia alcanza una calificación de 4.6, Estados Unidos 5.1 y Japón un 5.2, resultados que indican la eficiencia en cuanto a la productividad de las empresas enfocándose a la satisfacción del consumidor final según sus exigencias.

El tamaño del mercado tiene mucha influencia en la demanda de bienes y servicios sean nacionales o externos, lo que permite que las empresas aprovechen al máximo la economía a escala toman en cuenta que se presenta un problema al momento de satisfacer la gran demanda de un mercado amplio ya que la producción no abastece al consumidor nacional. Por lo tanto Francia obtiene un puntaje de 5.7 en satisfacción de mercado, en el caso de Estados Unidos 6.9 y Japón 6.1.

A nivel general considerando los doce pilares de competitividad global estos países se ubican en los siguiente puesto dentro del ranking de 144 economías mundiales, Estados Unidos se ubica en el puesto número 3 con una calificación 5.5 le sigue Japón en el puesto número 6 con una puntuación del 5.5 y por ultimo Francia ocupa el puesto 23 con una puntuación del 5.1. (Foro Economico Mundial, 2015)

3.7.6. Matriz perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Tabla 18: Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

FACTORES	FRANCIA				ESTADOS UNIDOS				JAPÓN			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Crecimiento del PIB	BAJO	1			ALTA	3			MEDIO	2		
PIB per cápita	BAJO	1			ALTA	3			MEDIO	2		
Tasa de inflación anual	BAJO	1			ALTA	3			ALTO	2		
Tasa de interés	ALTO	3			BAJA	1			MEDIO	2		
Tasa de desempleo			ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1
	SUMA	6	SUMA	3	SUMA	10	SUMA	2	SUMA	8	SUMA	1
	PROMEDIO	1.2	ROMEDIO	0.6	PROMEDIO	2	ROMEDIO	0.4	PROMEDIO	1.6	PROMEDIO	0.2
FACTORES POLÍTICOS / LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Política Comercial												
Barreras arancelarias	ALTO	3			MEDIO	2			BAJA	1		
Balanza comercial	MEDIO	2			ALTA	3			BAJA	1		
Acuerdos comerciales	ALTO	3			MEDIO	2			BAJA	1		
	SUMA	8	SUMA	0	SUMA	7	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	2.67	ROMEDIO	0	PROMEDIO	2.33	ROMEDIO	0	PROMEDIO	1	ROMEDIO	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Población	BAJA	1			ALTA	3			MEDIO	2		
Índice de desempeño logístico	BAJO	1			ALTA	3			MEDIO	2		
Competitividad global												
Estabilidad macroeconómica	ALTA	3			MEDIA	2			BAJA	1		
Eficiencia en el mercado de bienes	BAJO	1			ALTA	3			MEDIO	2		
Tamaño de mercado	MEDIO	2			ALTA	3			BAJA	1		
	SUMA	8	SUMA	0	SUMA	14	SUMA	0	SUMA	8	SUMA	0
	PROMEDIO	2	ROMEDIO	0	PROMEDIO	2.8	ROMEDIO	0	PROMEDIO	1.6	PROMEDIO	0
Ponderación												
	ALTO=3				MEDIO=2				BAJA=1			

Resumen POAM	Francia		Estados Unidos		Japón	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2.67	0.60	2.00	0.40	1.60	0.20
Factores Políticos/ Legales	2.67	0.00	2.33	0.00	1.00	0.00
Factores Geográficos	1.60	0.00	2.80	0.00	1.60	0.00
SUMA	6.93	0.60	7.13	0.40	4.20	0.20
PROMEDIO	1.73	0.15	1.78	0.10	1.05	0.05
	1.58		1.68		1.00	

3.7.6.1. Análisis de la matriz POAM

Tomando en cuenta el estudio de los factores externos se obtuvo resultados que ayudaron a determinar las oportunidades de negocio en los países de Francia, Estados Unidos y Japón, por lo tanto para determinar la mejor alternativa de ingreso a un mercado potencial se estructuró la tabla de oportunidades y amenazas del medio (POAM), misma que posee una ponderación de 1 a 3 donde: 3 muestra el más alto desempeño, de esta manera se obtuvo la tabla de resumen POAM donde el puntaje más alto lo obtuvo Estados Unidos por presentar una economía estable la cual es sostenida por la producción y el consumo nacional ya que mantiene un buen margen de poder adquisitivo a pesar de la variación de precios en los productos su economía se mantiene saludable.

En cuanto a Francia y Japón en los últimos años las economías han fluctuado de manera inestable pese a esto su capacidad de producir riqueza se mantiene positivas debido al crecimiento de la tecnología, servicios e industria otro punto de vista importante que tienen en común son los altos estándares de calidad e inocuidad en el producto que tiene la intención de ingresar a dichos mercados.

Considerando estos aspectos importantes se obtiene resultados positivos que generan oportunidades para la comercialización de aceite de aguacate asumiendo riesgo que se pueden presentar, según la tabla de resumen POAM los países obtiene el siguiente puntaje: Estados Unidos 1.68 le sigue Francia con 1.58 y en tercer lugar Japón con 1, de esta manera se escoge a Estado Unidos por reunir las mejores alternativas para un ambiente de comercio internacional favorable con Ecuador, por lo tanto las amenazas en el ingreso a este mercado son reducidas, tomando en cuenta que tiene una población extensa y ofrece un mercado amplio siendo este país atractivo por tener una de las economías más fuertes del mundo.

3.8. ANÁLISIS DE MERCADO

3.8.1. Perfil del consumidor de Estado Unidos

El incremento por mejorar los hábitos y dietas saludables en Estados Unidos ha generado que el consumo de aceite de aguacate en el mercado estadounidense tenga una gran acogida por ser un producto 100% natural y con un alto contenido nutritivo, este país presenta un problema en su población de un alto porcentaje de obesidad, según Food marketing institute. 2011, el 40% de sus habitantes sufren de sobrepeso a causa de llevar una vida sedentaria y el consumo de comidas chatarras como papas fritas, hamburguesas, snacks, entre otros. De esta manera se estableció medidas públicas para protección alimenticia del consumidor, el aumento de la concientización implica que las personas adopten conductas más saludables prefiriendo productos bajos en grasa, orgánicos, sin aditivos químicos y sin transgénicos. Por lo tanto el 60% de la población está dispuesta a probar productos novedosos que posean características saludables valoradas por su calidad y no por su precio. (PROECUADOR , 2013)

El aceite de aguacate es rico en valores nutricionales, ya que además de ser un alimento sano es ideal como aderezo para todo tipo de comida, ayuda a proveer y controlar enfermedades como colesterol, la osteoporosis y cardiovasculares. Por lo tanto lo hace un producto apto para todo tipo de edades y condiciones de acuerdo a las preferencias del consumidor, siendo así un producto atractivo en las preferencias de la demanda del consumidor final en el mercado estadounidense.

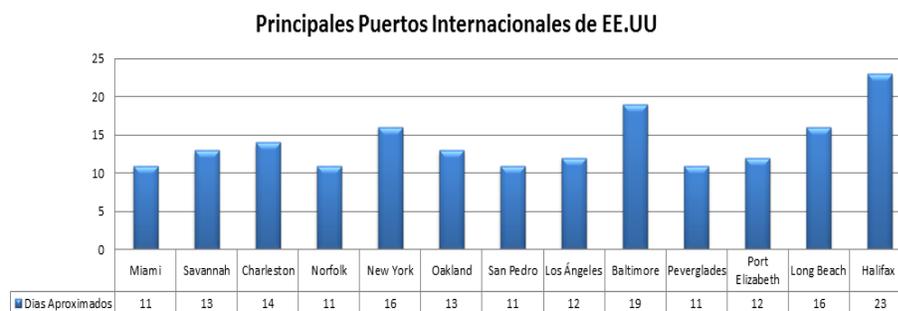
Según Pro Chile, 2011. El consumo de aceite de aguacate en Estado Unidos se ha incrementado de manera sostenida, sin embargo la cantidad consumida no sigue la recomendación de la FAO de tres cucharas al día para aprovechar al máximo de sus beneficios, vale la pena mencionar que esta cantidad no tiene que ser sobrepasada puesto que afectaría a problemas de aumento de peso. (PROCHILE, 2011)

Otro punto de vista importante es que las políticas comerciales estadounidenses están enfocadas a facilitar el ingreso de productos que posean cualidades nutricionales que ayuden al cuidado de la salud del ser humano, por lo tanto los productos no deben contener grasas saturadas ni otro componente que afecte al bienestar de la sociedad, entonces el aceite de aguacate presentando la característica de ser 100% natural lo hace más atractivo para el consumidor que sufre de problemas de obesidad, como también a las personas que desean llevar una vida saludable.

3.8.2. Puertos marítimos internacionales de Estados Unidos

Los puertos de este país son muy organizados y cuentan con la tecnología de punta para la ejecución del descargue y cargue de los productos que arriban a estos. Los productos ecuatorianos principalmente ingresan por 8 distritos de Estados Unidos lo que son representados por el 94.6% del total exportado desde Ecuador. Los distritos utilizados son: Los Ángeles, California (37.08 %); San Francisco, California (26.41%); Houston/Galveston, Texas (8.55%); Miami, Florida (7,62%); Port Arthur, Texas (5.89%), Nueva York, Nueva York (4.76%); San Diego, California (3,48%); Mobile, Alabama (2,40%); Filadelfia, Nueva y Orleans (2,35%) (PROECUADOR, 2015, pág. 23)

Gráfico 10: Principales Puertos Internacionales



Fuente: (PROECUADOR , 2013)
Elaborado por: Stalin Goyes

Según los datos obtenidos de PROECUADOR los principales puertos de Estados Unidos son 13 mismos que cuentan con las condiciones para realizar movimientos comerciales eficientes y eficaces, mismos que se categorizan por tipo de producto según la organización del puesto, si mismo en el gráfico se muestra los días promedio que tarda un buque en trasladarse desde Ecuador a puerto destino. A continuación se detalla un breve resumen en cuanto la logística de desde el puerto de Guayaquil- Ecuador hacia los puertos de Los Ángeles, Miami y New York: se indica la siguiente tabla.

Tabla 19: Logística de desde el puerto de Guayaquil- Ecuador

Puerto de origen	Puerto de destino	Contenedor seco	Tiempo de transito
Puerto de Guayaquil	Los Ángeles	\$2000	10 días
	Miami	\$1800	8 días
	New York	\$2500	12-15 días

Fuente: **(PROECUADOR , 2013)**

Elaborado por: Stalin Goyes

3.8.2. Transporte aéreo

Estados Unidos cuenta con un alto estándar en el nivel tecnológico de los aeropuertos entre los más principales se encuentran el de Los Ángeles que maneja un tránsito de 66.6 millones de pasajeros, este aeropuerto recibe el 50% del tonelaje de la carga es internacional, mientras que el aeropuerto de New York JFK es el segundo en importancia ya que transitan por el mas de 50.4 millones de pasajeros anuales y el tercero es el de Miami con un tránsito de 40 millones de pasajeros este aeropuerto como los anteriores son utilizados como puntos de conexiones entre Estados Unidos y América Latina y el Caribe. (PROECUADOR, 2015)

3.8.3. Producto a Exportar

La clasificación arancelaria se le denomina a un sistema que permite la organización de las mercancías por medio de códigos utilizados en el comercio exterior el cual al momento de importar o exportar facilitan su identificación, la designación de códigos a los productos permite que se generen grupos ordenados lógicamente a los cuales se les asigna una tarifa arancelaria, es decir, los impuestos que deberá pagar un producto al momento de ingresar a un país, tomando en cuenta esto a continuación presentaremos la clasificación del producto en estudio según la normativa Ecuatoriana y estadounidense.

Tabla 20: Clasificación del producto a exportar

	Ecuador	Estados Unidos
Sub partida	151590. Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	151590.- Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined, but not chemically modified (excl. soya-bean, groundnut, olive, palm, sunflower-seed, safflower, cotton-seed, coconut, palm kernel, babassu, rape, colza and mustard, linseed, maize, castor and sesame oil)
Sub partida nacional	1515900000.- Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.: Los demás	1515900000.- Los demás

Fuente: (OMC, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

3.8.4. Descripción del producto

El aceite de aguacate se extrae de la pulpa del fruto que lleva el mismo nombre, el aceite en un análisis químico muestra que posee beneficios para la salud relacionadas con la reducción de problemas cardiovasculares, colesterol, prevenir cáncer, entre otros.

El aceite de aguacate es un aceite “saludable”, posiblemente más que el de oliva, por tanto es adecuado para el consumo humano directo, así como una excelente fuente de grasas para las personas con deficiencias cardiovasculares. (Martha, 2011, pág. 18)

3.8.4.1. Propiedades Físicas y Químicas

Los ácidos grasos forman parte de los ácidos orgánicos los cuales se encuentran presentes en los aceites vegetales como el aceite de aguacate, en la naturaleza se conocen unos 40 ácidos grasos distintos, entre estos podemos mencionar a la familia de los omega 3 (ácido linolénico) y omega 6 (ácido linoleico), estos permiten que el organismo de los mamíferos sintetice los demás ácidos incluyendo al hombre, es importante mencionar que en el cuerpo el generar este proceso de sintetizar resulta dificultoso por lo mismo se le debe de ayudar a base de dietas. La presencia de estos ácidos grasos insaturados es una de las principales características y fortalezas del aguacate y por ende del aceite de este producto, se dice que puede ser aún más beneficioso que el aceite de oliva. (Martha, 2011, pág. 20). En la siguiente tabla se muestra las características nutricionales denotando los beneficios del aceite de aguacate en comparación con el aceite de oliva:

Tabla 21: Componentes nutricionales

Característica	Aguacate	Oliva
Clorofila (ppm)	40-60	4-6
Ácido Oleico (%)	0.08-0.17	0.15-0.25
PV (fresh - mEq/kg fat)	0.1-0.2	1.0-2.0
Gravedad Específica (25°C)	0.915-0.916	0.914-.918
Índice de Yodo (from GLC)	82-84	75-82
Beta-sitosterol (%)	0.45-1.0	0.1-0.2
Vitamina E (mg/kg)	130-200	100-150
Alfa-tocoferol (mg/kg)	130	100
Beta/Gamma-tocoferol	15	10
Delta-tocoferol	5	10
Cobre (ppm)	<0.05-0	05-0.1
Pesticidas	No Detectado	ND

Fuente: (Martha, 2011, pág. 25)

Elaborado por: Stalin Goyes

3.8.4.2. Ficha técnica del producto

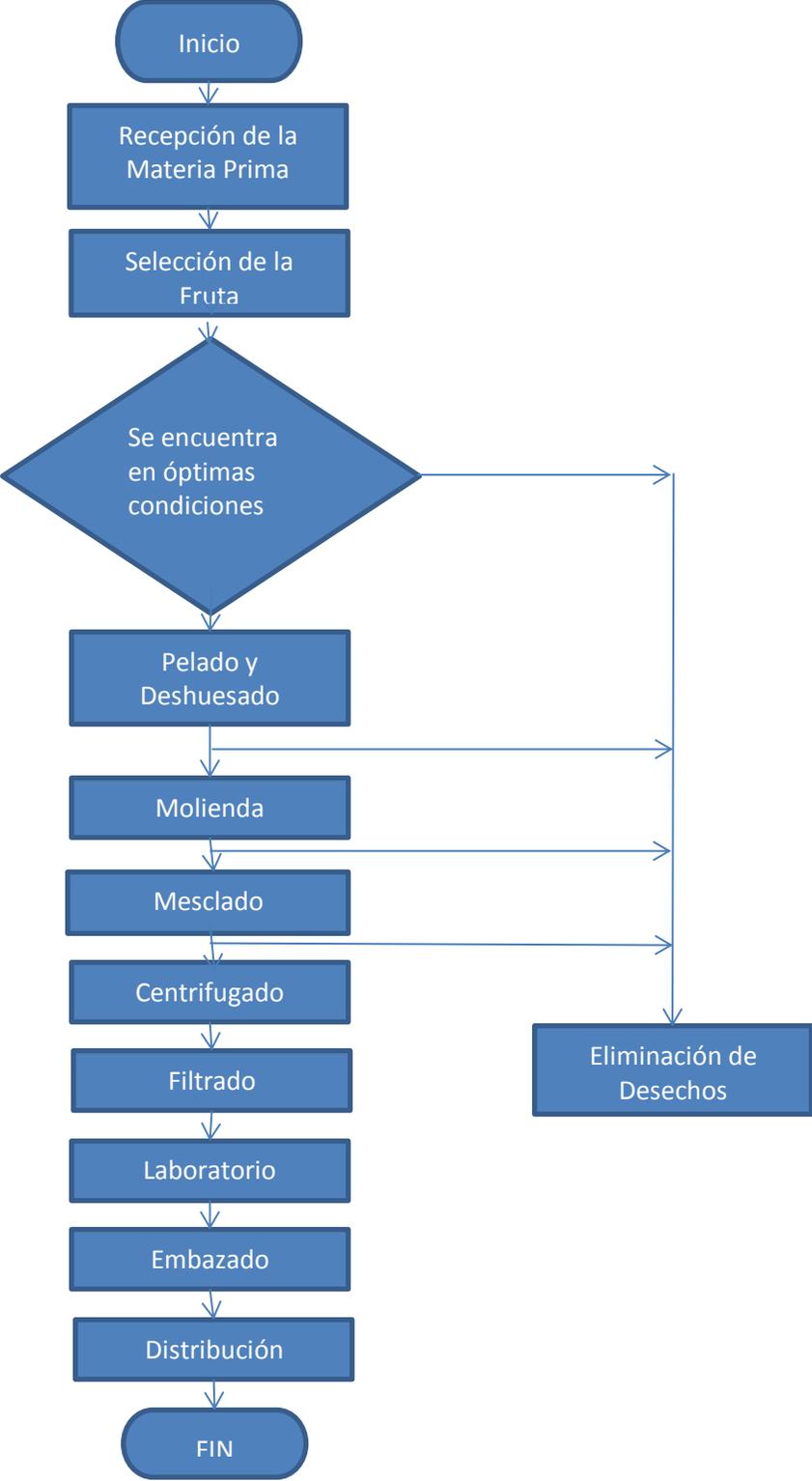
Tabla 22: Ficha Técnica del Aceite de Aguacate

	
Nombre científico	Aceite de aguacate extra virgen
Nombre comercial	Aceite de aguacate
Composición	El aceite de aguacate se obtiene del tratamiento de fruto del árbol persea americana por medio de la extracción por centrifuga a temperaturas menores a 45°C este producto contiene 9 ácidos de los 40 existentes a más de los dos ácidos grasos de la familia de los omega 3 y 6.
Formulación	100% de aceite de aguacate
Valor nutricional	Clorofila (ppm) 40-60 Ácido Oleico(%) 0.8-0.17 Índice de Yodo 82-84 Vitamina E(mg/kg) 130-200 Beta/Gamma-tocoferol 15 Cobre (ppm) < 0.05
Valores Diarios	Grasa total 7g 11% Grasas saturadas 1g 5% Colesterol 0% Vitamina D 0,4 mg/100g Vitamina E 13,28mg/100 Valores diarios basados en una dieta de 2.000 calorías
Uso	Por su alto punto de vaporación de 223°C es excelente para freír, saltear o sellar carnes, ideal para ensaladas, mayonesa y salsas frías o calientes.
Empaque	Botella oscura de vidrio

Fuente: (Martha, 2011, pág. 25)

Elaborado por: Stalin Goyes

3.8.4.3. Proceso de Producción



El proceso de diagrama de flujos muestra desde la adquisición de la materia prima hasta su distribución, a continuación se detalla una breve descripción del proceso productivo:

Recepción de la materia prima

Al momento de la llegada de la materia prima se registra su ingreso en el sistema para determinar su origen, clase, estado.

Selección de la Fruta

Una vez que ingresa al área de producción la fruta es clasificada de acuerdo a su estado con el fin de identificar los elementos que afecten a la calidad del producto final.

Pelado y deshuesado

En esta etapa se procede a quitar la semilla de la fruta manualmente de igual manera se identifica que la fruta este en buen estado.

Molienda

En este proceso consiste en desmenuzar la fruta a través de fricción entre los frutos logrando reducirlos en trozos pequeños hasta el punto de obtener una masa líquida.

Mezclado

Una vez obtenida la masa líquida se procede a la elaboración de la pulpa donde se la coloca a una temperatura entre 25°C a 45°C.

Centrifugado

Por medio de máquinas de centrifuga se realiza la extracción del aceite donde se separa el aceite de la pulpa.

Filtrado

Se ingresa el aceite a una área de reposo para separar las partículas solididad existentes.

Laboratorio

Se realiza un control de cálibra en cada 300 litros controlando el acides libre y nivel de peróxidos.

Embazado

El aceite debido a su color natural por la clorofila el embace tiene que ser verde oscuro para que ayuden a preservar las características del mismo, luego de esto se procede al etiquetado, empaçado y almacenado.

Distribución

Se prepara para la distribución verificando que las cantidades sean completas y empaque y embalaje este en óptimas condiciones ya que este producto es considerado como frágil.

Eliminación de Desechos

En cuanto al desecho se consideran los frutos defectuosos o en mal estado, la cascara, la semilla y la pulpa sin aceite mismas que pueden ser utilizadas para la fabricación de abono y elaboración de sub productos.

3.8.4.4. Precios internacionales

Tabla 23: Ficha Técnica de precios internacionales de aceite de aguacate

Marca	Nombre	Origen	Contenido	Precio Dólares	Punto de Venta
PALTITA	Extra Virgen Avocado Oil	Chile	250ml	\$ 8.75	www.hugoedibleoils.com
DEL PALTO	Extra Virgen Avocado Oil	Chile	250ml	\$ 9.6	tienda kouzine
OLIVADO	Extra Virgen Avocado Oil	Nueva Zelanda	250ml	\$ 12.99	Supermercado Fresh Market
Avoro	Extra Virgen Avocado Oil	México	250ml	\$ 12.99	www.avoro.com
Olivado	Extra Virgen Avocado Oil	Nueva Zelanda	250ml	\$ 13.99	supermercado Wholefoods
Precio Promedio				\$ 11.66	

Fuente: (PROECUADOR , 2013)

Elaborado por: Stalin Goyes

3.9. FACTORES INTERNOS

3.9.1. Factores socioeconómicos

3.9.1.1 Situación actual del Ecuador

De acuerdo a los datos del Banco Mundial (2014), en los últimos 4 años la República del Ecuador ha mostrado un crecimiento sostenido en su economía a pesar de los efectos de la crisis económica global, logrando alcanzar el 7.9% en el año 2011, en cuanto a los dos años siguiente este crecimiento se redujo moderadamente reflejando una tasa del 5.2% y 4.6% respectivamente sin embargo para el año del 2014 muestra una economía estable ya que su fluctuación es mínima mostrando un 4.9% de la tasa de crecimiento del producto interno bruto.

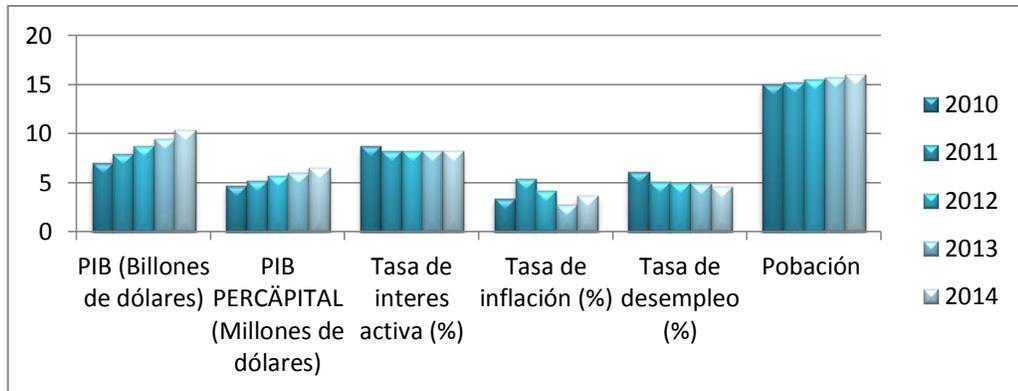
Tabla 24: Factores Socioeconómicos del Ecuador

	2010	2011	2012	2013	2014
PIB (Billones de dólares)	6.96	7.93	8.76	9.45	10.35
PIB PERCÁPITAL (Millones de dólares)	4.64	5.2	5.66	6.00	6.51
Tasa de interés activa (%)	8.68	8.17	8.17	8.17	8.19
Tasa de inflación (%)	3.33	5.41	4.16	2.7	3.67
Tasa de desempleo (%)	6.11	5.07	5.00	4.86	4.54
Población	15.00	15.25	15.49	15.74	15.98

Fuente: (BCE, 2014), (BM, 2014) (INEC, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 11: Factores Socioeconómicos del Ecuador



Fuente: (BCE, 2014), (BM, 2014) (INEC, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

De acuerdo al gráfico se puede observar una economía saludable de la república del Ecuador considerando los diferentes indicadores económicos de los 2010 al 2014, reflejado un PIB en crecimiento lo que indica que los factores productivos del país está fortaleciéndose manteniendo una economía en acenso permitiendo que las sociedad tenga un mayor poder adquisitivo, el ambiente de bienestar en la sociedad genera alternativas de inversión tanto nacional como extranjera generando empleo para la población que está en crecimiento.

3.9.2. FACTORES POLÍTICOS

3.9.2.1. Política Económica

Los productos con valor agregado fomentan la apertura de nuevos mercados por lo tanto la política económica del Ecuador se ha introducido inteligentemente en la economía mundial, es decir, a partir del año 2006 ha aportado proyectos relacionados a la diversificación de mercados como productos y complementariedad económica acompañado de medidas de protección a la industria nacional tomadas por la administración del presidente Rafael Correa. (PROECUADOR , 2014, pág. 12) . Por lo tanto la comercialización de aceite de aguacate contribuye al más grande proyecto que plantea el país llamado cambio de la matriz productiva buscando el buen vivir de los agricultores y exportadores.

3.9.2.2. Balanza Comercial del Ecuador

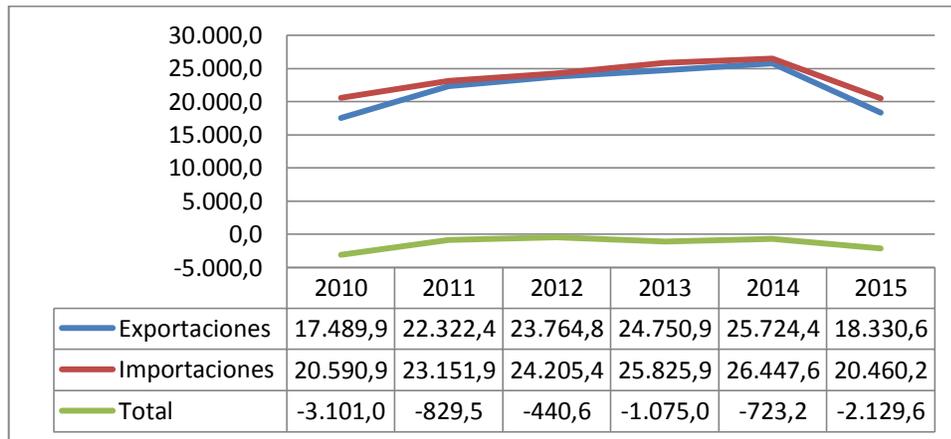
Tabla 25: Balanza Comercial del Ecuador en millones de dólares

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	17.489,9	22.322,4	23.764,8	24.750,9	25.724,4	18.330,6
Importaciones	20.590,9	23.151,9	24.205,4	25.825,9	26.447,6	20.460,2
Total	-3.101,0	-829,5	-440,6	-1.075,0	-723,2	-2.129,6

Fuente: (BCE, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Gráfico 12: Balanza comercial del Ecuador en millones de dólares



Fuente: (BCE, 2015)
Elaborado por: Stalin Goyes

De acuerdo a la información obtenida al banco central del Ecuador desde el año 2010 hasta el 2014 Ecuador ha mantenido variaciones en cuanto a las exportaciones e importaciones, por lo tanto ha realizado mayores importaciones generando un déficit en su balanza comercial en los tres primeros años, a pesar de esto las exportaciones aumentaron en un 4.8% con respecto al año 2013 y las importaciones en un 8.2%, en el 2014 generó un superávit comercial de 135.20 millones de dólares lo que conlleva a una recuperación del comercio nacional. Con la iniciativa de la matriz productiva se promueve el incremento de oferta de productos con valor agregado dando mayor oportunidad de incrementar las exportaciones y diversificar el mercado nacional.

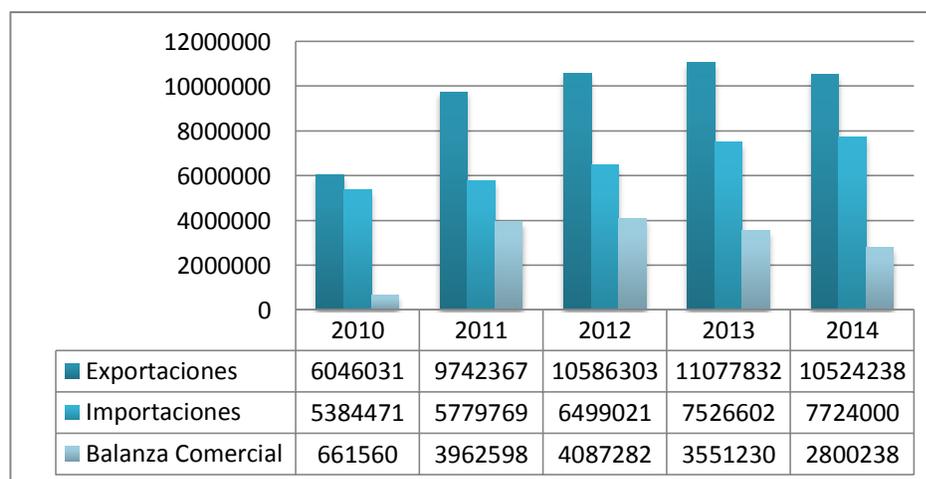
3.9.2.2.1. Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos

Tabla 26: Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos (Miles USB FOB)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	6046031	9742367	10586303	11077832	10524238
Importaciones	5384471	5779769	6499021	7526602	7724000
Balanza Comercial	661560	3962598	4087282	3551230	2800238

Fuente: (PROECUADOR, 2015, pág. 10)
Elaborado por: Stalin Goyes

**Gráfico 13: Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos
(Miles USB FOB)**



Fuente: (BCE, 2015, pág. 10)
Elaborado por: Stalin Goyes

La relación comercial Ecuador- Estados Unidos ha presentado cifras positivas según sus antecedentes, las exportaciones son mayores a las importaciones ecuatorianas por lo tanto es necesario entender cuál es el incentivo de este suceso, se puede decir que este beneficio se debió por el acuerdo ATPDA (tratado de preferencia arancelarias) que mantenía estos dos países hasta el 2013 en el cual muestra un decrecimiento del 0.05% en comparación con el año 2014 se lo podría atribuir este declive a la eliminación del tratado ATPDA sin embargo esta eliminación no ha causado efectos considerables en las relaciones comerciales.

3.9.3. FACTORES LEGALES

Ecuador al no tener ningún acuerdo comercial con Estados Unidos puede acogerse al beneficio que brinda la Organización Mundial de Comercio, que cuenta con el tratado de la nación más favorecida permitiendo un acceso al mercado estadounidense de productos de países en vías de desarrollo como el Ecuador.

3.9.3.1. Proceso de Exportación

3.9.3.1.1. Registro como Exportador

Para la exportación desde Ecuador se debe cumplir con varios requisitos que estipula la aduana del Ecuador.:

- Obtener el RUC (registro único de contribuyente) emitido por el servicio de rentas internas
- Registrarse en la página del servicio de aduanas del Ecuador como exportador.
- Obtener el certificado de digital para la firma electrónica y autenticación autorizado por el Banco Central del Ecuador
- Registrarse en el portal del ECUAPASS
- Factura comercial
- Ruc (registro único de contribuyente)
- Documentos de transporte

Documentos para la exportación de aguacate

Tabla 28: Documentos Requeridos para Exportación

Documento	Descripción	Agencia	Costo
Certificado de origen	Se lo obtiene mediante el sistema de ECUAPASS.	Cámara de la pequeña industria (Tulcán)	11.20
Certificado fitosanitario	Para el otorgamiento del certificado de debe realizar un aforo a las instalaciones de fabricación y del producto terminado	Agrocalidad	18.00
Registro sanitario	Reglamentos, Normativas, Resoluciones y Disposiciones Internas	ARCSA	Anual 40

Elaborado por: Stalin Goyes

3.10. ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

3.10.1. Situación actual del sector ofertante

Mediante la constitución la producción agrícola en el Ecuador se a mostrado fortalecida, generando un aumento en su capacidad de producir con eficiencia incentivando a la autosuficiencia de o pueblos para obtener productos de calidad que ayuden a fomentar una soberanía alimentaria.

“Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente. (Constitución del Ecuador , 2008)

La actividad agroalimentaria en el Ecuador tiene alternativas y oportunidades que se compromete a cumplir el estado ecuatoriano entre ellas podemos rescatar el impulsar la producción y transformación de la pequeñas y medianas empresas permitiendo a comunidades, asociaciones obtener una economía social y solidaria, esto respaldando a los cultivos de aguacate con un escenario de retribución equitativo tanto en recursos físicos como financieros brindando un respaldo a los pequeños y medianos productores ubicados en la Provincia del Carchi y a nivel nacional.

3.10.1.1. Sectores ofertantes

Los sectores ofertantes en la provincia del Carchi se encuentran ubicados en los cantones Bolívar y Mira por su ambiente ideal para el cultivo de aguacate, por lo cual existe la producción de materia prima para la industrialización de aceite de aguacate, considerando que la oferta principal se encuentra en el

Cantón Mira, en la siguiente tabla se detalla los sectores y cantidades de producción de aguacate, datos que fueron obtenidos a través de oficios dirigidos al ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca (MAGAP).

Tabla27: Sectores ofertantes de aguacate en a provincia del Carchi

PROVINCIA	CANTÓN	VARIEDAD	HECTÁREAS	KG DE FRUTOS POR AÑO
CARCHI	BOLÍVAR	Guatemalteco	110	1958000
		Hass	75	1622400
		Fuerte	365	7592000
	MIRA	Guatemalteco	250	5785000
		Hass	125	2704000
		Fuerte	102	2121600
TOTAL PROVINCIA			1027	17109820
TOTAL A NIVEL NACIONAL			5507	

Fuente: (MAGAP, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla28: Participación de las Principales Provincias Del Ecuador en Superficie Cosechada de Aguacate

Carchi	18%
Imbabura	14%
Pichincha	28%
Tungurahua	14%
Manabí	10%

Fuente: MAGAP

Elaborad por: Stalin Goyes

De acuerdo con el MAGAP, En la provincia del Carchi existen 1027 hectáreas destinada al cultivo de aguacate la cual representa 18% de participación nacional, obteniendo 10610 toneladas anuales repartidas en la variedades hass y fuerte, es necesario mencionar que su mayoría de la producción se destina a consumo y el 20% a exportación, considerando que por la falta de proyectos que aprovechen la oferta de aguacate los precios de esta fruta son muy bajos creando un problema a los productores por la falta de precios estables que

aseguren la inversión del sector aguacatero, por lo tanto la producción de aguacate todavía se la considera débil considerando a la superficie disponible que no se aprovecha a nivel nacional. (Ver anexo 5)

3.10.1.2. Estudio de la oferta

La producción de aguacate en la provincia del Carchi se focaliza en el Cantón Mira, su población en su gran mayoría se dedica a la agricultura, por lo tanto, representa la principal fuente de ingresos de las familias, en las fincas existentes existe la siembra de hortalizas, tubérculos y árboles frutales en este caso el aguacate acompañado de asesoramiento del MAGAP (Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca), lo que ha permitido que presente una evolución en cuanto a la calidad. La agrupación de aguacateros manifiesta que está listos para aportar con su apoyo para la industrialización del aguacate haciendo énfasis en la elaboración de aceites de aguacate.

Es importante mencionar que el Municipio de Mira presenta gran interés juntamente con inversionistas en la instalación de infraestructuras para la producción de aceite de aguacate, manifestando que la necesidad de la identificación de oportunidad de mercado para este producto es urgente, lo cual presentan su voluntad de entregar información recaudada año a año del sector aguacatero, por lo tanto, para el desarrollo de esta investigación nos regiremos a la información dada por el municipio de Mira por tener la característica de actual.

De acuerdo a la entrevista realizada al ing. Jairo Buitron técnico de la dirección ambiental, el cual fue asignado para dicha tarea por el director de proyectos del Municipio de Mira los mismos que recolectan información del grupo de productores de aguacate en este cantón obteniendo como resultados la siguiente información.

Tabla 29: Análisis de la entrevista

	Pregunta	Respuesta	Análisis
1	¿Qué variedades de aguacate se cultiva en el Cantón Mira y por qué?	Hass Fuerte En mínimas cantidades Guatemalteco	Las dos variedades más requeridas el mercado local son Hass y Fuerte ya que son las más rentables económicamente hablando y su resistencia a las plagas y deterioro brinda un valor agregado para su principal producción en el sector. Además la cosecha de este tipo de fruto es más productiva al no presentar producto rechazado o en mal estado.
2	¿Qué calidad de aguacate se producido en el Cantón Mira?	Categoría primera: 170 a 230 gr Categoría segunda: 130 a 170 gr Categoría tercera : inferior a 130gr	El cantón mira actualmente tiene una producción de 20 a 23 toneladas por hectárea al año por lo tanto el 95% de la producción es de aguacate fuerte y en una cantidad del 20% en Hass se los distribuye en tres clases para su venta y correspondiente valor.
3	¿Qué tiempo dura el periodo de cultivo?	Cada 6 meses la cosecha	El tiempo de cultivo se lo puede determinar desde dos puntos de vista, la primera es la durabilidad de la plantación que es 40 años y el segundo es periodo de cosecha que se lo realiza cada 6 meses, vale la pena destacar que las condiciones aptas para el cultivo de aguacate es de una altura comprendida entre 400 y 2500 msnm y una temperatura que va entre los 15 y 30 °C permitiendo al Cantón Mira producir esta fruta de manera continua, es decir, teniendo una cosecha en todo el año por la existencia de plantaciones distribuidas en los diferentes sectores del cantón por lo tanto se obtiene este en fruto todos los meses del año.
4	¿Cuál es el volumen de descarte que tiene la producción en el Cantón Mira?	El 1% es afectado por el mal trato del fruto	La totalidad de la producción se maneja en estas tres categorías, por lo tanto se obtiene un volumen de descarte mínimo del 1%, es decir, las dimensiones del fruto son aceptables para comercializarse y no desecharse, tomando en cuenta que las plagas existentes no afectan de manera agresiva a los cultivos a tal punto que no requieren de fumigación.
5	¿Existen asociaciones dedicadas en la producción de aguacate?	Si	Según la entrevista se conoce que en Cantón mira existe grupo de aguacateros denominado "Camino hacia el progreso" ubicada en la parroquia Juan Montalvo sector Huaquer la misma que está en trámites para conformar una asociación y la empresa Uyama Farms S.A ubicada en el sector San Nicolás por lo tanto organizaciones se dedican a la producción de aguacate fuerte y has.
6	¿Cuántas hectáreas están dedicadas a la siembra de aguacate?	480 actuales aprovechadas y 1300 más para aprovechamiento futuro.	La extensión en el Cantón Mira en su totalidad es de 1300 hectáreas listas para ser aprovechadas conjuntamente con las 420 actuales las mismas que están distribuidas en varias localidades del cantón.
7	¿Cuál es la capacidad producción por hectárea?	22 toneladas por hectárea	Esta cantidad fluctúa entre 20-23 toneladas por hectárea dependiendo de la condiciones climáticas
8	¿Cuál es el costo de producción de aguacate?	1500 dólares americanos por hectárea	El costo de producción comprende mantenimiento como poda, fertilizantes y cosecha.
9	¿Recibieron alguna capacitación para la producción de aguacate y transformación del mismo?	si	Atraves de los incentivos que brinda el Gobierno del Ecuador. Mediante las instituciones públicas como el MAGAP (Ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca) y el gobierno municipal de Mira han logrado a los agricultores con asistencia técnicas sobre el cultivo adecuado del aguacate sin embargo no tiene capacitación para transformarlo del mismo.
10	¿Cuál es el proceso de comercialización	Por medio de intermediarios	El proceso de comercialización se lo realiza a través de intermediarios los cuales utilizan gavetas y sacos para su transporte, otro punto de vista importante es que presenta los

	del aguacate?		precios fluctuantes de acuerdo a la estación de año.
11	¿Dónde comercializa la producción de aguacate?	Oportunismo	La comercialización se efectúa en el cultivo, ya que el intermediario visita las haciendas para su respectiva distribución a nivel nacional.
12	¿Cuál es el precio de la fruta en ese mercado?	\$ 1.30 Kg	El precio del aguacate fluctúa debido a la temporada y a las condiciones del medio ambiente, también es necesario considerar que \$1.30 es el precio oficial es decir de productor a mercado pero cuando al escenario está presente el intermediario el precio cae un 50% al productor lo que genera un margen de ganancia muy limitado por esta razón están interesados en vender directamente a una industria que transforme el aguacate.
13	¿Cuál es el contenido nutricional que posee el aguacate?	Escaso	El conocimiento sobre el contenido nutricional está basado en publicaciones científicas que disponen el municipio de Mira, pero para fines de transformación del aguacate resultan escasas.
14	¿Posee algún certificado de calidad de producción?	No	Las asociaciones como agricultores por individual no disponen de certificados de ninguna índole.
15	¿Le gustaría asociarse para producir aceite de aguacate?	Si	En la actualidad el municipio de Mira junto con inversionistas y asociaciones desean integrarse para formar una industria para la extracción de aceites, por lo tanto existe iniciativas de emprendimiento industrial por parte de los actores que intervienen en esta propuesta.
20	¿Cuál sería el porcentaje de la producción de materia prima que destinaria para la producción de aceite de aguacate?	19%	Las asociaciones tiene problemas en comercializar tanto en precio como en cantidad los aguacates las categorías que tendían disponibles son de segunda y tercera categoría representada por un 19% de la producción anual, por lo tanto sería beneficioso que estas dos categorías tengan un mercado seguro para estandarizar precios y se aproveche el total de la producción.
Fuente: "Grupo de Aguacateros de Cantón Mira " (2015) Elaborador por: Stalin Goyes			

Considerando los datos provistos por el departamento de proyectos del Municipio de Mira se obtiene la siguiente conclusión.

Tabla 30: Oferta de materia prima en el Cantón Mira (Aguacate)

Oferta total	480 hectáreas x 22 toneladas 10500 toneladas anuales
Aguacate destinado para la exportación en Mira	20% = 3468.2 t
Aguacate destinada para la comercialización local	60% = 10405.2 t
Descarte por mal estado	1% = 105 t
Aguacate disponible para la industrialización	El grupo de aguacateros está dispuesto a dedicar un 19% de la producción para obtener aceite de aguacate y para el futuro están destinadas hectáreas para lograr la cantidad deseada. 19%= 1995 t

Fuente: "Grupo de Aguacateros de Cantón Mira, Municipio de Mira " (2015)
Elaborador por: Stalin Goyes

Tabla 31: Oferta de materia prima en el Cantón Mira (Aguacate)

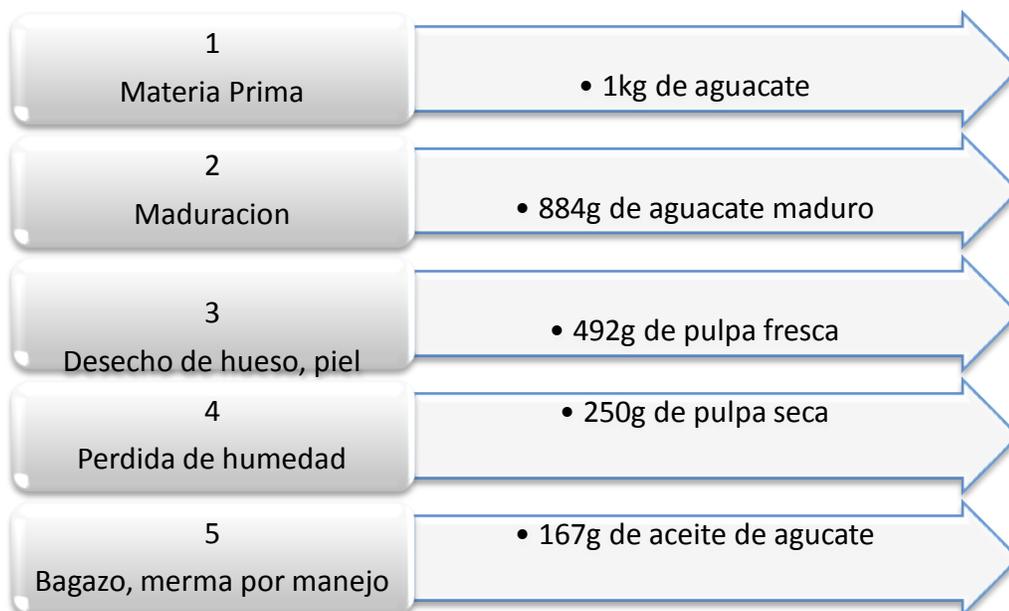
Oferta kg	
1995 t	
El 25% del 19% disponible para transformar en aceite	25% = 498 t de aguacate

Fuente: "Grupo de Aguacateros de Cantón Mira " (2015)

Elaborador por: Stalin Goyes

3.10.1.3. Matriz para el cálculo del producto

Considerando que la materia prima existente en el Cantón Mira destinada para la transformación en un producto terminada es de 8611.68 T de aguacate y dado que la transformación del producto requiere madurar, tenemos que tomar en cuenta que su peso disminuye y posteriormente se tiene pérdida de material. En el siguiente esquema se muestra las diferentes etapas del proceso y el rendimiento del producto.



Fuente: (Estudio técnico de nzavacado, 2013)

Elaborado: Stalin Goyes

Tabla 32: Matriz del cálculo del producto terminado (año)

Proceso	Porcentaje de desperdicio	Total desperdiciado	Total restante en aceite
Materia prima			1000
Maduración 13%	0,1%	116	884
Desecho	0,4%	392	492
Perdida de humedad	0,2%	242	250
Bagazo	0,1%	83	167
Total de aceite en gramos			167

Fuente: "Estudio técnico de nzavacado" (2013)

Elaborador por: Stalin Goyes

Tabla 33: Cálculos

Unidades de medida	
Densidad	0,92 g/ml
Formula	$v = \frac{m}{d}$ $v = \frac{83166 \text{ kg de aceite}}{0,92} = \frac{90397}{0} \cdot 250 =$ <p style="text-align: center;">361591 botellas</p>

Fuente: "Grupo de Aguacateros de Cantón Mira" (2015)

Elaborador por: Stalin Goyes

Considerando la oferta actual que posee el Cantón Mira y conforme a los datos proporcionados por MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca), se efectuó los cálculos necesario para determinar la producción de aceite de aguacate dando la cantidad aproximada de 83 toneladas de aceite de aguacate, el porcentaje de descarte o desecho de producto en mal estado, la cantidad obtenida servirá como base para las proyecciones futuras.

3.10.1.4. MATRIZ FODA

Tabla 34: Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de producción • Producto de alta calidad • Condiciones climática óptimas para su cultivo • Disposición tanto de productores como inversionistas para generar industria que aporte valor agregado al aguacate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa investigación que promuevan proyectos que permitan visualizar la oportunidad de mercado para derivados del aguacate • Intermediación agresiva • Falta de proyectos que demuestren la viabilidad de la producción de aceite de aguacate • Poca rentabilidad en el cultivo • Maquinaria para la transformación del aguacate es obsoleta • Carencia de certificados de calidad
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo económico por parte del gobierno • Promover la producción nacional • Inversionista interesados en la creación de industria procesadora del aguacate • Ferias internacionales promocionando el potencial agroindustrial del país • Aprovechamiento de las política públicas de producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos que desalientan a productores a sembrar aguacate • Poco asesoramiento en comercialización del producto terminado

Fuente: investigación de campo

Elaborador por: Stalin Goyes

3.11. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

El consumo nacional aparente es la forma de medir la cantidad de producto que dispone un país para su consumo para su cálculo hay que basarse en la siguiente formula ($Ca=(P+M)-X$), tomando en cuenta datos como producción local, importaciones y exportaciones del producto. A continuación se describe la fórmula:

Ca= consumo nacional aparente

P = producción

M = importaciones

X = exportaciones

La demanda consiste en la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere, por lo cual el análisis tiene como objetivo principal determinar y medir los requerimientos del mercado respecto a un producto o servicio, según (Trade Map, 2012) cuando no existe producción de dicho producto. Su cálculo está en función del déficit y de la población. (Baca, 2013, pág. 28)

Así mismo el consumo recomendado se lo ha tomado de acuerdo a la información de la organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO) donde se recomienda 3 cucharas al día es decir 5.4 kilogramos al año aproximadamente por lo tanto este dato se convierte como base de cálculo para la proyección.

Con los datos anteriormente mencionados se estratifica la población en el 60% de la población total de los Estados Unidos, estos están dispuestos a probar producto saludable y naturales, en la siguiente tabla se indica demanda insatisfecha de aceite de aguacate en los Estados Unidos anualmente considerando que no será cubierta en su totalidad únicamente parte de ella de acuerdo con la oferta exportable que arroje el estudio. Así mismo para la proyección de la oferta exportable se efectuó cálculos pertinentes tomando en cuenta la producción de aguacate del Cantón Mira provincia de Carchi, donde se estimó una producción de aproximadamente 33 Tonelada anuales de aceite de aguacate y de esta manera cubrir parte de la demanda insatisfecha que requiere la población de Miami-Estados Unidos. (Trade Map, 2012)

Tabla 35: Población objetivo entre 26 –55 años

Años	P. Total	P. 0-15 años Hombres/Mujeres	P. 15-25 años Hombres/Mujeres	P.26-55 años Hombres/Mujeres	P.56-74 años Hombres/Mujeres
2015	320.631.352	65128381	44342767	127196216	83747073
2016	322.875.771	65091695	44463065	127209020	85891173
2017	325.135.902	65055008	44583364	127221824	88035273
2018	327.411.853	65018322	44703662	127234628	90179373
2019	329.703.736	64981636	44823961	127247432	92323473
2020	332.011.662	64944949	44944260	127260236	94467573

Fuente: (Banco Mundial, 2015), (United States Census Bureau, 2014)
Elaborado; Stalin Goyes

Considerando que el mercado meta es Miami y estratificando en la población con edades comprendidas en 26 a 55, ya que estas son consideradas como económicamente activas y ocupando un 40% del total de la población estadounidense, por lo cual podemos utilizarlos para calcular la demanda insatisfecha del proyecto. (CIA, 2015)

3.11.1. Cálculo de la demanda insatisfecha

Tabla 36: Cálculo de la demanda insatisfecha

AÑOS	PN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	POBLACION	CON per cápita		Déficit			COVERTURA		
	(+)	(+)	(-)	(=)	Estratificada (mujeres/hombres entre 26-55) (60%)	real	recom	PC	Miami (0,13%)	Total	Total	Ofer en Tm	%
	TM	TM	TM	TM	MILLONES	(KG)	(KG)	(KG)		(KG)	(Tm)		
2011	205432	27164	124732,0	107864,0	76.275.412	1,64	5,4	3,76	9989472				
2012	238495	30531	99594,0	169432	76.365.467	1,30	5,4	4,10	10001266				
2013	175226	38383	115127,0	98482	76.193.373	1,51	5,4	3,89	9978728				
2014	178731	42005	83194,0	137541,5	76.359.296	1,09	5,4	4,31	10000458				
2015	182305	52564	84471,0	150398,1	76.317.730	1,11	5,4	4,29	9995014	42910262	42910		
2016	185951	68333	88694,6	165589,9	129.740.140	0,68	5,4	4,72	16991524	80138274	80138	73	0,09
2017	189670	88833	93129,3	185374,1	220.558.239	0,42	5,4	4,98	28885591	143785437	143785	77	0,05
2018	193464	115483	97785,7	211161	374.949.006	0,26	5,4	5,14	49105504	252363132	252363	80	0,03
2019	197333	150128	102675,0	244785,9	637.413.309	0,16	5,4	5,24	83479357	437341607	437342	85	0,02
2020	201280	195166	107808,8	288637,3	1.083.602.626	0,10	5,4	5,30	141914906	752221230	752221	89	0,01
2021	205305	253716	113199,2	345822,4	1.842.124.464	0,06	5,4	5,34	241255341	1287953613	1287954	93	0,01

Fuente: (Banco Mundial, 2015), (TRADEMAP, 2015), (FAO, 2015)

Elaborado; Stalin Goyes

En la demanda insatisfecha se consideró el cálculo, las importaciones y exportaciones de aceite de aguacate comprendido en la partida 151590, este producto es considerado como beneficioso para la salud humana convirtiéndolo en el candidato perfecto el 60% de la población que busca una alimentación saludable según estudios de Food Marketing Institute, de esta manera se proyecta a satisfacer un 0.09% de la demanda insatisfecha total, con un crecimiento de la oferta de un 0.5% por lo que la empresa cuenta con un solo empresa cliente en Miami.

3.11.2. Empresas que demandan aceite de aguacate

Mediante el análisis de las empresas de estados unidos se pudo determinar que existen cadenas de supermercados que disponen sucursales en Miami lo cual permite comercializar el producto en cuestión, estas empresa son importadoras de productos saludables según Trademap son las más representativas al consumir de acuerdo a sus importación de la partida 151590 y las tenemos en la siguiente tabla:

Tabla 37: Contactos de Clientes

Contacto	Teléfono	Tienda
Jhoan Milan	(718)721-2437	Milan market
Brian scattini	(222)434-7358	Sedano's
Anhony Hernandes	(212)944-5604	Chelsea Market

Fuente: (PROECUADOR, 2015)

Elaborado: Stalin Goyes

Estas empresas además de tener sucursales en Miami también están presentes en los varios sitios de Miami el mismo que servirá como broker lo que permite ser una gran alternativa para la comercialización de aceite de aguacate dentro de Estados Unidos específicamente en Miami, destacando que estos ofrecen productos de origen natural de alta calidad nutricional.

CAPÍTULO IV

4.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.1. Conclusiones

- A través del estudio se concluyó que existe oportunidades internacionales, por lo tanto los tres países Francia, Estados Unidos y Japón, presentan alternativas de comercialización entre ellos el mercado más destacado es Estados Unidos por presentar una economía estable la cual es sostenida por la producción y el consumo nacional manteniendo un buen margen de poder adquisitivo a pesar de la variación de precios en los productos.
- De esta manera determinamos que las importaciones de aceite de aguacate son atractivas en Estados Unidos debido ya que este mercado posee una importación de 52564 toneladas de aceite de aguacate registradas en el 2015, expresadas en 173320 miles de dólares ubicando como segundo importados a nivel mundial generando una oportunidad de mercado favorable para la comercialización de dicho producto desde la Provincia del Carchi Cantón Mira.
- El consumo de comidas rápidas en Estados Unidos ha provocado un problema en su población obteniendo estadísticas elevadas de obesidad, de acuerdo Food marketing institute. 2011, el 40% de sus habitantes sufren de sobrepeso a causa de llevar una vida sedentaria, mientras que el 60% de la población está dispuesta a probar productos novedosos q poseas características saludables valorados por su calidad y no por su precio de esta manera el incremento a mejorar los hábitos y dietas saludables en este país ha generado que el consumo de aceite de aguacate en el mercado

estadounidense tenga una gran acogida por ser un producto 100% natural y con un alto contenido nutritivo.

- El aceite de aguacate es rico en valores nutricionales, ya que además de ser un alimento sano es ideal como aderezo para todo tipo de comida, ayuda a proveer y controlar enfermedades como colesterol, la osteoporosis y cardiovasculares. Además este producto contiene 9 ácidos de los 40 existentes a más de los dos ácidos grasos de la familia de los omega 3 y 6. Por lo tanto lo hace un producto apto para todo tipo de edades y condiciones de acuerdo a las preferencias del consumidor, siendo así un producto atractivo en las preferencias de la demanda del consumidor final en el mercado estadounidense.
- Determinando los factores internos socioeconómicos del Ecuador se observa que la economía permanece saludable en los últimos años durante el periodo del presidente Rafael Correa y los programas que impulsa como el cambio de la matriz productiva con el fin de fortalecer una economía sostenible y versátil enfocada en el conocimiento tecnológico, innovador y competitivo. Por lo cual la comercialización de aceite de aguacate a Estados Unidos aporta al proyecto del cambio de la matriz productiva.

4.1.2. Recomendaciones

- Se debe de realizar estudios de mercados enfocados a la exportación de productos existentes en el Ecuador fomentando así la producción nacional. se recomienda analizar los mercados potenciales cuidadosamente con el fin de elegir la mejor alternativa de oportunidad de negocio considerando la normativa legal para evitar cualquier inconveniente al momento de ingresar a dicho país.
- Aprovechar los incentivos y políticas comerciales que brinda el gobierno ecuatoriano con asesoramiento técnico y aportaciones de insumos a las pequeñas y medianas industrias, obteniendo productos de calidad y competitivos en el mercado nacional como internacional.
- En el Ecuador existe grandes cantidades de producción de aguacate se recomienda la asociatividad de los mismos para generar con valor agregado como el aceite de aguacate para promover una economía estable entre los individuos involucrados en este proceso.
- Se recomienda el análisis técnico para determinar los tiempos de producción y despacho ya que es importante una comunicación con el cliente en el servicio pre venta.
- Es necesario la creación de un centro de acopio de materia prima para la elaboración de aceite de aguacate esto ayudara a eliminar intermediarios y se proporcionara un precio fijo al aguacate ya no por tamaño si no por unidad.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Título

Estudio de factibilidad para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi

5.2. Antecedentes de la propuesta

La investigación se enfoca en la elaboración del estudio de factibilidad para la exportación de aceite de aguacate hacia el mercado de Miami-Estados Unidos, de esta manera proyectar el crecimiento económico de la provincia del Carchi y por ende contribuir con los nuevos proyectos que el gobierno está emprendiendo, como el cambio de la matriz productiva, ya que la economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado.

Estados Unidos es un país que está en constante evolución por cambiar las costumbres alimenticias, por lo tanto, el consumo de aceite de aguacate en el mercado estadounidense tiene una gran acogida por ser un producto 100% natural y con un alto contenido nutritivo, según Food marketing institute. 2011, el 40% de sus habitantes sufren de sobrepeso a causa de llevar una vida sedentaria y el consumo de comidas chatarras como papas fritas, hamburguesas, snacks, entre otros, mientras que el 60% de la población está dispuesta a probar productos novedosos que poseas características saludables valorados por su calidad y no por su precio. (PROECUADOR , 2013)

Por lo tanto la presente investigación se enfoca en nuevas oportunidades de negocios que permitan generar alternativas de comercialización, ya que la provincia del Carchi cuenta con una producción de aguacate de 1426 toneladas mensuales compartidas en las variedades hass y fuerte ubicadas en los cantones Bolívar y Mira.

5.3. Justificación

La comercialización de aceite de aguacate al mercado de Miami-Estados Unidos genera oportunidades de negocios, porque se incentiva al sector de aguacateros de la provincia del Carchi a formar parte de nuevos cambios que contribuirá la creación de una empresa procesadora de aguacate, además con la industrialización de este producto se incrementara fuentes de trabajo y ser competitivos a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, Ecuador por formar parte de la Organización Mundial del Comercio cuenta con beneficios de preferencias arancelarias, ya que de esta manera EEUU cuenta con la Ley de Preferencias Comerciales para los Países Andinos, entonces Ecuador se favorece con el tratado de Nación Más Favorecida (NMF), por ser un país en vías de desarrollo.

Además el aceite de aguacate es rico en valores nutricionales, un alimento sano ideal como aderezo para todo tipo de comida, ayuda a proveer y controlar enfermedades como colesterol, la osteoporosis y cardiovasculares. Por lo tanto lo hace un producto apto para todo tipo de edades y condiciones de acuerdo a las preferencias del consumidor, siendo así un producto atractivo en las preferencias de la demanda del consumidor final en el mercado estadounidense.

5.4. Objetivos

5.4.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi

5.4.2. Objetivos específicos

- Efectuar un estudio técnico para la creación de la empresa
- Diseñar el plan logístico para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi a Miami-Estados Unidos
- Determinar la factibilidad de la comercialización de aceite de aguacate a través de la aplicación de los indicadores financieros

5.5. FUNDAMENTACIÓN

5.5.1. Estudio técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que se relaciona con el funcionamiento y operatividad de la empresa, es decir, se lo realiza con el objetivo de suministrar información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación tanto para la comercialización de aceite de aguacate como para la creación de la empresa.

5.5.2. Localización del proyecto

5.5.2.1. Macro localización

En la provincia del Carchi los sectores ofertantes se encuentran ubicados en el Cantón Mira, en donde están destinadas 1027 hectáreas para la producción de aguacate por lo cual se obtiene una producción de 1426 toneladas anuales, considerando estos datos existe producción de aguacate en la provincia la cual servirá como materia prima para la producción de aceite de aguacate del presente estudio.



5.5.3. Micro localización

El Cantón Mira es el lugar estratégico para la instalación de la empresa, porque en este sector se encuentra la mayor producción de la materia prima para la elaboración del aceite de aguacate, por lo tanto se optimizará recursos económicos debido que no se tendría que trasladar la materia prima de un lugar a otro relacionándose la empresa con el productor directamente.

De esta manera el Municipio de Mira presenta gran interés, y juntamente con inversionistas en la instalación de infraestructuras para la producción de aceite de aguacate se fomenta la creación de la empresa, considerando que este cantón es el mayor ofertante de aguacate en la provincia Carchi con una producción de 8.162000 kg, misma que se la puede utilizar para la elaboración del aceite de aguacate.

5.5.4. Plano de distribución local



Las instalaciones de la empresa estarán distribuidas de la siguiente manera:

Dos oficinas, una para el gerente y la otra para el área comercial y administrativa, en cuanto al área productiva se la dividirá en la siguiente forma área de acopio de materia prima y área de transformación a producto terminado, los demás implementos esenciales como vestuarios, servicios higiénicos y parqueaderos tanto para el área de despacho como para visitantes se implementara de la misma manera.

5.5.5. Maquinaria

Para la producción del aceite de aguacate la maquinaria y equipos necesarios que se utilizara se los detalla a continuación misma que se los puede adquirir tanto a nivel nacional como internacional.

Tabla 38: Maquinaria para el proceso de elaboración de aceite de aguacate

Maquinaria	Cantidad	Precio unitario
<p>Rampas de recepción</p> 	.2	4000,00
<p>Maduradores de aguacate</p> 	1	13000,00
<p>Deshuesadora</p> 	1	15500,00

<p style="text-align: center;">Amasadora</p> 	1	2500,00
<p style="text-align: center;">Envasadora</p> 	1	10500,00
<p style="text-align: center;">Centrifugadora</p> 	1	18500,00
<p style="text-align: center;">Filtrados de aceites</p> 	1	10000,00
<p style="text-align: center;">Tambores de acero</p> 	1	15000,00
<p style="text-align: center;">Equipo de laboratorio</p> 	1	7640,00

Fuente: Estudio investigativo
Elaborado por: Stalin Goyes

5.5.6. Nombre de la empresa

La Empresa se llamara "Aceites Green" porque el principal producto será aceites extraídos de frutos con ácidos grasos por lo tanto la tonalidad del color característico es verde.

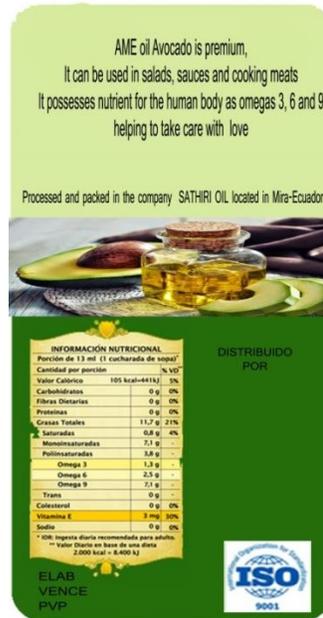
5.5.6.1. Logotipo



5.5.6.2. Definición de la marca

"AME" aceite de aguacate: sus beneficios son brindar prevención y bienestar al cuerpo humano, proporcionando niveles nutritivos que ayuden a desempeñar condiciones óptimas para sintetizar los ácidos grasos en el organismo. "AME" es consumido en la cocina gourmet por su capacidad de complementarse con los demás alimentos. Para la marca del producto se utiliza el color verde para destacar la presencia de la naturaleza en el producto generando concepto mental de saludable.

5.5.6.3. Etiquetado “AME”



5.5.6.4. Etiqueta nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción de 13 ml (1 cucharada de sopa)*		
Cantidad por porción		% VD**
Valor Calórico	105 kcal=441 kJ	5%
Carbohidratos	0 g	0%
Fibras Dietarias	0 g	0%
Proteínas	0 g	0%
Grasas Totales	11,7 g	21%
Saturadas	0,8 g	4%
Monoinsaturadas	7,1 g	-
Poliinsaturadas	3,8 g	-
Omega 3	1,3 g	-
Omega 6	2,5 g	-
Omega 9	7,1 g	-
Trans	0 g	-
Colesterol	0 g	0%
Vitamina E	3 mg	30%
Sodio	0 g	0%

* IDR: Ingesta diaria recomendada para adulto.
 ** Valor Diario en base de una dieta
 2.000 kcal = 8.400 kJ

5.5.6.5. Packaging

El material para el envase primario es una botella de vidrio de color verde oscuro ideal para evitar el paso de luz al interior del producto, de esta manera se protege el contenido. El envase secundario es una caja de cartón corrugado en la que se podrá ejecutar la distribución del producto a mercado.

En cuanto al empaque secundario tiene como función principal contener al producto protegiéndolo de algún daño que puede suceder en el transcurso de su distribución, asimismo se diferenciará de la competencia por contener los datos nutricionales en cada presentación.

En el envase se encontrará la imagen del producto impreso y se detallará la siguiente información:

- Denominación del producto y la marca
- Contenido neto (en gramos)
- Composición nutricional del producto
- Ingredientes del producto
- Registro sanitario
- Código de barras

Especificaciones de la caja

- Frágil
- Contenido
- Nombre del producto
- Peso
- Código de barras
- Empresa
- Número de lote

Diseño de la caja de exportación



5.6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

5.6.1. Requerimiento Humano

A continuación se detalla el personal necesario para el funcionamiento de la empresa:

Tabla 39: Requerimiento Humano

Personal	Nº de personas
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
auxiliar de servicios	1
Jefe de producción	1
Auxiliar Logística	1
Auxiliar de contador	1
Operarios	4
Total	11

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

En la empresa “Aceites Green” se requerirá de 11 empleados aproximadamente para la fabricación del aceite de aguacate y su posterior exportación.

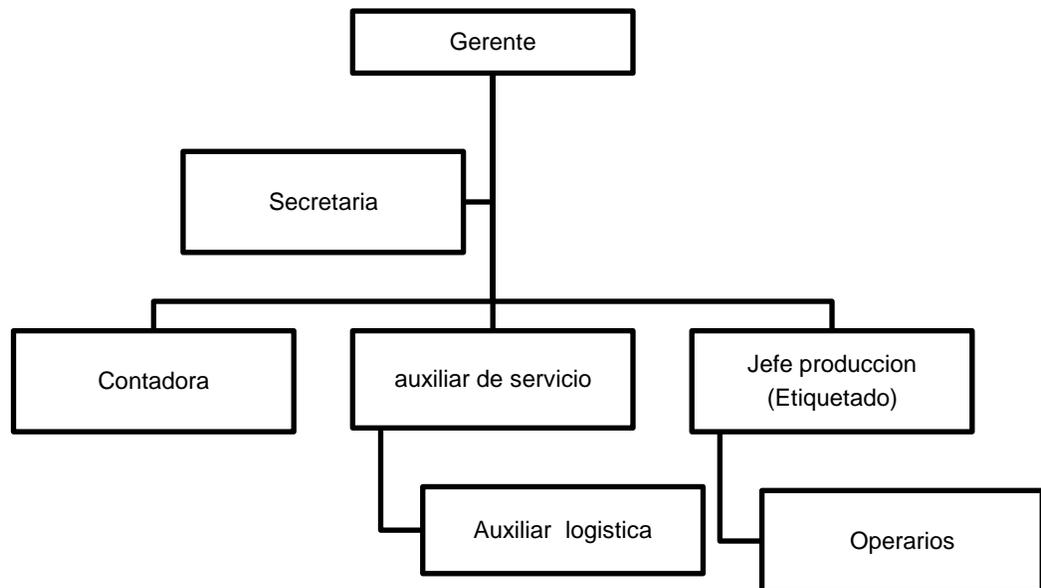
5.6.2. Misión

Producir aceite de aguacate dirigido a satisfacer gustos y preferencias de nuestros clientes brindando productos industrializados de calidad.

5.6.3. Visión

Ser una empresa que busca la excelencia a través de sus productos de calidad que satisfagan las necesidades, alcanzando en cinco años posesionarse como una de las mejores tanto en calidad como eficiencia.

5.6.4. Organigrama



Fuente: Estudio investigativo
Elaborado por: Stalin Goyes

5.6.5. Manual de funciones

Tabla 40: Manual de funciones Gerente

Nombre del Cargo	Gerente
Resumen del puesto	Responsable de operar las principales actividades de la empresa, administrando y tomando las decisiones para el desarrollo de la misma.
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	Jefe de logística y Jefe de producción
Responsabilidades	Puntualizar objetivos y toma de decisiones Comunica, controla y administra Liderar la organización Implementar estrategias administrativas Mantener un buen ambiente de trabajo
Análisis del puesto	Título de tercer Nivel en Administración de Empresas o afines Experiencia de 2 a 5 años, en dirigir o administrar empresas. Buen liderazgo, amabilidad, resolver conflictos, trabajo en equipo, escucha activa, capacidad de comunicación.

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 41: Manual de funciones secretaria

Nombre del Cargo	Secretaria
Resumen del puesto	Se encarga de organizar actividades de gerencia
Jefe inmediato	Gerente
Responsabilidades	Informar al gerente de las actividades diarias Gestionar operaciones
Análisis del puesto	Título de nivel superior Experiencia de un año. Flexibilidad para adaptarse a nuevos cambios, ser responsable, tener vocación de servicio.

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 42: Manual de funciones jefe de logística

Nombre del Cargo	Auxiliar de servicios
Resumen del puesto	Responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística.
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	Auxiliar logística
Responsabilidades	Identificación de oportunidades en mercados internacionales Conocimientos en comercio exterior Saber negociar con compradores extranjeros Aplicar estrategias de venta Coordinar ventas de la empresa Coordinar las diferentes áreas de almacén (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos). Optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la empresa. Optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos. Optimizar procesos de trabajo. Gestionar y supervisar al personal a su cargo
Análisis del puesto	Título de Ingeniero en Logística y Transporte Internacional Experiencia de un año Asertividad, Persona muy centrada a conseguir objetivos, Facilidad para afrontar situaciones de estrés y liderar y adaptarse a los cambios.

Fuente: Estudio investigativo
Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 43: Manual de funciones del jefe administrativo

Nombre del Cargo	Contadora
Resumen del puesto	Se encargara de la elaboración y pago de la nómina de las diferentes áreas de la empresa.
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	Pasante contador
Responsabilidades	Planificar proyectos estratégicos para la integración del talento humano. Formular políticas de gestión de desempeño del personal
Análisis del puesto	Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing Experiencia de dos años Aplicar principios administrativos, Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos

Fuente: Estudio investigativo
Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 44: Manual de funciones del jefe de producción

Nombre del Cargo	Jefe de Producción
Resumen del puesto	Coordina la producción, recepción de la materia prima, las áreas de trabajo, asegurando de que todo esté funcionando sin problemas y eficientemente
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	Operarios
Responsabilidades	Panifica y controla los procesos de producción Recibir los pedidos y supervisar la calidad de los productos. Optimizar los procesos de trabajo. Verificar el mantenimiento de la maquinaria e equipos. Informar el ingreso y salida del producto.
Análisis del puesto	Título de Ingeniero en Alimentos Experiencia de dos años Buena presencia, amabilidad, trabajo en equipo, capacidad de comunicación.

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 45: Manual de funciones auxiliar de logística

Nombre del Cargo	Auxiliar de logística
Resumen del puesto	Revisar y atender los requerimientos en entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte.
Jefe inmediato	Jefe de Logística
Responsabilidades	Coordinar las entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte. Optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos. Optimizar procesos de trabajo.
Análisis del puesto	Título de tercer nivel Experiencia dos años Buena presentación, Trabajo en equipo, Liderazgo.

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

Tabla 46: Manual de funciones de los Operarios

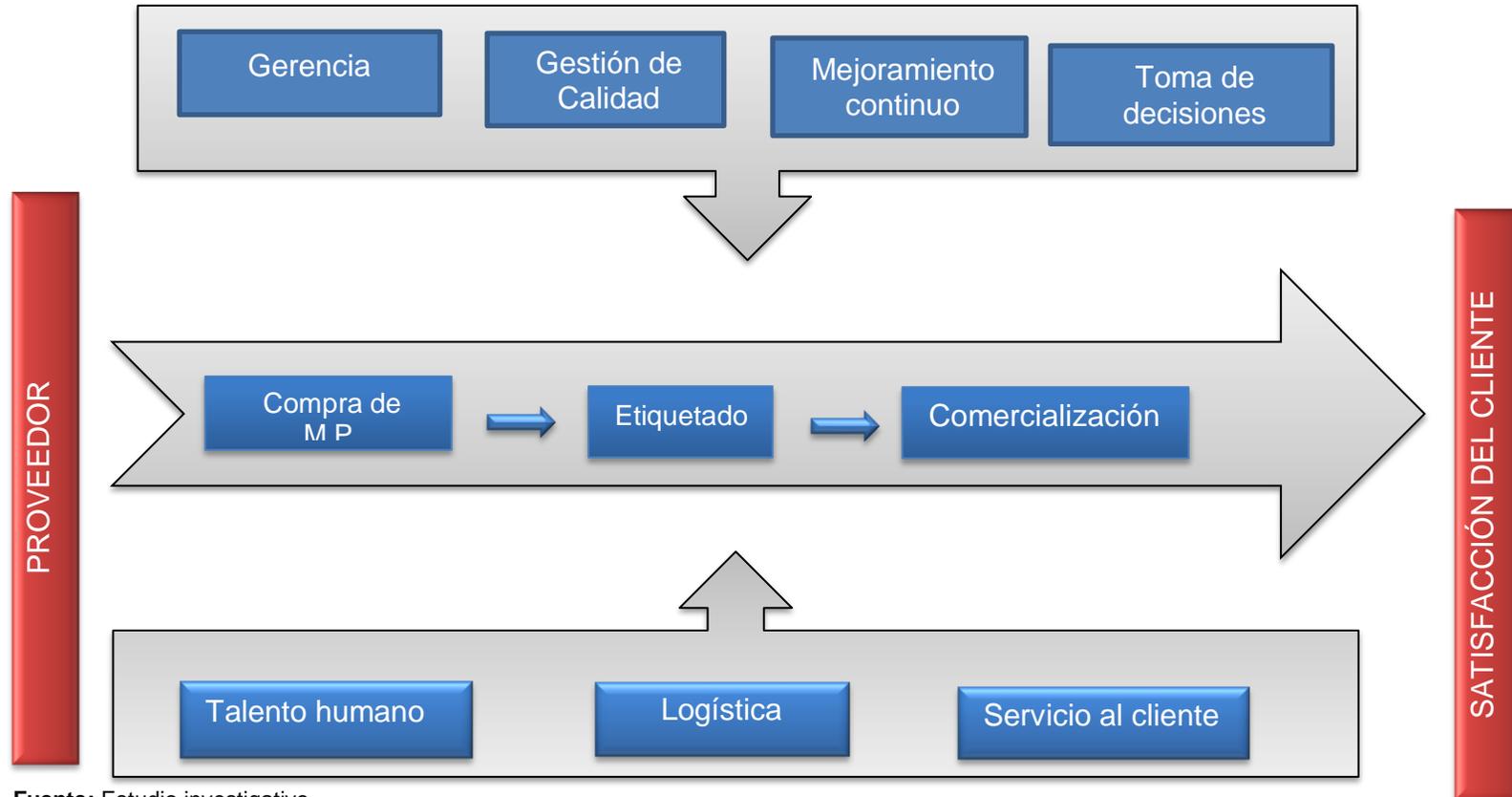
Nombre del Cargo	Operarios
Resumen del puesto	Encargados de la transformación de la materia prima a productos terminados
Jefe inmediato	Jefe de producción
Responsabilidades	Recibir los pedidos Supervisar la calidad del producto Recepción y control de la materia prima Inspeccionar el proceso de producción
Análisis del puesto	Título de tercer nivel en ingeniería de Alimentos Experiencia dos años Buena presentación, Trabajo en equipo, Liderazgo.

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Stalin Goyes

5.6.6. Procesos

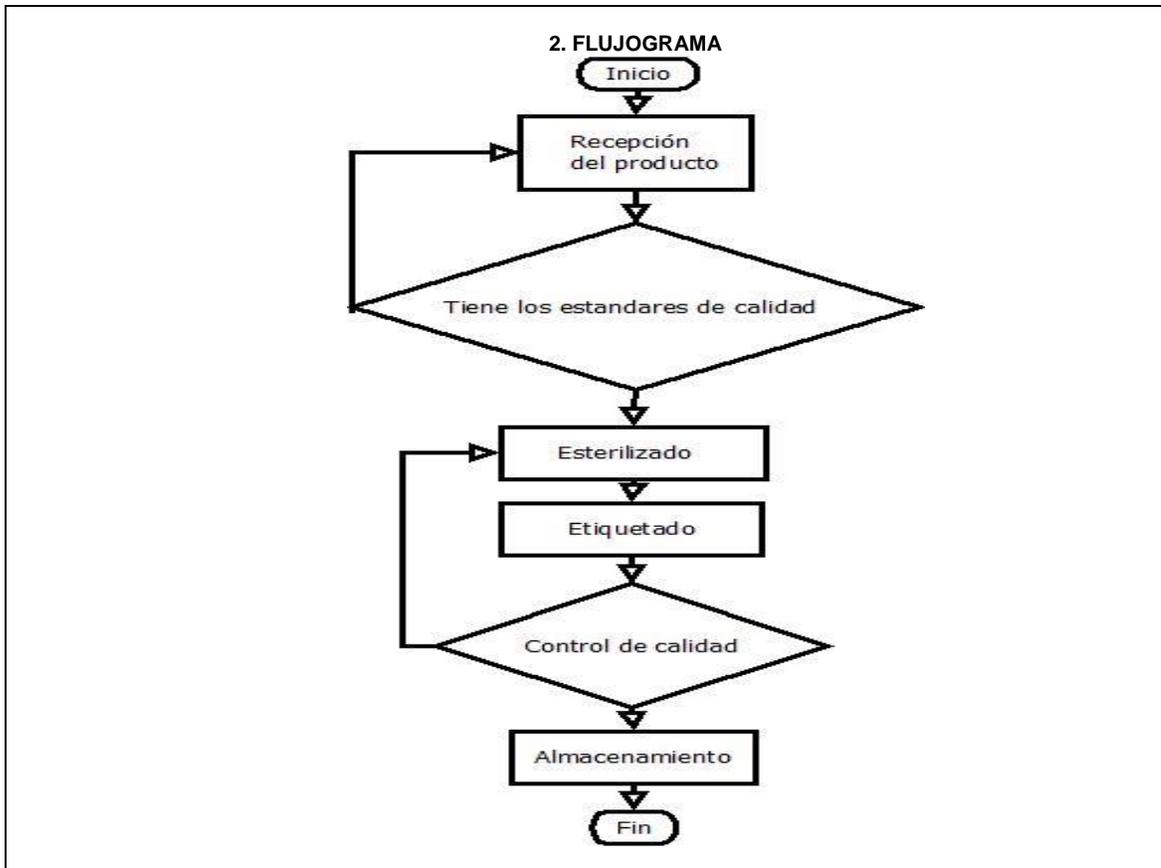
5.6.6.1. Mapa de procesos



Fuente: Estudio investigativo
Elaborado por: Stalin Goyes

5.6.6.2. Fichas de procesos

	PRODUCCIÓN	Código:	PO-NC-01
		Versión:	000
		Páginas:	1-1
Responsable:	Jefe de Producción		
Objetivo:	Es el encargado de controlar las actividades que se realizara en el departamento de producción, su trabajo será revisar que las actividades sean cumplidas de acuerdo a los estándares de producción con la mínima de recursos		
Alcance: Cubre todo el departamento de producción y el personal que trabaja en el mismo, se preocupa porque los procesos sean de calidad con el mínimo de recursos.			
1.DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
Operario Bodeguero	1. Recepción de materia prima El procesos de producción empieza con la recepción de la materia prima desde la bodega del departamento de logística, luego los operarios de la planta de producción llevan el producto a control de tener anomalías se realizan las respectivas devoluciones al recepción de producto.	Informe	
Operario Bodeguero	2. Si está en mal estado realizar devolución	Reporte	
Operarios	3. Etiquetado Luego de cerciorarse de que el producto cumpla con las normas de calidad se procede a esterilizarlo para el pegado de la etiqueta correspondiente al número de lote	Número de lote	
Jefe de producción	4. Control de calidad Cuando ya está el producto final se tiene un control de calidad pertinente, en el que si no está por lo menos el 80% en buen estado no pasa el control de calidad y vuelve al proceso productivo en cual se supone mejorara el producto y en un segundo control de calidad debería pasar para poder almacenar el producto y entregar un informe al departamento de logística para proceder a su entrega que tiene como jefe de logística.	Reporte con informe y número de lote	
Operario Bodeguero	5. Almacenamiento El Jefe de producción al momento de terminar la producción realizara una tarjeta kardex que detalla un inventario de entrada y entrega del producto a bodega y en caso de tener pedidos extras para entrega inmediata se realizara el mismo proceso de producción antes mencionado.	kardex	
6. Fin			



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Control de producción	total materia prima= total artículos terminados	90% aceptable	semanal	Jefe de producción
Control de materia prima	buen estado/mal estado	devolución si está en mal estado de 100%	semanal	Jefe de producción
Productos en proceso	entradas=salidas	100%	semanal	Jefe de producción
Mantenimiento maquinaria		100%	semestral	Jefe de producción

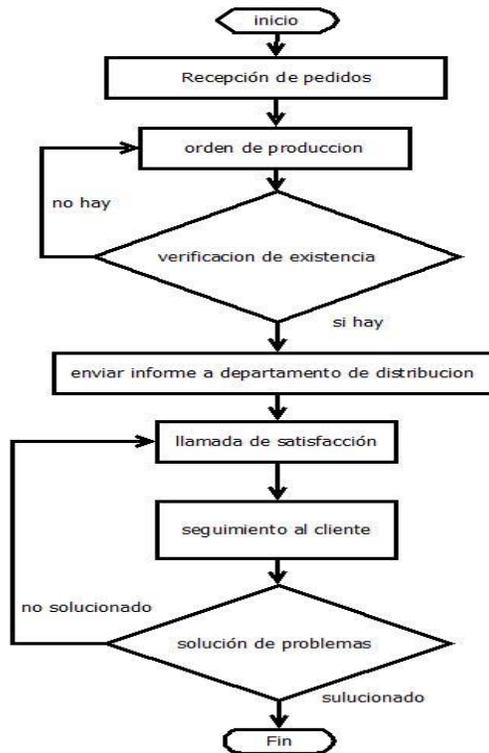
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Personal de producción	maquinaria, productos terminados	El personal deberá utilizar tapa bocas, gorros esterilizados, cubre zapatos, guantes quirúrgicos, lentes de seguridad, todo estos implementos serán provistos por la empresa
REVISADO	APROBADO	FECHA
Jefe de producción	Gerente	DIA. MES. AÑO

CÁLCULO	DESCRIPCIÓN
$\frac{\text{Total de materia prima}}{\text{Total de productos terminados}} * 100$	Si cumple 100% quiere decir que la producción está en buen camino
$\frac{\text{Total de materia prima} + \text{Total reutilizacion de desperdicios}}{\text{Total de productos terminados}} * 100$	Debería salir más de 100% porque se está reutilizando material
$\frac{\text{Total de materia prima} - \text{materia prima en mal estado}}{\text{Total de materia prima}} * 100$	
$\frac{\text{total unidades maq 1} + \text{total unidades maq 2}}{\text{total de productos terminados}} * 100$	

	Comercialización	Código:	PO-NC-01
		Versión:	000
		Páginas:	1-1
Responsable:	Auxiliar de servicios		
Objetivo:	Dar atención al cliente demostrando un alto estándar de eficiencia y eficacia logrando aumentar la confianza de nuestros clientes		
Alcance: El departamento de ventas con el personal que a este pertenece			
RESPONSABLE	1.DETALLE	DOCUMENTO	
Auxiliar de logística	1. Recepción de pedidos de los clientes El proceso de servicio al cliente está a cargo del departamento de ventas inicia sus actividades con la recepción de los pedidos de los clientes para la respectiva verificación de mercadería en bodega y la posterior asignación de pedidos para cada clientes	web y pedidos	
Auxiliar de logística	2. Verificación de mercancías en bodega Una vez recibidos dichos pedidos, el jefe de ventas designa al vendedor verificar la existencia de las mercancías en bodega y luego de esto, en caso de no haber mercaderías suficientes para los clientes se comunica al jefe de ventas para que posteriormente redacte un informe que será enviado al jefe de Logística encargado de aprovisionamiento y distribución para que efectúe el.	Inventarios	
Auxiliar de servicios	3. Envía informe de pedidos al departamento de distribución Una vez recibidos dichos pedidos, el jefe de ventas designa al vendedor verificar la existencia de las mercancías en bodega y luego de esto, en caso de no haber mercaderías suficientes para los clientes se comunica al jefe de ventas para que posteriormente redacte un informe que será enviado al jefe de Logística encargado de aprovisionamiento y distribución para que efectúe el respectivo procedimiento de compra de la mercadería enviando un informe al Jefe Administrativo que deberá desembolsar dinero.	Ficha de pedidos	
Auxiliar de logística	4. Llamada de comprobación de satisfacción Llamada de satisfacción del cliente	Grabación	
Auxiliar de logística	5. Seguimiento del cliente Luego de terminado la distribución de las mercancías a cada cliente se realizará llamadas de verificación de satisfacción caso contrario de suscitarse un problema se solucionará hasta lograr la satisfacción del cliente, el proceso se enfocará en ganar la confianza del cliente junto con su satisfacción.	Bitácora	
Auxiliar de servicios	6. solución de problemas Se informa a jefe de ventas para solución del problema	Reporte	
	7. Fin		

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Satisfacción del cliente	Pedidos entregados/ Llamadas satisfacción	70%	mensual	Del cálculo del indicador
Meta de clientes	Número de clientes perdidos (2)	100%	semestral	jefe de ventas
Número de clientes nuevos	Número de clientes aceptados	2	mensual	jefe de ventas

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
JEFE DE VENTAS , VENDEDORES	Oficinas	NINGUNO
REVISADO	APROBADO	FECHA
GERENTE	GERENTE	

5.7. PLAN LOGÍSTICO

El plan logístico es muy importante para la distribución del producto, porque se analiza la cadena de comercialización teniendo en cuenta costos y tiempos desde la adquisición de la materia prima hasta llegar a obtener el producto terminado, para lo cual hay que tener una correcta planificación y control eficiente de las actividades, a continuación se detalla el modelo operativo:



En el modelo operativo del plan logístico se describe el proceso de comercialización del producto, tomando en cuenta desde la adquisición de la materia prima hasta la distribución del producto al cliente final.

De esta manera el proveedor principal es el Grupo de Aguacateros del cantón Mira ubicados en Mira capital del cantón , la empresa exportadora ejecutara la tramitación correspondiente a documentos de exportación, esto lo realizará conjuntamente con la empresa TRANSCOMERINTER LTDA, misma que se encargara de la logística interna hasta el puerto de Esmeraldas. Por otro lado como la negociación se la realizará en término FOB (Franco a Bordo), las responsabilidades y riesgos terminan una vez que las mercancías lleguen al puerto, de ahí demás operaciones son responsabilidad del cliente.

5.7.1. Información del producto

Es de gran importancia el dar a conocer la información suficiente para identificar un producto en un plan logístico, es decir, en la comercialización del aceite de aguacate se detalla datos básicos para su identificación y como están consideradas sus variables técnicas que ayudan con este fin.

Tabla 48: Información básica del producto:

Nombre técnico o comercial del producto	Aceite de aguacate
posición arancelaria en el país exportador	15159000
posición arancelaria en el país importador	15159000
unidad comercial de venta	Cajas de 24 unidades
Moneda de transacción.	Usd

Elaborador por: Stalin Goyes

Tabla 49: Información básica del embarque	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Carchi-Ecuador-Puerto de Esmeraldas
País de destino	EE. UU.
Ciudad de punto de destino	Miami
Nº de unidades comerciales por embarque	1
Nº de embarques año	1280
Valor inicial del embarque (EXW)	165961.2
tipo de embalaje	cajas
tipo de unidad de carga	Contenedor de 40"
Nº total de unidades de carga	12

Elaborador por: Stalin Goyes

Tabla 50: Información Adicional	
Termino de negociación	FOB
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	30 días
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	3,87%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	1,61%

Elaborador por: Stalin Goyes

La identificación de un producto de forma técnica es importante en su comercialización por esta razón el nombre de producto es necesario para su identificación tanto en el país destino como en origen, de esta manera se lo relaciona con el código arancelario dado en el país exportador y el importador para evitar cualquier tergiversación del producto a comercializar, así mismo la unidad comercial muestra la cantidad exactas, es decir, cada caja de aceite de aguacate contiene 24 botellas y estas contiene 250ml del producto antes mencionado las cuales generan una transacción en moneda americana con un derecho a crédito de 30 días.

5.7.2. Cálculo del cubicaje

Tabla 51: Información básica del cubicaje por pallet

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE cajas	UNIDAD DE CARGA	estimación del espacio
Nº de unidades	24	64	
Largo mts	0,45	1,2	2
Alto mts	0,25	2,0	8
Ancho mts	0,25	1	4
volumen total del embarque m3	0,028	2,4	85,333
Peso por unidad kg	5,25918	336,5875	64
Peso total del embarque ton	0,005	0,337	64

Elaborador por: Stalin Goyes

Conforme a los resultado obtenidos y de acuerdo con las medidas técnicas de un pallet estándar se obtiene los siguientes datos: cada pallet contiene 40 cajas con 24 botellas cada una las cuales pesan 336 kg en total cada unidad de carga, las cuales irán apiladas dos a lo largo, ocho a lo alto y cuatro a lo ancho.

Tabla 52: información básica del cubicaje por contenedor

40"	CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	estimación del espacio
	Nº de unidades	64	20	1280
	Largo mts	1,2	12,3	10
	Alto mts	2	2,34	1
	Ancho mts	1	2,4	2
	volumen total del embarque m3	2,4	69,0768	28,782
	Peso por unidad kg	336,58752	6731,75	20
	Peso total del embarque ton	0,337	6,732	20

Elaborador por: Stalin Goyes

Se utilizará un contenedor de 40", el mismo que posee una capacidad de 20 pallet que tendrán 64 cajas cada uno y estarán distribuidos cuatro a lo largo, uno a lo alto y dos a lo ancho dando como peso total 6.7 toneladas.

5.7.3. Estimación de ventas

Para la estimación de las ventas se tomó datos de la oferta la cual en comparación con la demanda se la cubrirá en un 0,09%, de esta manera la oferta de 83 toneladas se las pudo dividir en envíos semanales de 1280 cajas dando como resultados 12 envíos anuales.

Tabla 51: Estimación en Ventas por Año

DATOS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
OFERTA EXPORTABLE	83	87	92	96	101	106
DEMANDA	80138	143785	252363	437342	752221	1287954
FRECUENCIA DE ENVIO	mensual	mensual	mensual	mensual	mensual	mensual
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	12	12	12	12	12	12
Nº de empaques / embalajes cajas	1280	1319	1385	1454	1527	1603
Nº de pallets	20	21	22	23	24	25
Nº de contenedor 40 pies	1	1	1	1	1	1
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	30720	31656	33240	34896	36648	38472
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL anual	368640	379872	398880	418752	439776	461664

Elaborador por: Stalin Goyes

Según el cálculo las ventas se muestran en 368640 botellas las cuales se empacaran en 180792 cajas las cuales serán divididas en 12 envíos mensuales de 24 unidades y cada envío con un peso aproximado de 6.41 toneladas.

5.7.4. Costos directos e indirectos del país de origen

Estos costos se relacionan directamente con la elaboración y el transporte del producto hacia su mercado destino.

Tabla 53: Costos directos país de exportación

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Unitarización	294,0	1,0
Manipuleo en el local del exportador	70,0	0,2
Documentación	337,2	0,0
Transporte interno	1200,0	1,0
Manipuleo Embarque	200,0	0,1
Agentes	90	0,9
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
capital e inventario país de origen	18,1	3,4
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR		3,4
VALOR FOB	2191	3,4

Elaborador por: Stalin Goyes

Los resultados indican que el total de distribución física es de 2191 y tomara alrededor de cuatro días en origen para lograr la distribución internacional.

3.7.5. Costo del transporte internacional

Se consideró el costo del flete y el seguro intencional.

Tabla 54: Análisis de costos en el tránsito internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	2000,0	1,0
VALOR CFR	25405,5	4,4
SEGURO INTERNACIONAL	508,1	0,3
VALOR CIF	25913,6	16

Elaborador por: Stalin Goyes

Los costos se suman según su orden, el flete internacional tiene un costo de 2.000 usd, contemplando el 2% del seguro el cual se calcula 508,1 usd. Dando como resultado un valor CIF de 25913,6 usd los cuales se los realizara en 16 días.

5.7.6. Incoterms

El incoterms que será aplicado en la negociación es FOB (franco a bordo) ya que ofrece tres beneficios muy importantes al momento de negociar los mismos que se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 54: Incoterms 2010

FOB	
VENDEDOR	COMPRADOR
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contrata el transporte internación ➤ No paga el seguro. ➤ La entrega de mercadería se hace en la bodega del buque. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puede hacer el pago a través de medios electrónicos.

Elaborador por: Stalin Goyes

Elaborador por: Stalin Goyes

Tabla 54: Incoterms

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	1.566.720	1.645.056	1.727.309	1.813.674	1.904.358	1.999.576
EXW	1.566.720	1.645.056	1.727.309	1.813.674	1.904.358	1.999.576
Manipulación local X	360	378	397	417	438	459
Unitarización	600	630	662	695	729	766
FCA/FAS	1.567.680	1.646.064	1.728.367	1.814.786	1.905.525	2.000.801
Transporte interno	6600	6930	7277	7640	8022	8423
Manipuleo Embarque	600	630	662	695	729	766
Agentes	1080	1134	1191	1250	1313	1378
Documentación	360	378	397	417	438	459
Capital e inventario país de origen	180	189	198	208	219	230
FOB	1.576.500	1.655.325	1.738.091	1.824.996	1.916.246	2.012.058
Flete Internacional	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255	27.568
CFR	1.598.100	1.678.005	1.761.905	1.850.001	1.942.501	2.039.626
Seguro Internacional	15.981	16.780	17.619	18.500	19.425	20.396
CIF	1.614.081	1.694.785	1.779.524	1.868.501	1.961.926	2.060.022
Capital e inventario tránsito internacional	25.914	27.445	28.606	56.263	58.619	61.124
Manipuleo desembarque	1200	1212	1224	1236	1249	1261
DAT	1.641.195	1.723.442	1.809.354	1.926.000	2.021.793	2.122.407
Almacenamiento temporal	26.522	26.787	27.055	27.326	27.599	27.875
Documentación	1440	1441	1442	1444	1445	1446
Agentes	2400	2401	2402	2404	2405	2406
Transporte interno	9600	9601	9602	9604	9605	9606
DAP	1.681.157	1.763.673	1.849.857	1.966.776	2.062.847	2.163.740
Aduaneros	480	485	490	495	499	504
Capital e inventario país de destino	3.177	3.209	3.241	3.273	3.306	3.339
DDP	1.684.814	1.767.366	1.853.587	1.970.544	2.066.652	2.167.583

En el campo de la negociación se procurará realizarlas en termino FOB (Franco a bordo) proyectándolos a cinco años futuros, mostrando un panorama para la toma de decisiones eficientes y técnicas. Además se realizó el cálculo de los demás Incoterms para estar a disposición del cliente o demandante.

Tabla 55: Precio de venta

VALOR FOB	1.576.500	1.655.325	1.738.091	1.824.996	1.916.246	2.012.058
UTILIDAD	21%	21%	21%	21%	21%	21%
PRECIO CAJA	105	110	115	121	127	134
VALOR FOB	1.576.500	1.655.325	1.738.091	1.824.996	1.916.246	2.012.058

Elaborador por: Stalin Goyes

De acuerdo a los costes y al termino de negociación se obtendrá el precio de venta al público por lo tanto en el término FOB el precio caja es de \$105 de 24 unidades de aceite de aguacate.

5.8. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Este estudio muestra el análisis económico y financiero que comprueban la factibilidad del proyecto mediante el a cotejamiento de variables como el mercado, producto, conjuntamente con el estudio de proyecciones de cifras que ayudaran a tomar decisiones eficaces.

5.8.1. Inversión inicial

Al momento de hablar de inversión inicial hace mención a la totalidad de los ingresos y egresos que se ejecutan al momento de iniciar un proyecto, es decir, desde el momento cero o partida. Por lo tanto se consideran los activos fijos y los demás recursos necesarios para iniciar el funcionamiento de una empresa (García, 2014, pág. 175).

5.8.2. Activos Fijos

Desde el punto de vista financiero los activos fijos son todos los bienes tangibles que posee una empresa como por ejemplo: maquinaria, equipos,

terrenos, entre otros, en este caso en partículas se los detalla a continuación en la siguiente tabla. (García, 2014, pág. 126).

Tabla 63: Activos Fijos - Inversión Fija			2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			80.000
Galpón	1	80.000	80.000
Maquinaria y Equipo			100.640
Rampas de recepción	2	4.000	8.000
Maduradores de aguacate	1	13.000	13.000
Deshuesadora	1	15.500	15.500
Amasadora	1	2.500	2.500
Envasadora	1	10.500	10.500
Centrifugadora	1	18.500	18.500
Filtradora de aceite	1	10.000	10.000
Laboratorios y equipo adicional	1	7.640	7.640
Tambores de acero	1	15.000	15.000
Muebles y Enseres			5.450
Escritorio	3	400	1.200
Sillón ejecutivo	3	120	360
Sillas	15	50	750
Mesas	2	40	80
Archivadores	5	200	1.000
Estantería metálica	2	400	800
Teléfono	2	400	800
Fax	1	60	60
Calculadoras	5	80	400
Equipo de Computo			1.600
Computadora	2	600,00	1.200
Impresora	1	400,00	400
			0
Total Activos Fijos - Inversión Fija			187.690

Elaborador por: Stalin Goyes

Según la tabla anterior el proyecto requiere una inversión de 1.037.090 USD, la inversión se la dividirá en la compra de terreno e implementación de la infraestructura, vale la pena destacar que se ha considerado lo primordial para el funcionamiento y el inicio de la fabricación de aceite de aguacate.

5.8.3. Gastos de Constitución

Tabla 64: Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015
Gastos minuta (abogado)	1	500	500
Gastos escritura pública (notario)	1	800	800
Asesoría legal	1	800	800
Publicación de constitución de compañía en periódico	1	300	300
Pago de impuestos municipales	1	400	400
			0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			2.800

Elaborador por: Stalin Goyes

En la creación de la empresa se debe considerar los gastos que conlleva la constitución de la misma, desde el punto jurídico es indispensable para el funcionamiento legal de la empresa el costo del mismo es de 2800.

5.8.4. Capital de operación

Este capital está conformado por los costes de producción, gastos administrativos, y costes logísticos de exportación necesarios para que la fábrica o empresa funcione a su 100% hasta obtener el producto terminado.

5.8.5. Costos de Productos

En este parámetro se considera todos los costes que intervienen en la fabricación del producto en los cuales tenemos los siguientes:

- Costos de materia prima
- Costos de mano de obra
- Costos generales de fabricación

Tabla 56: Costos de producción

	Costos de Producción	
Concepto	Cantidad	Valor Un.
Materia Prima		
Aguacate (kg)	846600	1,7
Mano de Obra		
Obreros	11	42.122
Costos Indirectos de Fabricación:		
Envases	361.591	0,53
Embalajes	15.066	0,5
Agua	12	50
Energía	12	15
Suministros	12	100
Depreciaciones		
Total Costo de Producción		

Elaborador por: Stalin Goyes

5.8.6. Gastos administrativos

Estos son los costes que una empresa tiene para el mantenimiento de la fuerza operativa de la misma se las considera las siguientes:

- Sueldos
- Gastos de oficina
- Gastos de administrativos (planificación, dirección, organización, control)
- Depreciaciones

Tabla 55: Gastos Administrativos								
			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos	11	31.133	31.133	35.997	39.128	42.531	46.230	50.251
Servicios Básicos	12	25,00	300	312	324	336	349	363
Suministros de Oficina	12	50,00	600	623	647	672	698	725
Suministros de Limpieza	12	80,00	960	997	1036	1076	1117	1161
Depreciaciones			0	1078	1078	1078	1099	1099
Amortizaciones			0	560	560	560	560	560
Total Gastos Administrativos			32.993	39.567	42.773	46.254	50.054	54.158
Elaborador por: Stalin Goyes								

Para estos gastos se las variables a intervenir son las fundamentales para el funcionamiento de la empresa por lo tanto se la proyecto hasta el año 2021 para tener un claro panorama para las futuras decisiones.

5.8.7. Gastos de exportación

En la exportación interviene una serie de rubros que cubren varias fases las cuales permite que en el proceso de comercialización se cumplan todas las formalidades legales en el país destino.

Tabla 56: Gastos de Exportación (Ventas)								
			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Unitarización	12	294,00	14.112	14.758	15.355	25.661	26.688	27.759
Manipuleo en el local de exportador	12	40,00	1.920	1.994	2.071	4.303	4.469	4.642
Documentación	12	337,21	16.186	16.812	18.138	20.325	23.657	28.600
Transporte Interno	12	800,00	38.400	39.885	41.428	86.061	89.390	92.847
Manipuleo de embarque	12	200,00	9.600	9.971	10.357	21.515	22.347	23.212
Agentes	12	200,00	9.600	9.971	10.758	12.055	14.031	16.963
Costos Bancarios	12	428,43	20.565	21.848	22.764	44.916	46.739	48.640
Capital e Inventario - país de origen	12	18,09	868	921	960	1.880	1.959	2.044
Total Gastos de exportación (Ventas)			111.251	116.161	121.831	216.716	229.281	244.708
Elaborador por: Stalin Goyes								

Tabla 57: Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	187.690
Capital de Operación	846.600
Gastos de Constitución	2.800
Total Inversión Inicial	1.037.090

Elaborador por: Stalin Goyes

La inversión requerida para la creación y el funcionamiento óptimo de la empresa es de 1.037.090 dólares americanos.

5.9. FINANCIAMIENTO

El proyecto requiere de una inversión de 1.037.090 dólares americanos la cual será destinada para adquirir las herramientas necesarias para su funcionamiento por esta razón se consideró un financiamiento mixto, es decir, el 50% será capital propio y la inversión restante se lo obtendrá de una agencia financiera (Banco de fomento).

Tabla 58: Costo de capital promedio pondera		
Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	100%	1.037.090
Capital Ajeno	0%	
Total	100%	1.037.090

Elaborador por: Stalin Goyes

El financiamiento será soportado por el grupo de aguacateros y el Municipio de Mira que cumplirá su rol de impulsora de emprendimiento y está preparado para aportar con el 100 % de la inversión inicial por lo tanto no se requiere un financiamiento directo.

.3.9.1. Estados Financieros

Los estados financieros son los que reflejan los movimientos financieros dentro de la empresa los cuales permiten llevar una clara idea de las decisiones a tomar.

5.9.2. Balance General

El estado financiero es el encargado de mostrar la situación de la empresa en la fecha que determine la administración, este capo está conformado en tres elementos: (Ávila, 2014, pág. 55)

- El activo
- El pasivo
- El capital contable

Balance General - Sin Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	846600	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	846600	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	80.000	Préstamos Bancarios	0
Maquinaria y Equipo	100.640	Total Pasivos Largo Plazo	0
Muebles y Enseres	5.450		
Equipo de Computo	1.600	Total Pasivos	0
Total Activos Fijos	187.690		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	2.800	Capital Social	1037090
Total Activos Diferidos	2.800	Total Patrimonio	1037090
Total Activos	1037090	Total Pasivo + Patrimonio	1037090
Elaborador por: Stalin Goyes			

5.9.3. Estado de Resultados

Son los documentos que muestran la situación financiera de la empresa y los resultados de las operaciones realizadas en esto se consideran la inversión, pérdidas y ganancias durante un año. A continuación se los muestra proyectados. (Ávila, 2014, pág. 16)

Estado de Resultados - Sin Financiamiento						
Detalle	Año 0	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	1.314.000	1.402.327	1.496.202	1.595.958	1.701.950	1.814.551
Cantidad	9.000	9.450	9.923	10.419	10.940	11.487
Precio	127	133,35	140,0175	147,0184	154,3693	162,0878
- Costo de Ventas	91.443	96.015	100.816	105.857	111.150	116.707
Utilidad Bruta en Ventas	1.222.557	1.306.312	1.395.386	1.490.102	1.590.800	1.697.844
- Gastos Operacionales	87.493	155.462	164.521	197.571	212.044	229.934
Gastos Administrativos	32.993	39.567	42.773	46.254	50.054	54.158
Gastos de Exportación	219.256	115.894	121.748	151.317	161.990	175.776
Utilidad Operacional	1.135.064	1.150.850	1.230.865	1.292.531	1.378.756	1.467.909
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0
U.A.T.I	1.135.064	1.150.850	1.230.865	1.292.531	1.378.756	1.467.909
- 15% Particip. Trabajadores	170.260	172.628	184.630	193.880	206.813	220.186
Utilidad Antes de Impuestos	964.804	978.223	1.046.235	1.098.651	1.171.943	1.247.723
- 22% Impuesto a la Renta	221.905	224.991	240.634	252.690	269.547	286.976
Utilidad Neta	332.661	349.294	366.759	385.097	404.351	424.569

Elaborador por: Stalin Goyes

5.10. INDICADORES FINANCIEROS

5.10.1. Flujo de efectivo

Para el análisis de este campo se requiere del valor actual neto (VAN) y la Tasa Interno de Retorno (TIR)

5.10.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este valor es el que indica los flujos sumados de ingresos descontándolos de los presentes y restándolos el coste inicial de la empresa, haciendo una comparación entre los ingresos y egresos realizados para el correcto funcionamiento de la misma, para el cálculo de VAN se emplea la siguiente formula. (Nieves, 2006, pág. 6)

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

5.10.1.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Cuando la tasa interna de retorno se muestra mayor a la tasa de descuento, el proyecto es viable y se debe de determinar el crecimiento que tendrá la empresa, pero si el TIR se muestra menor a la tasa de descuento el proyecto deberá ser rechazado ya que no cumple con el rendimiento adecuado para ser sostenible en el futuro.

Tabla 59: TIR y VAN	
ΣFE	967.363,40
- I.I.	449.750,59
VAN	517.612,82
TIR	34,00%
PR	3,29
C/B	2.10

Elaborador por: Stalin Goyes

El proyecto se muestra de acuerdo a los resultados del TIR y el VAN se muestra positivo; es decir, los valores son mayores a la tasa de descuento, los resultados de VAN es de \$ 517.612,82, por lo que se muestra un proyecto aceptable dentro de los parámetros de beneficio, por otra parte el TIR es del 34.00% lo que muestra la recuperación que el proyecto tendrá. En cuanto al costo beneficio es de 2.10 dólares restando lo invertido, indicando que el proyecto es viable.

5.11. CONCLUSIONES

- El proyecto de exportación de aceite de aguacate desde la Cantón Mira Provincia del Carchi – Ecuador está enfocado en la creación de la empresa que contribuirá directamente en la capacidad productiva del cantón.
- La empresa pretende ser un instrumento que genere emprendimiento y desarrollo de la industria aguacatera, generando fuentes de trabajo tanto directas como indirectas, así contribuir con los proyectos propuestos por el gobierno como es el cambio de la matriz productiva.
- La empresa adquirirá la materia prima del Cantón Mira específicamente del grupo organizado de aguacateros en un 19% de la producción, esto implica que el plan logístico se lo ejecute desde el momento de la adquisición de materia prima, posteriormente la empresa denominada “ACEITES GREEM” elaborara la documentación necesaria para el proceso de exportación, este proceso se lo realizara conjuntamente con la empresa TRANSCOMERINTER, la misma que se encarga de trasportar el producto al puerto de Esmeraldas cuya responsabilidad termina allí porque el termino de negociación que se utilizará habitualmente será FOB (Franco a Bordo).
- Según los datos financieros se puede decir que la creación de la empresa debe tener una inversión 1.037.090 USD, misma que se utilizará en la implementación desde el terreno hasta la totalidad de la infraestructura para la producción de aceite de aguacate, cabe recalcar que dicha inversión será aportada por parte de los interesados con un 100%. Tomando en cuenta que el proyecto se muestra viable debido que se tiene un VAN de 517.612,82 y un TIR de 34,00% lo que demuestra que el dinero invertido si tiene su respaldo financiera, considerando el período de recuperación de la inversión es de 3 años.

VI. BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- Ávila, J. (2014). Balance General . En J. Ávila, *Introduccion a la Contabilidad* (pág. 81). Jalisco : Umbral .
- Baca, G. (2013). evaluacion de proyecctos . Mexico: MC GRAW HILL Educacion .
- García, M. (2014). Activos Fijos . En M. García, *Direccion Financiera* (pág. 200). Cataluña: UPC.
- Gitman, L. (2012). Punto de Equilibrio . En L. Gitman, *Principios de Administracion* (pág. 354). mexico : Amy Gembala .
- Herrera. (2008). Metodología . En H. E, *Tutoria de la Investigacion Cientifica* (pág. 231). Ambato: Empresdane Graficas Cia.
- Lara, J. S. (2001). *Historia de la iglesia catolica en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.
- LERMA, A. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. Australia: CENGAGE Learning.
- Nieves, L. (2006). TIR. En N. L, *Finanzas corporativas en la practica* (pág. 300). Madrid: Publicaciones Universitarias.
- Niño, V. (2011). Enfoques de la Investigación . En V. Niño, *Metodología de la Investigación* (pág. 155). Colombia : Ediciones de la U.
- Torres, R. (2013). *Teoria del Comercio Internacional* . México: Siglo XXI.

6.2. Linkografía

- Acofarma. (2012). *Ficha Técnica*. Recuperado el 2015, de Aceite de Agucate: http://www.acofarma.com/admin/uploads/descarga/4198-5ced7738bb3eb3bd191d6d25e9bead4de7654261/main/files/Aceite_aguacate.pdf
- BCE. (12 de 2014). *Banco Central del Ecuador, Tasas de desempleo*. Recuperado el 3 de 2015, de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- BCE. (3 de 2015). *Evolucion de la Balanza Comercial*. Recuperado el 2015, de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201112.pdf>
- BM. (2014). *Banco Mundial PIB per capital* . Recuperado el 3 de 2005, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- Canacindra . (2010). *los incoterms*. Recuperado el 2015, de http://www.canacindraslp.org.mx/boletin/admin/Uploads/346_file_6_.pdf
- CBP. (2014). *Aduanas y Proteccion Fronteriza de los EE.UU*. Recuperado el 6 de 2015, de <http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf>
- CEPAL. (2012). *Informe Educación para Todos en el Mundo 2012* . Recuperado el 2015, de <http://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/prensa/noticias/noticias/2/48152/P48152.xml&base=/tpl/top-bottom.xsl>
- CIA. (2015). *the distribution of the population*. Recuperado el 2016, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2010.html>
- Constitución del Ecuador . (2008). *Asamblea Nacional del Ecuador* . Recuperado el 3 de 2015, de

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Departamento Administrativo nacional de estadísticas-DANE. (2013). *Buenos Aires es la balanza Comercial* . Recuperado el 6 de 2015, de <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/balanza-comercial.pdf>

Export Helpdesk. (6 de 2015). *Procedimientos de Importación de la UE*. Recuperado el 7 de 2015, de http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_ProcedimientosDeImportacionDeLaUE.html&docType=main&languageId=ES

Foro Económico Mundial. (3 de 2015). *Índice de Competitividad Global* . Recuperado el 5 de 2015, de <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>

Foro Económico Mundial. (2015). *Ranking Mundial de Competitividad* . Recuperado el 4 de 2015, de <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>

Grahame, D. (2013). *Comercialización*. Recuperado el 07 de 2015, de FAO: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/a0185s/a0185s00.pdf>

INEC. (3 de 2014). *Instituto Nacional de Censos* . Recuperado el 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

MAGAP. (2015). *Producción de Aguacate en el Carchi*. TULCAN: MAGAP.

Martha, A. (02 de 2011). *EVALUACIÓN Y ESCALAMIENTO DEL PROCESO DE EXTRACCIÓN DE ACEITE DE AGUACATE* . Recuperado el 09 de 2015, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/4070/1/marthaceciliaacostamoreno.2011.pdf>

Martínez, A. (3 de 2010). *ACEITES ESENCIALES*. Recuperado el 2015, de <http://farmacia.udea.edu.co/~ff/esencias2001b.pdf>

Nzavacado. (2013). *Estudio Técnico* . Recuperado el 11 de 2015, de Trenaformación del aguacate en producto terminado : <http://www.nzavocado.co.nz/>

OMC. (01 de 2015). *Como Obtener los datos arancelarios*. Recuperado el 09 de 2015, de <http://tariffdata.wto.org/TariffList.aspx?culture=es-ES>

ONU. (2013). *Cadena del Valor Agregado* . Recuperado el 2015, de <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=25793#.V1D8o5HhC00>

PROCHILE. (03 de 2011). *Perfil del Consumido*. Recuperado el 2015, de Estudio de Mercado de Estados Unidos : http://www.camarajaen.org/adjuntos/mercadosinternacionales/Estudio%20de%20mercado%20Aceite%20de%20OI%20en%20EEUU%202011_Prochile.pdf?phpd

PROECUADOR . (2013). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales-EE.UU.* Recuperado el 3 de 2015, de www.proecuador.com

PROECUADOR . (2014). *Ficha Técnica del Ecuador* . Recuperado el 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-tecnicas/>

PROECUADOR. (2 de 6 de 2013). *Ficha Técnica de Francia* . Recuperado el 22 de 8 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Ficha-Comercial-de-Francia-Junio-2013.pdf>

PROECUADOR. (2014). *Índice de Desempeño Logístico Francia, Estados Unidos y Japon*. Recuperado el 4 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec>

PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Recuperado el 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>

PROECUADOR. (2015). *Ficha Comercial de Estados Unidos de América*. Recuperado el 5 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2015_usa/

PROECUADOR. (2015). *PROECUADOR*. Recuperado el 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>

Servicio de Evaluación de Impacto Ambiental. (2013). *Normativa general Sistema Evaluación de Impacto Ambiental*. Recuperado el 2 de 2015, de <http://www.sea.gob.cl/contenido/normativa-ambiental-aplicable>

- Tedesco, J. C. (2012). *La globalización y sus efectos* . Recuperado el 2015, de <http://www.fuac.edu.co/revista/M/cinco.pdf>
- Trade Map. (2012). *Economía Regional* . Recuperado el 2015, de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_171.pdf
- TRADEMAP. (2015). *TRADEMAP*. Recuperado el 2015, de [http://www.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffsResults.aspx?product=SimpleProduct%7c%7c151590%7cINCpsep151590++Grasas+y+aceites+vegetales+fijos+y+sus+fracciones%2c+incl.+refinados%2c+sin+modificar+qu%26%23237%3bmicamente+\(exc.+aceites+de+](http://www.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffsResults.aspx?product=SimpleProduct%7c%7c151590%7cINCpsep151590++Grasas+y+aceites+vegetales+fijos+y+sus+fracciones%2c+incl.+refinados%2c+sin+modificar+qu%26%23237%3bmicamente+(exc.+aceites+de+)
- Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP” . (1 de 04 de 2015). *Agricultores de Carchi se comprometen al trabajo en equipo con UNA EP para mejorar la competitividad*. Recuperado el 30 de 04 de 2015, de <http://www.una.gob.ec/?p=2541%20%C2%BFCu%C3%A1les%20son%20los%20sectores%20ofertantes?%20http://www.una.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Perspectiva-de-Quina-2015-EDITADO.pdf>
- Weinberger, K. (03 de 2014). *Plan de Negocios* . Recuperado el 06 de 2015, de <http://www.nathaninc.com/sites/default/files/Pub%20PDFs/LIBRO%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%5B1%5D.pdf>

VII. ANEXOS.

Anexo 1: Oficio de solicitud para realizar la entrevista



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Ley No. 2005-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

Tulcán, 10 de mayo del 2015

Ingeniero
Edwin España
DIRECTOR DE PROYECTOS DEL MUNICIPIO DE MIRA
PRESENTE.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de mi parte y a su vez augurándole toda clase de éxitos en sus funciones diarias.

A través del presente solicito comedidamente se le permita obtener información con fines académicos al señor Stalin Goyes con número de CC. 0401593629, sobre **PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL AGUACATE** debido a que se encuentra desarrollando el Proyecto de Investigación con el tema denominado **"Oportunidades de Mercados Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi"**, para lo que se requiere información sobre: número de productores, número de cantones que cultivan aguacate, valor o precio en kilogramos y exportaciones. Investigación que le permitirá titularse en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi – UPEC.

Por la gentil atención que se preste a la presente le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

Luis Canabal

DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Av. Universitaria y Antisana Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
www.upec.edu.ec e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC

Anexo 2: Entrevista

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



La presente entrevista tiene como objetivo determinar la oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia de Carchi. Solicito a usted de la manera más comedida proporcionar acerca de la producción de aguacate del Cantón Mira, los datos proporcionados se guardaran con absoluta reserva y se los utilizara para fines académicos.

Fecha : Mira 20 de mayo del 2015

Nombre : Ing. Jairo Buitron

Entrevistador : Stalin Miguel Goyes Yandún

La entrevista se la realizo al ing. Jairo buitron técnico de la dirección ambiental el cual fue asignado para dicha tarea por el director de proyectos del Municipio de Mira obteniendo como resultados la siguiente información.

1. ¿Qué variedades de aguacate se cultiva en el Cantón Mira y por qué?

De acuerdo a la entrevista realizada se manifestó que en el Cantón Mira la variedad de aguacate que se cultiva son el hass y fuerte, el primero lo cultivan de manera privada por parte de la empresa Uyama Farms S.A y el segundo lo producen los agricultores de la localidad, porque el aguacate fuerte es más demandado en el mercado local y nacional, además la cosecha de este tipo de fruto es más productiva al no presentar producto rechazado o en mal estado que el aguacate hass.

2. ¿Qué calidad de aguacate se produce en el Cantón Mira?

El cantón mira actualmente tiene una producción de 20 a 23 toneladas por hectárea al año por lo tanto el 95% de la producción es de aguacate fuerte y en una mínima cantidad el aguacate hass.

3. ¿Qué tiempo dura el periodo de cultivo?

El tiempo de cultivo se lo puede determinar desde dos puntos de vista, la primera es la durabilidad de la plantación que es 40 años y el segundo es periodo de cosecha que se lo realiza cada 6 meses, vale la pena destacar que las condiciones aptas para el cultivo de aguacate es de una altura comprendida entre 400 y 2500 msnm y una temperatura que va entre los 15 y 30 °C permitiendo al Cantón Mira producir esta fruta de manera continua, es decir, teniendo una cosecha en todo el año por la existencia de plantaciones distribuidas en los diferentes sectores del cantón por lo tanto se obtiene este en fruto todos los meses del año.

4. ¿Cuál es el volumen de descarte que tiene la producción en el Cantón Mira?

De acuerdo a la comercialización se lo clasifica de la siguiente manera

- Categoría primera: 170 a 230 gr
- Categoría segunda: 130 a 170 gr
- Categoría tercera : inferior a 130gr

La totalidad de la producción se maneja en estas tres categorías, por lo tanto se obtiene un volumen de descarte mínimo del 3%, es decir, las dimensiones del fruto son aceptables para comercializarse y no desecharse, tomando en cuenta que las plagas existentes no afectan de manera agresiva a los cultivos a tal punto que no requieren de fumigación.

5. ¿Existen asociaciones dedicadas en la producción de aguacate?

Según la entrevista se conoce que en Cantón mira existe la asociación "Camino hacia el progreso" ubicada en la parroquia Juan Montalvo sector Huaquer y la empresa Uyama Farms S.A ubicada en el sector San Nicolás por lo tanto organizaciones se dedican a la producción de aguacate fuerte y has.

6. ¿Cuántas hectáreas están dedicadas a la siembra de aguacate?

La extensión que están dedicadas al cultivo de aguacate en el Cantón Mira es de 780 hectáreas y disponibles para un cultivo futuro es de 1000 hectáreas más distribuida en varias localidades del cantón.

7. ¿Cuál es la capacidad producción por hectárea?

La capacidad de producción por hectárea es de 20 a 22 toneladas de aguacate anual entre primera segunda y tercera categoría.

8. ¿Cuál es el costo de producción de aguacate?

El costo de producción por hectárea es de 1500 dólares, esto comprende mantenimiento como poda, fertilizantes, cosecha.

9. ¿Recibieron alguna capacitación para la producción de aguacate y transformación del mismo?

A través de los incentivos que brinda el Gobierno del Ecuador. Mediante las instituciones públicas como el MAGAP (Ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca) y el gobierno municipal de Mira han logrado a los agricultores con asistencia técnica sobre el cultivo adecuado del aguacate sin embargo no tiene capacitación para transformarlo del mismo.

10. ¿Cuál es el proceso de comercialización del aguacate?

El proceso de comercialización se lo realiza a través de intermediarios los cuales utilizan gavetas y sacos para su transporte, otro punto de vista importante es que presenta los precios fluctuantes de acuerdo a la estación de año.

11. ¿Dónde comercializa la producción de aguacate?

La comercialización se efectúa en el cultivo, ya que el intermediario visita las haciendas para su respectiva distribución a nivel nacional.

12. ¿Cuál es el precio de la fruta en ese mercado?

13. ¿Cuál es el contenido nutricional que posee el aguacate?

El conocimiento sobre el contenido nutricional está basado en publicaciones científicas que disponen el municipio de Mira, pero para fines de transformación del aguacate resultan escasas.

14. ¿Pusee algún certificado de calidad de producción?

Las asociaciones como agricultoras por individual no disponen de certificados de ninguna índole.

15. ¿Le gustaría asociarse para producir aceite de aguacate?

En la actualidad el municipio de Mira junto con inversionistas y asociaciones desean integrarse para formar una industria para la extracción de aceites, por lo tanto existe iniciativas de emprendimiento industrial por parte de los actores que intervienen en esta propuesta.

16. ¿Cuál sería el porcentaje de la producción de materia prima que destinaría para la producción de aceite de aguacate?

Las asociaciones tiene problemas para comercializar tanto en precio como en cantidad los aguacates que se clasifican en la segunda y tercera categoría representada por un 80% de la producción anual, por lo tanto sería beneficioso que estas dos categorías tengan un mercado seguro para estandarizar precios y se aproveche el total de la producción.



Gracias por su Colaboración

Anexo 3: Oficio de solicitud de información al MAGAP



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

Oficio No. UPEC-CEYNCI-2015-011-O
Tulcán, 30 de septiembre de 2015

Ingeniero
Carlos Ramo Vinuesa
DIRECTOR PROVINCIAL DE AGROPECUARIO DEL CARCHI
Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio del presente expreso un cordial saludo en nombre de quienes conformamos la Comunidad Universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a la vez augurándole éxitos en las funciones que tan acertadamente desempeña.

El motivo del presente es para informar a usted que el Sr. Stalin Miguel Goyes Yandún egresado de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional se encuentra desarrollando su trabajo de titulación "Oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi", y para poder fundamentar su investigación solicitamos se le provea información sobre la cantidad de aguacate producida en provincia del Carchi considerando la variedad, número de hectáreas, en que cantones se producen y el costo con el que se comercializan; esta información se empleará con fines netamente académicos

Para cualquier información remitase al siguiente correo: sgoyes040@gmail.com o al teléfono 0999455278.

Por la favorable atención que se digne dar al presente, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,


Mario Julio López

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



RECIBIDO
DIRECCIÓN PROVINCIAL AGROPECUARIO DEL CARCHI
CENTRAL LA OROSA DE SERVICIOS
FECHA: 30-09-2015
HORA: 12:05
RECIBIDO POR: EDISON PARRA
980-640

Av. Universitaria y Antisana Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
www.upec.edu.ec e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC

Anexo 4: Formato de la Declaración Juramentada

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN

N° Documento
1893591020150000360P

1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Ruc	0400020327001
1.2 Razón Social/Nombre del Contacto	CASTRO JORGE HERNANDO
1.3 Dirección de la planta de producción	EL CARMEN
1.4 Correo electrónico de notificación	WILSONNER@HOTMAILES
1.5 Subpágina arancelaria	0803101000/0803101000

2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

2.1 Nombre Comercial	PLATANO
2.2 Nombre Técnico	PLANTAIN
2.3 Unidad de medida	CAJ

3. UTILIZACIÓN INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA

NINGUNA

4. (*) MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL

N°	Descripción (Nombre Técnico)	Subpartida (10 Dígitos)	País Origen	Unid Med	Cantidad	Valor CIF	Valor Planta
4.11	Valor Total por Unidad de Producto (USD\$)					0.0000	0.0000

Nota: Los Valores CIF y de Planta están dados por unidad comercial del producto casilla 2.3

5. (*) MATERIALES NACIONALES

N°	Descripción (Nombre Técnico)	Subpartida (10 Dígitos)	Unid Med	Cantidad	Valor Planta
5.11	Valor Total por Unidad de Producto (USD\$)				0.0000

Nota: Los Valores de Planta están dados por unidad comercial del producto casilla 2.3

6. (*) COSTOS Y VALOR EN FÁBRICA PRODUCTO TERMINADO

6.1 Total Costos Materias Nacionales/U. Comercial (Valor Casilla N° 5.11)	0.0000
6.2 Otros Costos Directos de Fábrica/U. Comercial (No incluye materias primas)	0.0000
6.3 Valor de Fábrica/U. Comercial (Mayor sumatoria casillas N° 6.1+6.2+4.11)	4.0000
6.4 Valor FOB de Exportación/U. Comercial	5.0000

7. (*) PROCESO DE PRODUCCIÓN

SE PREPAR EL TERRENO SE COLOCA EL BULBO Y APROXIMADAMENTE DE 9 A 12 MESES ESTA LISTO PARA LA COSECHA SE LOS CLASIFICA EN CAJA DE CARTON

8. (*) CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO

NINGUNA

9. (*) APLICACIONES DEL PRODUCTO

CONSUMO HUMANO

DJO-1893591020150000360P Página: 1/2

10. VALOR DE CONTENIDO

0.00%

11. ESQUEMA

Nombre del esquema:	CARTAGENA
Código Esquema:	CA1
Descripción del Esquema:	COMUNIDAD ANDINA
Norma Asociada:	a) íntegramente producidos
Criterio de Origen:	Decisión 418, Capítulo II, Artículo 2, Literal a)
Información Adicional:	0
Paríada Equivalente:	

12. REPRESENTANTE LEGAL

12.1 Nombre del Representante Legal	JORGE HERNANDO CASTRO
12.2 Identificación Representante Legal (CI)	9400020327001
12.3 Cargo	EXPORTADOR
12.4 Fecha de registro	2015-08-23 12:13:46.52

(*) INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA Y CONSIGNADA PARA EL TRÁMITE DE DECLARACIÓN JURAMENTADA ES REAL Y VERAZ E IGUALMENTE SOMOS CONOCEDORES DE LAS NORMAS, ACUERDOS Y TRATADOS QUE RIGEN LAS NORMAS DE ORIGEN QUE SE APLICAN Y REGISTRAN EN ESTE PROCEDIMIENTO

NOTA: En caso de cambiar algún insumo o materia prima que sean utilizados en el proceso productivo del producto a exportar, que pudiese alterar el cumplimiento de la norma de origen, se deberá reemplazar la "Declaración Juramentada de Origen", la misma que debe ser presentada al MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, a fin de evitar sanciones.

REPRESENTANTE LEGAL

Firmado electrónicamente

Anexo 5: Informe de Producción de Aguacate en el Carchi


GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR


Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca
Dirección Provincial de Carchi

Carretera Principal No. 1000 y Calle 2000
Paseo Reina Victoria - Ambato - CANTÓN AMBATO
CÓDIGO TELEFÓNICO: 042 400 000
TEL. Y FAX: (042) 400 0000
www.agricultura.gov.ec
Carchi - Carchi

Oficio Nro. MAGAP-DPA-CARCHI-2015-0330-OF
Tulcán, 21 de octubre de 2015

Asunto: INFORME PRODUCCION DE AGUACATE CARCHI

Magister
Julio Lopez
Director de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
En su Despacho

De mi consideración:

En atención al Oficio Nro. UPEC-CEYNCI-2015-011-O, de 30 de septiembre del 2015, me permito remitir el informe de la producción de aguacate en la Provincia del Carchi, el mismo que fue generado por la Ing. Verónica Gordon, miembro del equipo técnico de la UZIS, el cual pongo a su consideración y sea de su ayuda en el trabajo de titulación que se encuentra desarrollando el Sr. Stalin Miguel Goyes Yandún, egresado de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial de la UPEC.

Particular, que pongo en su conocimiento para los fines consiguientes.

Atentamente,



Ing. Carlos Guillermo Rojas Vinuesa
DIRECTOR PROVINCIAL AGROPECUARIO DE CARCHI.

Anexos: INFORME

no



Sistema de Información Nacional de Agricultura,
Ganadería, Acuacultura y Pesca - SINAGAP
Unidad Zonal de Información - UZI

MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA ACUACULTURA Y PESCA

INFORME PRODUCCIÓN DE AGUACATE EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

1. DATOS GENERALES DEL AGUACATE

Taxonomía	
Reino:	Plantae
División:	Magnoliophyta
Clase:	Magnoliopsida
Orden:	Laurales
Familia:	Lauraceae
Tribu:	Perseeae
Género:	Persea
Especie:	Persea americana

2. ANTECEDENTES

Según memorando número MAGAP-DPA-CARCHI-2015-2115-E por petición formal escrita por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi con oficio Nro.UPEC-CEYNCI-2015-011-0 en el que solicita información acerca de la producción de aguacate existente en la provincia del Carchi de acuerdo a las variedades, el número de hectáreas, en que cantones se produce y el costo de comercialización.

3. METODOLOGIA, HERRAMIENTAS E INSUMOS UTILIZADAS

3.1. METODOLOGIA

El precio de comercialización por kilogramo de producto es de \$1,30 y los cantones en donde se produce aguacate dependiendo de la variedad y el número de hectáreas se detalla a continuación como se observa en la tabla N°2.

PRODUCCIÓN DE AGUACATE EN LA PROVINCIA DEL CARCHI				
CANTONES	VARIEDAD	NÚMERO DE HECTÁREAS	KG DE FRUTOS POR AÑO	COSTO
Bolívar	Guatemalteco	110	1958000	2545400
	Hass	75	1248000	1622400
	Fuerte	365	5840000	7592000
Mira	Guatemalteco	250	4450000	5785000
	Hass	125	2080000	2704000
	Fuerte	65	1040000	1352000
	Nacional	37	592000	769600
TOTAL HA EN LA PROVINCIA		1027	17109820	22242766

Tabla N2. Producción de aguacate

Linkografía:

- <http://sinagap.magap.gob.ec/Sina/paginas/InfoCentros/InfoProductor.aspx>

NOTA: Este documento no servirá para ningún tipo de trámite judicial.

TULCÁN, 05 DE OCTUBRE DEL 2015

ELABORADO POR:



Ing. Verónica Gordón
EQUIPO TÉCNICO UZIS
DIRECCIÓN PROVINCIAL AGROPECUARIA DEL CARCHI

Anexo 6: Formato del Certificado de Origen

COMUNIDAD ANDINA
CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado
 1493878320140000040P

PAIS EXPORTADOR : ECUADOR

PAIS IMPORTADOR : COLOMBIA

N° de Orden (0)	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS
1	07031000	CEBOLLA FRESCA / CEBOLLA FRESCA

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No. [001-001-00000462] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal a)

FECHA: 21 JULIO 2014
RAZON SOCIAL: SOCIEDAD CIVIL ITAMAREX IMPORTACIONES EXPORTACIONES TRAMITES ADUANEROS
MERCADO ADUANAS REPRESENTACIONES
 Sello y firma del exportador o productor

OBSERVACIONES: SUBPARTIDA ECUADOR: 0703.10.00.11 SUBPARTIDA COLOMBIA: 0703.10.00.00 por ser aprobado en el anterior sistema.

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de TULCAN a los 21 días del mes de Julio del 2014

Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

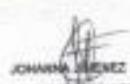
NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser necesario, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.
 (2) Especificar al ser tras de un Acuerdo de Aranceles Regional Preferencial, indicando número de registro.
 (3) En esta columna se indicará el nombre de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
 - El formulario no podrá presentar repeticiones, tachaduras o enmendadas

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA
 AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
 PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT

Nº 2844989

880

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organisation of Ecuador		A: Organización (s) de Protección Fitosanitaria de TD: Plant Protection Organisation (s) of	
1. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter		2. Nombre y dirección declarada del destinatario Declared name and address of consignee	
3. Lugar de origen / Place of origin		4. Medio de transporte declarado / Declared means of conveyance	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants			
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales o otros artículos regulados descritos aquí se han inspeccionado y sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales aplicables y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante exportadora, inclusive las plagas no mencionadas reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to applicable official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>			
9. Declaración Adicional / Additional Declaration			
El material proviene de Ecuador, país libre de <i>Bactroera</i> spp., <i>Anastrepha suspensa</i> , <i>Anastrepha lutea</i> , <i>Conaltia</i> spp., <i>Perthembesekia peritica</i> , <i>Auridella orientalis</i> , <i>Rhagoletis</i> spp. El material es libre de <i>Quadrangulatus parvicornis</i> .			
10. Tratamiento de Desinfección y/o Desinfección / Desinfective and/or Disinfection Treatment			
10. Fecha / Date		11. Tratamiento / Treatment	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient)		13. Dosis y temperatura Dose and temperature	14. Concentración Concentration
15. Información adicional / Additional Information		Nombre y Funcionario Autorizado/Name of authorized officer	
NENUNDA			
Lugar de expedición Place of issue			
Fecha / Date		Firma / Signature	
28 de Septiembre del 2015		 JOHANA GOMEZ INSPECTOR AGROCALIDAD CARCHI	



Anexo 7: Producción de aceite de aguacate o aceites vegetales en Estados Unidos

faostat3.fao.org/browse/Q/QC/S

PÁGINA INICIAL **VISUALIZAR DATOS** DESCARGAR DATOS COMPARAR DATOS BUSCAR DATOS ANÁLISIS MÉTODOS & NORMAS

Indicadores agroambientales
Emisiones - Agricultura
Emisiones - Uso de la tierra
Forestal
ASTI R&D Indicators
Indicadores clave

Producción / Cultivos

ARTÍCULO	ÁREA	DESDE EL AÑO	HASTA EL AÑO	AGREGACIÓN
Aceite, palma	Estados Unidos de Am	2011	2013	Promedio

Las denominaciones empleadas en los mapas y la forma en que aparecen presentados los datos no implican, por parte de la FAO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios o zonas marítimas, ni respecto de la delimitación de sus fronteras. Sudán del Sur declaró su independencia el 9 de julio de 2011. Debido a la disponibilidad de datos, la evaluación presentada en el mapa para Sudán y Sudán del Sur refleja la situación hasta el año 2011 para la antigua Sudán.

Producción de producto en el país seleccionado 2011 - 2013 
No data to display - Please make another selection

Rendimiento de producto en el país seleccionado 2011 - 2013 
No data to display - Please make another selection

Tasas anuales de crecimiento en el país seleccionado 2011 - 2013 
No data to display - Please make another selection

Anexo 8: Fotos de la Entrevista



Fotos de encuentro con el representante del grupo de agucateros de Mira





Anexo 9: Correo del cliente manifestando su interes por importar el aceite de aguacate

(sin asunto)  Recibidos x  

Madai [Añadir a círculos](#)

Madai <info@sedanos.com> 8:11 (hace 12 horas) ☆  
para mí 

 
[Mostrar detalles](#)

inglés > español [Traducir mensaje](#) [Desactivar para: inglés](#) x

Buenos días,

Thank you for your inquiry. Please contact us directly at 305-824-1034 in order to schedule your appointment and/or direct you to the appropriate person.

Gracias por contactarnos. Por favor llámenos directamente al 305-824-1034 para concertar una cita o dirigirlo a la persona adecuada.

Thank you / Gracias,
Sedano's Supermarkets

Anexo 10: Cotización de botellas

Cotización  Recibidos x   

 **Maria Belen Villacres** <mariabelen.villacres@uio.satnet.net> 23/10/15   

para mí 

[Mostrar detalles](#)

Estimado Sr. Stalin Goyes:

Buenas tardes, gracias por contactarnos, gustosos de atender. Remito información de acuerdo a su consulta:

Ref. cód. 12008335 de 250 ML S-BOTL OIL VERDE (oscuro) caja x 24 unidades con TAPA # 31.5 PILFER PRO-OFF DORADA CON ROSCA valor \$ 13.08 incluye IVA.

Puede adquirir una caja como 1000 que el valor es el mismo, no varía debido a que son precios de fábrica.

*** Si se encuentra en la ciudad de Quito, puede retirar de nuestras oficinas desde una caja, a provincia se envía como encomienda (a cuenta y riesgo del cliente), el valor del flete lo cancela al transportista (valor aproximado \$3.00 - \$4.00 por bulto) y el pedido mínimo son 5 cajas (en total).

Por favor cualquier consulta no dude en comunicarme, estamos a las órdenes.

Anexo 11: Rendimiento de la materia prima (Aguacate)



CAPÍTULO 4 ESTUDIO TÉCNICO

Hace varios meses ya se hicieron algunas propuestas para darle un destino productivo al aguacate no vendido, ya fuera por merma o precio demasiado bajo. Entre estas propuestas estaba la de hacer aceite de aguacate. El proceso resultó sorprendentemente sencillo pues consistía únicamente en dejar secar la pulpa para después tritararla obteniendo un aceite con muy buenas características de olor y apariencia. Esta primera extracción empírica fue un gran aliciente para iniciar las investigaciones sobre las maneras de comercializar el aceite y los requerimientos de conservación, empaque, etc. Para nuestra sorpresa, la información que se encontró referente a la extracción de aguacate describe básicamente el proceso empleado: "extracción en frío... sin elevar la temperatura a más de 50grados C... con lo cual el aceite mantiene sus conservadores naturales intactos y por lo tanto no es necesario adicionar más" (www.nzavocado.co.nz)

Estos descubrimientos, junto con el conocimiento de la tendencia del mercado hacia lo orgánico y natural, nos condujeron a mantener la fabricación del aceite de aguacate lo más natural posible y utilizar dicho proceso como una ventaja competitiva y como estrategia de publicidad para su posicionamiento en el mercado.

Tomando esto en cuenta se elabora el estudio técnico completo descrito a continuación con los detalles en tiempos y movimientos, rendimientos y mermas así como los activos fijos y mano de obra requeridos en todo el proceso de fabricación.

4.1 MATERIAS PRIMAS Y MATERIAL DE EMPAQUE

Materia Prima



La materia prima para la producción de aceite de aguacate es el aguacate y este fruto vendrá de la cosecha del Rancho Villa Reguero. En caso de que la demanda de aceite de aguacate sobrepase la capacidad de cosecha de aguacate, éste se comprará a los huertos cercanos al Rancho, procurando que este sea de la misma variedad, Fuerte California, para evitar variaciones en la composición del aceite.

Por otro lado, cabe mencionar que es factible comprar el aguacate picado o con roña ya que estas enfermedades afectan únicamente a la apariencia pero no a la pulpa del aguacate y puede conseguirse a un precio mucho menor. Una ventaja de tener la materia prima en el huerto, mientras no sea necesario adquirir aguacate de otros huertos, es que no es necesario un lugar especial de almacenaje puesto que puede quedarse en el árbol hasta que sean requeridos pues éste no madura hasta que es cortado.

El costo de la materia prima se calcula tomando en cuenta los gastos propios del cultivo y se usará este costo como precio de compra. El costo de oportunidad será la diferencia de este costo con el de posible venta al precio histórico presentado en el capítulo 2.

Material de Empaque

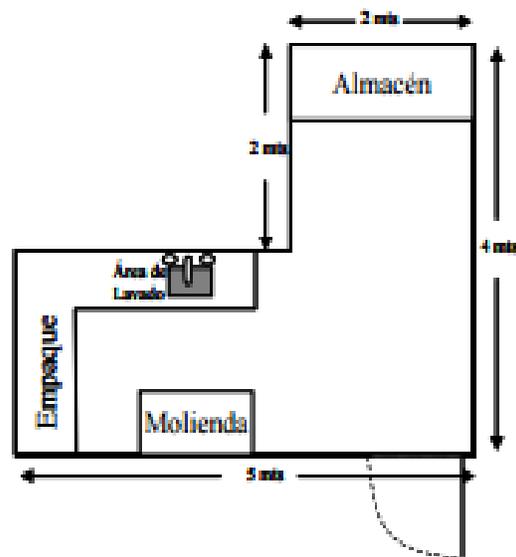
De acuerdo con los resultados de la investigación de mercado podemos ver que los consumos de las empresas están alrededor de los 20kg mensuales sin embargo existen compañías que consumen 1 ó 2 kg por mes. Tomando en cuenta lo anterior además de conservar el aceite en las mejores condiciones por el mayor tiempo posible, se eligieron envases de 1kg. Los envases de plástico son altos para reducir el área de sedimento, opacos

para proteger de la luz y con tapón de presión para mejorar el sello de aire. La configuración de empaque es la siguiente: 1 envase de 1kg de aceite de aguacate y 6 envases por corrugado.

4.2 INSTALACIONES

Hasta el momento, el proceso de corte del aguacate para ponerlo a secar se hace en el exterior, al aire libre. Las instalaciones con las que se cuenta actualmente se describen en el diagrama siguiente. En esta área se realiza principalmente la molienda del aguacate seco, la separación del bagazo del aceite de aguacate y el empaque del mismo. También se lavan los materiales y los envases. En el área de almacén se guardan los tamices con aguacate pelado en caso de lluvia y durante las noches, sin embargo, en el día estos se ponen al sol para tener un secado más efectivo.

Instalaciones Actuales



Tras varias pruebas de manufactura del aceite, los trabajadores han reportado que hay horas del día en las que es más fácil moler el aguacate y por lo tanto extraer el aceite. Estas horas coinciden con las temperaturas más altas durante el día. También se ha visto que en días nublados y lluviosos no se llega a secar bien el aguacate y en ocasiones le crece moho. Para evitar estos contratiempos en la producción a gran escala se ha contemplado invertir en un sistema de calefacción para el área cerrada con la que se cuenta actualmente. Los beneficios de mantener el cuarto a una temperatura controlada, que no exceda los 30°C, será tener mayor control en los tiempos de secado y mayor eficiencia de extracción. Las desventajas son el gasto de energía adicional en la que se incurrirá y que se deberá asignar otro lugar para almacenar los productos que se deterioran con la temperatura como son el producto terminado y las etiquetas. También se debe tener un control estricto del sistema de calefacción para evitar sobrecalentamiento del área afectando adversamente al producto o causando inclusive algún accidente.

Eventualmente podría justificarse una ampliación a las instalaciones actuales para incluir áreas cubiertas de almacén de aguacate (fruto) y de pelado y corte del aguacate, para que ninguna parte del proceso se realice a la intemperie y se disminuyan los riesgos por contaminación y efectos del clima.

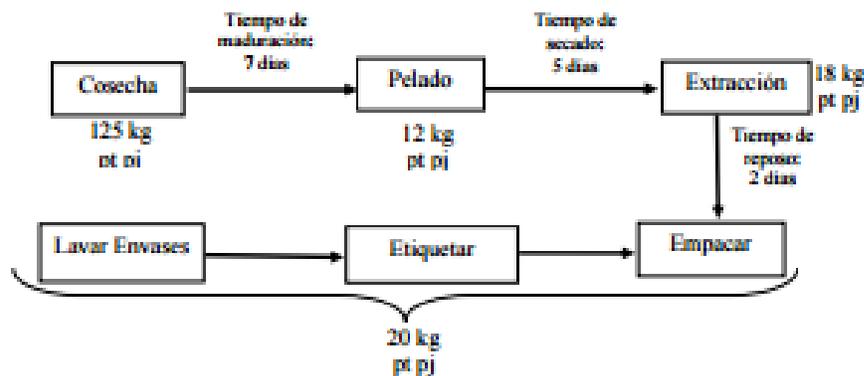
4.3 PROCESO PRODUCTIVO

El proceso completo de fabricación de aceite de aguacate requiere de los siguientes pasos:

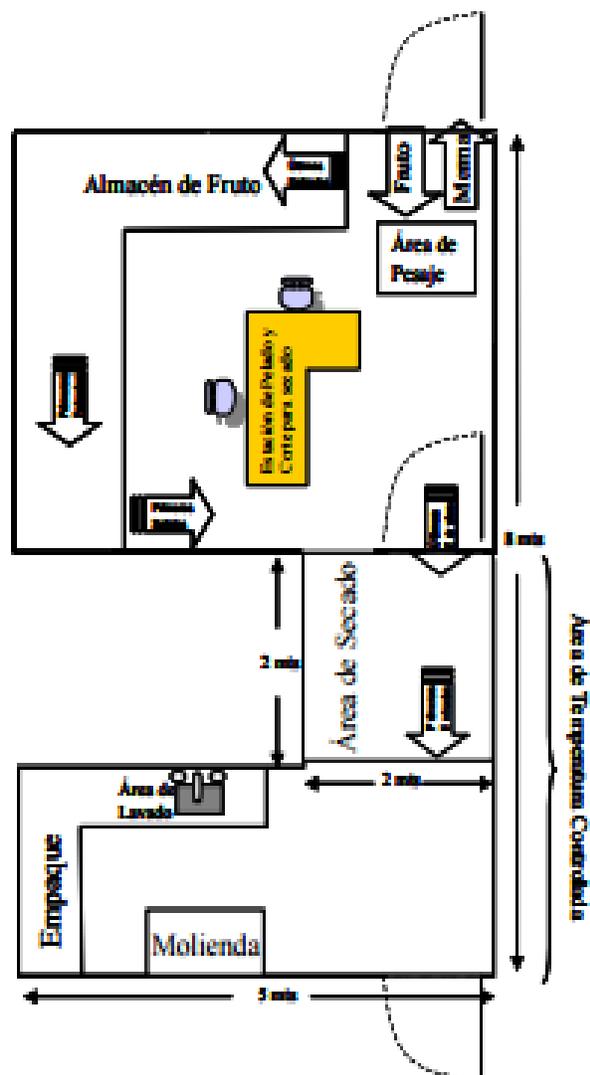
1. **Cosecha:** La cosecha del aguacate implica cortar el aguacate del árbol, limpiarlo, ponerlo en las charolas de almacenaje y pesarlo.
2. **Pelado:** El aguacate maduro se pela y se le quita el hueso. La pulpa se corta en rebanadas que se despliegan en tamices para dejarla secar.

3. **Extracción:** Las rebanadas secas de aguacate se pasan por el molino lo que provoca la separación del aceite del bagazo (resido de fibras y otros componentes sólidos). El bagazo se pone en una manta de cielo y se exprime para sacar el máximo de aceite posible. El aceite se deja reposar 2 días para que se sedimenten los sólidos más finos.
4. **Empaque:** Consiste en separar el aceite de los sólidos sedimentados y verterlo en los envases de venta. Tapar perfectamente y anotar el número de lote en la etiqueta.
5. **Etiquetar:** Las etiquetas son adquiridas de manera independiente a los envases por lo que se deben poner las etiquetas al momento de envasar.
6. **Lavar envases:** los envases se revisan perfectamente para evitar que estén demasiado sucios (en cuyo caso se descartan) y se les pasa una tela (que no desprenda pelusa) por dentro y por fuera con muy poco alcohol para limpiar el polvo y residuos de grasa. Los recipientes deben estar totalmente secos, por dentro y por fuera antes de pasar a etiquetado y empaque.

En el siguiente esquema se representa el proceso y se incluyen los tiempos de cada etapa así como las eficiencias por trabajador (pt) en cada actividad por jornada (pj) de 8 horas.



En el diagrama siguiente se muestra el flujo de las materias primas y producto en proceso que, por ser un perecedero, se rige por el sistema de Primeras Entradas-Primeras Salidas (PEPS). Por fines prácticos se esquematizó el proceso incluyendo el área de crecimiento ideal, pero que no está incluida en este proyecto. Aunque las actividades antes del secado se lleva a cabo actualmente en el exterior, el flujo es el mismo.



4.4 BALANCE DE MATERIA

Dado que la materia prima es un fruto que requiere madurar para ser utilizado en el proceso, tenemos que se pierde peso simplemente en ese proceso. Posteriormente se tienen pérdidas de material, o mermas, en las etapas de producción del aceite. En el siguiente diagrama se muestra la cantidad promedio de peso que se obtiene en las diferentes etapas del producto en proceso y las principales causas de pérdidas o mermas.



Vemos que un kilogramo de fruto verde equivale a 0,167 kg de aceite de aguacate. Por lo tanto se requieren 6 kg de fruto para obtener 1 kg de aceite de aguacate.

A continuación se presentan las diferentes relaciones de materia prima y semi-terminados con respecto al producto terminado:

Rendimientos					
1kg de fruto equivale a:	1kg de:	de:	para 1kg del sig. Semiterm		
0,88 kg de fruto maduro	Fruto verde	0,88 kg de fruto maduro	1,14	Fruto verde	
0,48 kg de pulpa fresca	Fruto maduro	0,58 kg de pulpa fresca	1,80	Fruto maduro	
0,25 kg de pulpa seca	Pulpa fresca	0,51 kg de pulpa seca	1,96	Pulpa fresca	
0,1667 kg de aceite	Pulpa seca	0,67 aceite	1,50	Pulpa seca	

Nota: Por fines prácticos a lo largo de esta evaluación se considerará la densidad del aceite igual a 1, (por lo tanto 1 litro de aceite equivale a 1kg de aceite) lo que facilita los cálculos.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

ARTÍCULO CIENTÍFICO

Stalin Miguel Goyes Yandún



Egresado de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Suficiencia en el idioma Inglés, participantes en seminarios como: I jornada internacional de comercio exterior; II Jornada Internacional de Comercio Exterior; III Jornada Internacional de Comercio Exterior Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos; Seminario del Taller de Actualización en Materia de Comercio Exterior y Manejo Integral del Sistema ECUAPASS; Curso de Sistema Nacional de Calidad y Desarrollo Productivo; Ponente del Encuentro Binacional, El Comercio Binacional Colombo-Ecuatoriano “Una Mirada Académica Desde Los Jóvenes”. Participante del Encuentro Binacional, El Comercio Binacional Colombo-Ecuatoriano “Una Mirada Académica Desde Los Jóvenes”; Misión Académica de La Universidad Politécnica Estatal Del Carchi (Ecuador) a la Universidad del Valle – Colombia; Conversatorio Binacional Ecuador-Colombia: Convenio de Esmeraldas.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi - Ecuador
Sgoyes040@gmail.com**

Resumen

La siguiente investigación se enfoca en la comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi- Ecuador hacia el mercado estadounidense, específicamente al de Miami, para ello se determinó mediante un estudio de mercado, determinado la demanda insatisfecha del producto y la oferta de aceite de aguacate, este estudio permite el analizar una oportunidad de mercado y que la comercialización permitirá la diversificar la economía local sin dejar de menos el aprovechamiento de un producto local a su 100%.

La investigación de campo se la aplico con el apoyo del municipio del Cantón Mira conjuntamente con el aporte del grupo de aguacateros de Mira, los cuales fueron objetos de investigación por medio de una entrevista llegando determinar que existe una

**Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador
Ecuador – Stalin Goyes – (UPEC-Ecuador)**

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

amplia oferta de aguacate listos para ser transformados en aceite, contando con 700 hectáreas de siembra con 1000 más de expansión futura.

Tomando en cuenta que la demanda de aceite de aguacate está en aumento, dibujando una gran alternativa de aprovechamiento del recurso local para satisfacción del mercado internacional

Palabras Claves: *Aceite de aguacate, oportunidades de negocios, diversificar la economía local, mercados internacionales.*

Abstract

This research on "The opportunity of international markets for avocado oil from the province of Carchi and its commercialization," includes market research in demanding countries such as the United States, France and Japan in order to determine the best target market. After Analyzing socio-economic, political, legal, religious issues , it is concluded that the United States provides greater ease of access to its markets with a demand of 42,594 tons of avocado oil only considering Miami as target market, which shows the opportunity in this market that is not being exploited by the industry.

The project has an IRR of 32%, it is feasible enough for implementation; in marketing it is necessary to apply logistical processes to transport the product in good condition from the origin point to its destination, the cost of a 250ml bottle of avocado oil is 5.58. It is also considered the raw material, processing, packaging, labeling, internal transportation, insurance, and international freight to seize the existing opportunity in the market.

Keywords: Market opportunities, diversification of raw materials, avocado oil, international markets.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

1. Introducción

El aceite de aguacate se ha posicionado en los últimos años como un producto muy apreciado en los grandes mercados por su alto contenido nutricional y sus propiedades para el cuidado de la salud ayudando a prevenir el cáncer y enfermedades cardiovasculares, en la actualidad el cultivo de aguacate en la Provincia del Carchi – Ecuador se lo realiza en los cantones de Bolívar y Mira en mayor promoción se lo hace en Mira por sus condiciones climáticas con una 700 hectáreas sembradas, con una producción de 1200 toneladas de aguacate según datos de MAGAP (Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca), lo cual determinados que la materia prima requerida para la fabricación de aceite de aguacate es posible.

El estudio pretende aportar al fortalecimiento de la economía local con la diversificación de la comercialización de un producto nacional, en este caso el aguacate y mediante el aporte del conocimiento necesario para que los agricultores conjuntamente con sus autoridades logren tomar las decisiones más óptima para logra generar un emprendimiento creativo, sostenible y viable en el Canto.

Los datos obtenidos pretenden evidenciar la factibilidad de la creación de la empresa productora de aceite de aguacate, la investigación se direccionará como un aporte a la solución de la problemática causada por la falta de información que poseen los agricultores de aguacate del sector, ayudándoles a la identificación de clientes potenciales en el mercado, logística al momento de exportar y el funcionamiento de la empresa.

2. Materiales y métodos

La presente investigación fue desarrollada bajo dos enfoques:

Los datos obtenidos permitió determinar mediante cuadros de análisis y bajo parámetros de medición la demanda de aceite de aguacate según el estudio de mercado, soportados con datos de exportación e importación del Ecuador en este producto, por lo tanto desde un punto de vista cuantitativos la aplicación de matrices de frecuencia aportaron con conclusiones concretas para la comercialización de aceite de aguacate.

El análisis cualitativo se desarrolló para describir la situación actual del producto considerando características y cualidades. Asimismo se obtuvo información de fuentes bibliográficas que permitió enriquecer la investigación, analizando varias fuentes como revistas, libros, noticias científicas, entre otros, las cuales denotan la oportunidad existente en los mercados internacionales de aceite de aguacate, logrando fundamentar conceptos y definiciones necesarias para entender la problemática.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

La investigación de campo es importante porque ayuda a diagnosticar información necesaria para determinar la situación actual de la oferta, para lo cual se utilizó como herramienta la entrevista formulada con 16 preguntas las cuales arrojaron datos relevantes para determinar la oferta de materia prima que requiere la industria para fabricación de aceite de aguacate.

Finalmente la investigación descriptiva ayudó a detallar la situación actual y el entorno que presenta el mercado al momento de comercializar el aceite de aguacate.

3. Resultados y discusión

3.1. Diagnóstico del mercado Ecuatoriano

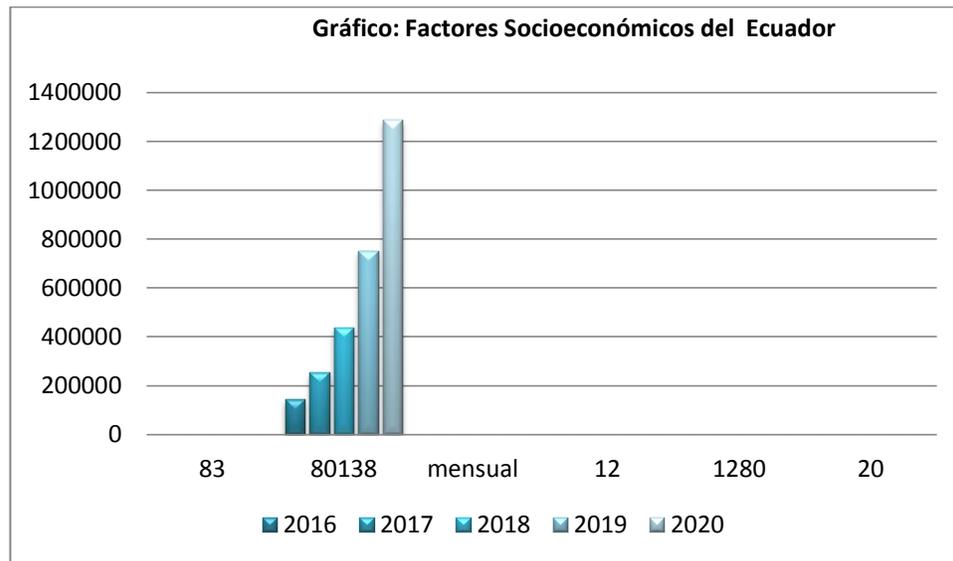
Según CEPAL (2014), el Ecuador estima para el año 2014 un crecimiento del 4%, en comparación con América Latina que crecerá alrededor del 1.1 % y para el 2015 se presentan dificultades, de acuerdo con los datos de CEPAL Ecuador tendrá un crecimiento del 3.8% del PIB y el promedio de la región es del 2.2%.

Factores Socioeconómicos del Ecuador					
	2010	2011	2012	2013	2014
PIB (Billones de dólares)	6.96	7.93	8.76	9.45	10.35
PIB PERCÁPITAL (Millones de dólares)	4.64	5.2	5.66	6.00	6.51
Tasa de interés activa (%)	8.68	8.17	8.17	8.17	8.19
Tasa de inflación (%)	3.33	5.41	4.16	2.7	3.67
Tasa de desempleo (%)	6.11	5.07	5.00	4.86	4.54
Población	15.00	15.25	15.49	15.74	15.98

Fuente: (BCE, 2014), (BM, 2014) (INEC, 2014)

Elaborado por: Stalin Goyes

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador



Fuente: (Banco Mundial, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

Ecuador experimenta un crecimiento económico y como resultado la disminución de la desigualdad promoviendo la reducción de la pobreza y obviamente el desempleo. Ecuador propone un crecimiento pro-pobres, pro-equidad y pro- empleo mediante el aprovechamiento de sus recursos más importante como el talento humano lo cual permite que la riqueza del país se distribuya de forma equitativa.

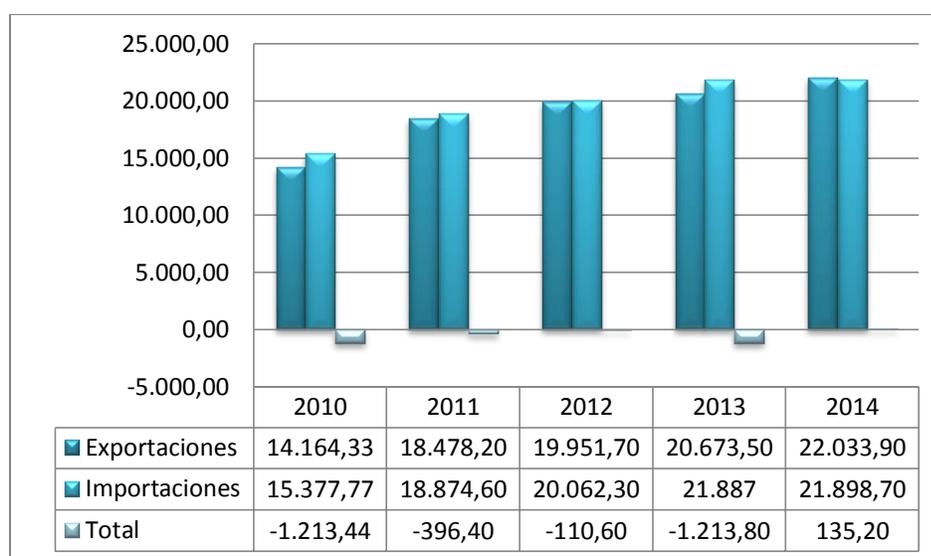
La política estatal se enfoca en fortalecer la estabilidad laboral, salarios adecuados, seguridad social y desarrollo empresarial. Con el fin de que cada persona asegure su bienestar al momento que termine su vida productiva, en otro campo la inversión pública ha permitido transformar la red vial a nivel nacional también se ha preocupado por puertos, aeropuertos, telecomunicaciones, hidroeléctricas generando así competitividad a nivel regional.

La inversión en proyectos multipropósitos según (CEPAL, 2014), permitirá el incremento de la superficie agrícola del Ecuador, logrando en el futuro que la capacidad de generar riquezas del país de incremento. Permitiendo lograr que las exportaciones nacionales no se basen en el solamente en el petróleo, al contrario que la producción de recursos renovables se fortalezcan para lograr ser una economía sostenible en el futuro.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

Balanza comercial del Ecuador en millones					
Balanza comercial del Ecuador en millones					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	14,164.33	18,478.20	19,951.70	20,673.50	22,033.90
Importaciones	15,377.77	18,874.60	20,062.30	21,887	21,898.70
Total	-1,213.44	-396.40	-110.60	-1,213.80	135.20
Fuente: (BCE, 2011)					
Elaborado por: Stalin Goyes					

Gráfico: Balanza comercial del Ecuador en millones



Fuente: (Organización Mundial del Comercio OMC, 2014)

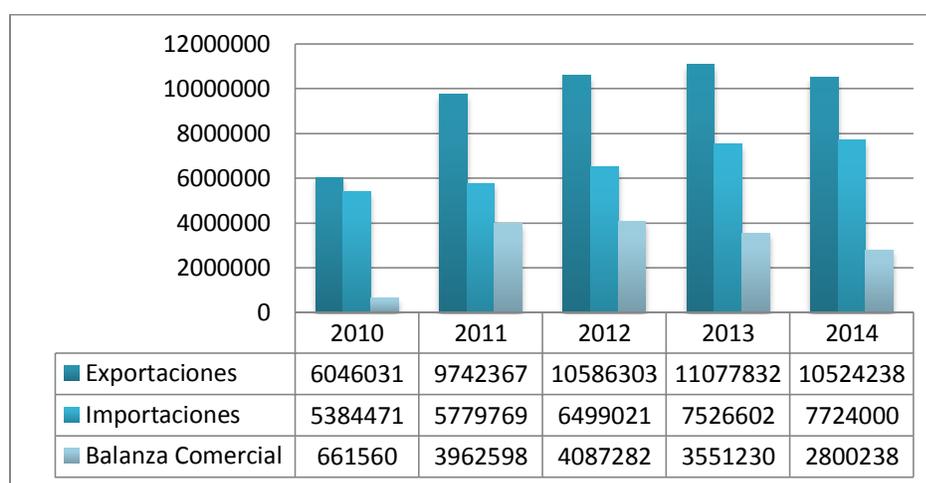
Elaborado por: Stalin Goyes

Según datos históricos desde el 2010 hasta el 2014 han dado como resultado déficit ya que las importaciones son mayores a las exportaciones, pero según las proyecciones en el 2014 se registran unas exportaciones altas mismas que muestran un resultado positivo de USD 135,20 millones el cual denota una recuperación en el comercio internacional. Estos resultados son gracias a las políticas adoptadas por el gobierno nacional el cual busca brindar el apoyo necesario a la industria l intentando cambiar de esta forma la matriz productiva del país.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos (Miles USB FOB)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	6046031	9742367	10586303	11077832	10524238
Importaciones	5384471	5779769	6499021	7526602	7724000
Balanza Comercial	661560	3962598	4087282	3551230	2800238
Fuente: (PROECUADOR, 2015, pág. 10)					
Elaborado por: Stalin Goyes					

Gráfico: Balanza Comercial Total Ecuador-Estados Unidos (Miles USB FOB)



Fuente: (Organización Mundial del Comercio OMC, 2014, pág. 10)

Elaborado por: Stalin Goyes

Según datos BCE (2011), el Ecuador posee exportaciones al mercado estadounidense que se muestran aceptables, las exportaciones e importaciones en el 2013 llegan a USD 11.077, pero también es necesario analizar el año 2014 se muestra un decrecimiento pero sigue siendo una balanza positiva para el Ecuador.

3.1.1. Situación actual del sector ofertante

La implementación de programas técnicos que impulsa el gobierno del Ecuador, aportando con capacitaciones del MAGAP, buscan llegar a sensibilizar y direccionar a los productores de aguacate para obtener un producto de calidad y aumentar su producción.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

3.1.1.1. Sectores ofertantes

En la provincia del Carchi los cantones Bolívar y Mira se los identifica como los sectores ofertantes de aguacate los cuales se los presentan en la siguiente tabla:

Sectores Ofertantes de Aguacate en la provincia del Carchi				
PROVINCIA	CANTÓN	VARIEDAD	HECTÁREAS	KG DE FRUTOS POR AÑO
CARCHI	BOLÍVAR	Guatemalteco	110	1958000
		Hass	75	1622400
		Fuerte	365	7592000
	MIRA	Guatemalteco	250	5785000
		Hass	125	2704000
		Fuerte	102	2121600
TOTAL PROVINCIA			1027	17109820
TOTAL A NIVEL NACIONAL			5507	
Fuente: (MAGAP, 2015)				
Elaborado por: Stalin Goyes				

De acuerdo a MAGAP en los cantones Bolívar y Mira existen 1027 hectáreas distribuidas según la geografía y el clima apto para el cultivo del aguacate, considerando que su mayor producción se encuentra en el cantón Mira y en su mayoría de la producción es de la variedad fuerte por su durabilidad y firmeza capaz de soportar más la manipulación al momento de comercializarlo sin presentar deterioro ni desperfecto.

3.1.1.2. Estudio de la oferta

La producción de aguacate ha presentado un crecimiento en los últimos años, por este motivo una opción para este sector es la transformación de este fruto en un producto con valor agregado en este caso el aceite de aguacate y de acuerdo con la entrevista realizada al Ing. Jairo Buitrón técnico de la dirección de proyecto del municipio de Mira determinando que se requiere motivación tanto técnica como financiera para la transformación del aguacate.

Oferta de materia prima en el Cantón Mira (Aguacate)	
Año	Oferta kg
2016	480000
Fuente: “Grupo de Aguacateros de Cantón Mira ” (2015)	
Elaborador por: Stalin Goyes	

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

3.1.1.2.1. Matriz para el cálculo del producto terminado

Considerando la oferta actual que posee el Cantón Mira y conforme a los datos proporcionados por MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca), se efectuó los cálculos necesario para determinar la producción de aceite de aguacate dando la cantidad aproximada de 83166 toneladas de aceite de aguacate, considerando el porcentaje de descarte o desecho de producto en mal estado, la cantidad obtenida servirá como base para las proyecciones futuras.

Tabla de Cálculos

Unidades de medida	
Densidad	0,92 g/ml
Formula	$v = \frac{m}{d}$ $v = \frac{83166 \text{ kg de aceite}}{0,92} = \frac{90397}{0} \cdot 250 =$ <p style="text-align: center;">361591 botellas</p>

Fuente: “Grupo de Aguacateros de Cantón Mira ” (2015)

Elaborador por: **Stalin Goyes**

3.1.1.3. Producto

3.1.1.3.1. Descripción del producto

El aceite de aguacate se ha posicionado como una importante oportunidad de mercado para los países productores de este fruto, gracias a un sin número de publicaciones científicas que ha incrementado el protagonismo de este producto; el departamento de investigaciones de la Universidad Michoacana (2012), destaca al aceite de aguacate como beneficioso tomando en cuenta sus valores nutricionales, que aportan a la salud humana ya que ayuda a combatir a los llamados “radicales libres” los cuales desencadenan reacciones químicas en el organismo que causan daños en las células provocando enfermedades como el cáncer.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

3.2. Diagnóstico de los mercados internacionales (Francia, Estados Unidos y Japón)

Según PROECUADOR (2013), Los compradores más importantes de aceite de aguacate a nivel mundial son; Francia que lidera el mercado con un 15 % de participación le sigue Estados Unidos con el 14% y Japón con el 11%. Las proyecciones de FAO (2014), enfocadas a la demanda de aguacate y sus derivados llegará a 3.9 millones de toneladas por lo que América Latina y el Caribe tiene la posibilidad de proveer un 86% de esta demanda

Producto Interno Bruto expresado en millones			
Años	Francia	Japón	Estados Unidos
2010	2.65	5.50	14.96
2011	2.86	5.91	15.52
2012	2.69	5.95	16.16
2013	2.81	4.92	16.77
2014	2.83	4.60	17.42
2015	2.86	4.54	18.02
2016	2.89	4.27	18.63
2017	2.92	3.99	19.25
2018	2.95	3.71	19.86
2019	2.98	3.43	20.48
2020	3.01	3.16	21.10
Fuente: (Banco Mundial, 2014)			
Elaborado por: Stalin Goyes			

Estados Unidos es un mercado potencial para los productos ecuatorianos, ya que las exportaciones han incrementado de manera continua, a pesar de que la balanza comercial ha sido muy fluctuante, se ha mantenido positiva. Por lo tanto mantiene una tendencia a incrementar para los próximos años, generando expectativas de negocios comerciales entre ambos países.

3.2.1. Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y se cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, ya sea por el ingreso o salida de los productos. (PROECUADOR, 2015). Por lo tanto las barreras arancelarias son aquellos impuestos que regulan el ingreso de productos a un mercado estableciendo un tratado comercial que fomente la protección de la industria nacional, proponiendo una regulación en contra de políticas comerciales desleales.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

Arancel vigente de Francia según la partida 1515900000				
País	Partida arancelaria	Descripción	Acuerdo Comercial	Ad Valorem
Francia	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	sistema general de preferencia arancelarias (SGPlus)	0%
Estados Unidos de América	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	ley de preferencia comerciales para los países andinos	0%
Japón	1515900000	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "cacahuete, maní", oliva, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")	Ley de preferencia comercial para los países en desarrollo.	1.68%
Fuente: (TRADEMAP, 2015) Elaborado por: Stalin Goyes				

3.2.2. Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias se caracterizan por ser dispuestas por un gobierno por medio de sus instituciones públicas, las cuales buscan obstruir el ingreso de productos a un determinado país, con el objetivo de proteger la industria del mismo o asegurar la calidad del producto al consumidor final, consideremos que existen dos tipos de barreras no arancelarias sanitarias y técnicas, las sanitarias proponen cuidar la salud pública al evitar el ingreso de productos nocivos para la salud, las técnicas se refiere a los requisitos como su composición o estructura que necesita un producto para ingresar al país. (PROECUADOR, 2014)

**Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador
Ecuador – Stalin Goyes – (UPEC-Ecuador)**

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinoa desde la provincia del Carchi-Ecuador

Japón es uno de los países que requiere de autorizaciones de importación según lo resuelto en el consejo de seguridad de las Naciones Unidas, estas contemplan a las armas y otros artículos que procedan de Jamahiriya Árabe Libia. Los productos que están sujetos a esta aprobación son los siguientes: ciertos marinos, medicamentos, productos químicos, nucleares, armas, animales y plantas, productos que afecten la capa de ozono, entre otros. Vale la pena mencionar que la aplicación de restricciones cualitativas a las importaciones para este caso a los empresarios se les otorga un certificado de asignación de contingente esto de acuerdo a las cantidades requeridas en el interior del país.

3.3. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha hay que basarse en cifras de producción local, importaciones y exportaciones del producto, por lo tanto para la estimación del cálculo del CNA, se aplicó la siguiente fórmula:

$$Ca = (P+M)-X$$

- a) **Ca**= Consumo nacional aparente
- b) **P**= Producción
- c) **M**=Importaciones
- d) **X**= Exportaciones

La población de acuerdo a las edades, de esta manera se toma la población que se encuentra entre las edades de 26 a 55 años de los habitantes estadounidenses, tomando en cuenta que se encuentra en actividad económicamente activa, además tienen mayor posibilidad de adquirir el aceite de aguacate, y la empresa importadora se encargara de comercializar el producto en el país. Donde se determinó una fabricación de aproximadamente 361591 botellas de aceite de aguacate, de esta manera cubrir parte de la demanda insatisfecha que requiere la población de Estados Unidos.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de Barras Energéticas a Base de Quinua desde la provincia del Carchi-Ecuador

Cálculo de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	PN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	POBLACION	CON per cápita		Déficit				COVERTURA	
	(+)	(+)	(-)	(=)	Estratificada (mujeres/hombres entre 26-55) (60%)	real	recom	PC	Miami (0,13%)	Total	Total	Ofer en Tm	%
	TM	TM	TM	TM	MILLONES	(KG)	(KG)	(KG)		(KG)	(Tm)		
2011	205432	27164	124732,0	107864,0	76.275.412	1,64	5,4	3,76	9989472				
2012	238495	30531	99594,0	169432	76.365.467	1,30	5,4	4,10	10001266				
2013	175226	38383	115127,0	98482	76.193.373	1,51	5,4	3,89	9978728				
2014	178731	42005	83194,0	137541,5	76.359.296	1,09	5,4	4,31	10000458				
2015	182305	52564	84471,0	150398,1	76.317.730	1,11	5,4	4,29	9995014	42910262	42910		
2016	185951	68333	88694,6	165589,9	129.740.140	0,68	5,4	4,72	16991524	80138274	80138	73	0,09
2017	189670	88833	93129,3	185374,1	220.558.239	0,42	5,4	4,98	28885591	143785437	143785	77	0,05
2018	193464	115483	97785,7	211161	374.949.006	0,26	5,4	5,14	49105504	252363132	252363	80	0,03
2019	197333	150128	102675,0	244785,9	637.413.309	0,16	5,4	5,24	83479357	437341607	437342	85	0,02
2020	201280	195166	107808,8	288637,3	1.083.602.626	0,10	5,4	5,30	141914906	752221230	752221	89	0,01
2021	205305	253716	113199,2	345822,4	1.842.124.464	0,06	5,4	5,34	241255341	1287953613	1287954	93	0,01

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Elaborado por: Stalin Goyes

En la demanda insatisfecha se consideró para su cálculo las importaciones y exportaciones de aceite de aguacate comprendido en la partida 151590, este producto es considerado como beneficioso para la salud humana convirtiéndolo en el candidato perfecto el 60% de la población que busca una alimentación saludable según estudios de Food Marketing Institute, de esta manera se proyecta a satisfacer un 0.09% de la demanda insatisfecha total, con un crecimiento de la oferta de un 3% por lo que la empresa cuenta con un solo empresa cliente en Miami.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador Ecuador – Stalin Goyes – (UPEC-Ecuador)

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador

3.4. Estimación de ventas y proyecciones de envíos

DATOS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
OFERTA EXPORTABLE	83	87	92	96	101	106
DEMANDA	80138	143785	252363	437342	752221	1287954
FRECUENCIA DE ENVIO	mensual	mensual	mensual	mensual	mensual	mensual
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	12	12	12	12	12	12
Nº de empaques / embalajes cajas	1280	1319	1385	1454	1527	1603
Nº de pallets	20	21	22	23	24	25
Nº de contenedor 40 pies	1	1	1	1	1	1
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	30720	31656	33240	34896	36648	38472
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL anual	368640	379872	398880	418752	439776	461664

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Elaborado por: **Stalin Goyes**

3.5. Indicadores Financieros

TIR y VAN	
ΣFE	967.363,40
- I.I.	449.750,59
VAN	517.612,82
TIR	34,00%
PR	3,29
C/B	1.10

El proyecto se muestra de acuerdo a los resultados del TIR y el VAN se muestra positivo; es decir, los valores son mayores a la tasa de descuento, los resultados de VAN es de \$ 517.612.82, por lo que se muestra un proyecto aceptable dentro de los parámetros de beneficio, por otra parte el TIR es del 34.00% lo que muestra la recuperación

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador

que el proyecto tendrá además se debe considerar que la empresa tendrá un préstamo los cuales son soportados por la empresa según los datos mostrados.

4. Conclusiones

- El proyecto de exportación de aceite de aguacate desde la Cantón Mira Provincia del Carchi – Ecuador está enfocado en la creación de la empresa que contribuirá directamente en la capacidad productiva del cantón.
- La empresa pretende aportar en la implementación de la industria transformadora del aguacate en productos terminados con alta calidad, permitiendo generar fuentes de trabajo tanto directas como indirectas, aspectos importantes para el desarrollo del cantón.
- La empresa adquirirá la materia prima desde el Cantón Mira del grupo organizado de aguacateros, hasta obtener en su proceso final el aceite final, la empresa denominada “ACEITES GREEM”, para el transito interno se trabajará con la empresa TRANSCOMERINTER, la misma que se encarga de entregar el producto en el puerto de Esmeraldas cuya responsabilidad termina allí, el termino de negociación que se atizara habitualmente será FOB (Franco a Bordo).
- Según los datos financieros se puede decir que la creación de la empresa debe tener una inversión 1037090 USD, misma que se invertirá en la implementación desde el terreno hasta la totalidad de la infraestructura para la producción de aceite de aguacate, cabe recalcar que dicha inversión será aportada por parte de los interesados con un 100% .
- Si se considera el VAN y TIR el proyecto se muestra viable debido que tenemos un VAN 517.612,82 y un TIR 34.00% lo que demuestra que el dinero invertido si tiene su respaldo financiera, considerando el período de recuperación de la inversión es de 3 años.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador

5. Recomendaciones

- Aprovechar las oportunidades de los mercados demandantes, ya que genera expectativas de negocios porque en el Ecuador.
- Promover a los productores de aguacate en la provincia del Carchi a que se sumen a invertir en proyectos de industrialización de aceites de aguacate con el fin de que emprendan nuevos negocios y por ende incrementen sus ingresos.
- Es necesario la creación de un centro de acopio de materia prima para la elaboración de aceite de aguacate esto ayudara a eliminar intermediarios y se proporcionara un precio fijo al aguacate ya no por tamaño si no por unidad.
- Aprovechar los incentivos y políticas comerciales que brinda el gobierno ecuatoriano con asesoramiento técnico y aportaciones de insumos a las pequeñas y medianas industrias, obteniendo productos de calidad y competitivos en el mercado nacional como internacional.

Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador

6. Referencias bibliográficas:

- Agreste.Agriculture.Gouv.Fr.* Recuperado el 20 de 06 de 2014, de http://Agreste.Agriculture.Gouv.Fr/File/Dossier4_Compteprevision.Pdf
- Ministerio de Comercio Exterior . (10 de 04 de 2015). *MEDIDAS ARANCELARIAS.* Recuperado el 17 de 04 de 2015, de <http://barreras.corporaciondfi.com/repts/ArancelesList.php>
- OMC. (12 de 10 de 2015). *Francia y la OMC.* Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/france_s.htm
- ONU. (8 de 11 de 2013). *Acuerdos comerciales* . Obtenido de <http://www.un.org/es/members/>
- Organización Mundial del Comercio OMC. (30 de 11 de 2014). Recuperado el 26 de 06 de 2015, de <http://tariffdata.wto.org/ReportersAndProducts.aspx>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (06 de 29 de 2012). *Canadá.* Obtenido de <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=11959>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (11 de 11 de 2014). *EXAMEN DE LAS POLÍTICAS COMERCIALES.* Recuperado el 21 de 06 de 2015, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s307_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio OMC. (30 de 11 de 2014). Recuperado el 26 de 06 de 2015, de <http://tariffdata.wto.org/ReportersAndProducts.aspx>
- Portafolio.co. (7 de 3 de 2013). *Desempleo en Francia alcanzó en 2012 su nivel más alto.* Obtenido de <http://www.portafolio.co/internacional/desempleo-francia-2012>
- PRO ECUADOR . (31 de 01 de 2015). *Ficha Técnica de EEUU.* Recuperado el 21 de 06 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Pro Ecuador. (03 de 2013). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales- Estados Unidos.* Recuperado el 25 de 04 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf

**Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de
aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador**

- PRO ECUADOR. (5 de 2014). *GUÍA COMERCIAL DE CANADÁ*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/PROEC_GL2014_CANADA-2.pdf
- PROECUADOR. (2014). *¿Qué son barreras arancelarias?* Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Proecuador. (25 de 11 de 2014). *Agroindustria* . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/agroindustria/>
- PROECUADOR. (2014). *Balanza Comercial*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- PROECUADOR. (2014). *Perfil-Logístico-Canadá, Francia y Estados Unidos*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>
- RTVE.ES/EFE. (09 de 01 de 2015). *EE.UU. cierra 2014 con una tasa de paro del 5,6% y con la mayor creación de empleo desde 1999*. Obtenido de <http://www.rtve.es/noticias/20150109/eeuu-cierra-2014-tasa-paro-del-56-mayor-creacion-empleo-desde-1999/1081406.shtml>
- SANTANDER TRADE. (10 de 2014). *Canadá: Política*. Obtenido de https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia?actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=44
- SENAE. (31 de 12 de 2012). *Para Exportar*. Recuperado el 26 de 06 de 2015, de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Slideshare. (18 de 06 de 2014). *Los 12 Pilares de la Competitividad del Foro Económico Mundial*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/JurgenSpark/los-12-pilares-de-la-competitividad-del-foro-econmico-mundial>
- StarMedia. (06 de 06 de 2013). *Tasa de desempleo en Francia en 2013, la mayor desde 1998*. Obtenido de <http://noticias.starmedia.com/economia/tasa-desempleo-en-francia-en-2013-mayor-desde-1998.html>

**Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de
aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador**

- Statisties Canadá. (04 de 01 de 2013). *Tasa de desempleo*. Obtenido de <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/130104/longdesc-cg130104a002-eng.htm>
- T.G.A. Agencia de Carga Internacional . (06 de 10 de 2015). *INFORMACION UTIL CONTENEDORES MARITIMOS*. Recuperado el 10 de 07 de 2015, de http://www.tgaintegral.com/contenedor_maritimo.html
- THE STATISTA PORTAL. (12 de 2014). *France: Gross domestic product (GDP) per capita in current prices from 2004 to 2014 (in U.S. dollars)* . Obtenido de <http://www.statista.com/statistics/263592/gross-domestic-product-gdp-per-capita-in-canada/>
- Todo Comercio Exterior. (11 de 05 de 2013). *Politica comercial Ecuador con Estados Unidos*. Recuperado el 21 de 06 de 2015, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/politica-comercial-ecuador-con-estados-unidos>
- TRADE Export Helpdesk. (02 de 06 de 2015). *Aranceles* . Recuperado el 18 de 06 de 2015, de <http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output;jsessionid=CC0FC3F412BF5394499BB112B9B41C97?action=tarrif&prodLine=&languageId=ES&taricCode=1904908000&partnerId=ec&reporterId=fr&simulationDate=27%2f10%2f2014&simDate=20141027&nomenCmd=&resultPage=import>
- TTrade Map. (31 de 1 de 2015). *Lista de los mercados importadores para un producto eportado por Ecuador*. Recuperado el 30 de 03 de 2015, de www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.asp
- Ucontent/uploads/downloads/2015/03/Perspectiva-de-Quina-2015-EDITADO.pdf
- United States Census Bureau. (14 de 10 de 2014). *Vintage 2014 Population Estimates: US, State, and PR Total Population and Components of*

**Oportunidades de Negocios Internacionales y la Comercialización de
aceite de aguacate desde la provincia del Carchi-Ecuador**

- Change.* Obtenido de
http://www.census.gov/popclock/data_tables.php?component=pyramid
United States Census U.S. (09 de 09 de 2014). *Oficina del Censo le
proporciona a California los totales de población en el Censo del 2010,
incluyendo los primeros datos de raza y origen hispano para la
redistribución de distritos electorales.* Recuperado el 12 de 06 de 2015,
de
[https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010_census/cb11-
cn68sp.html](https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010_census/cb11-
cn68sp.html)
- Ventanilla Unica de Comercio Exterior . (1 de 2 de 2015). *ECUADOR LOGRÓ
OBJETIVO: SISTEMA DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS (SGP
PLUS) HASTA EL 2014.* Obtenido de [http://www.presidencia.gob.ec/el-
gobierno-y-la-unesco-analizaran-la-mediacion-de-la-riqueza-patrimonial-
en-el-combate-de-la-pobreza/](http://www.presidencia.gob.ec/el-
gobierno-y-la-unesco-analizaran-la-mediacion-de-la-riqueza-patrimonial-
en-el-combate-de-la-pobreza/)
- Viveros, C. (2009). *Comercio Internacional*. México: Trillas.
- Vulcano. (10 de 11 de 2015). *Fabricante de Maquinaria Agroindustrial*. Obtenido
de <http://www.vulcanotec.com/es/consultas>
- World Economic Forum. (2014). *The Global Competitiveness Report 2014–
2015*. Obtenido de [http://reports.weforum.org/global-competitiveness-
report-2014-2015/](http://reports.weforum.org/global-competitiveness-
report-2014-2015/)

Acta de Sustentación de Perfil de Grado



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 002-AS-CEYNI/2014

A los quince días del mes de agosto del 2014, siendo las 08h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Dra. Cecilia Yacelga, PRESIDENTA; Dra. Milena Gutiérrez, SECRETARIA; e Ing. Iván Realpe VOCAL DEL PROYECTO "LA OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACION DE ACEITE DE AGUACATE DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación del estudiante GOYES YANDÚN STALIN MIGUEL del IX nivel Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante GOYES YANDÚN STALIN MIGUEL Aprueba la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

- | | |
|---|------|
| 1. Exposición del Proyecto de Grado | 3,5. |
| 2. Precisión y Coherencia de Respuestas | 3,5. |
| 3. Calidad de la Presentación del Trabajo | 0,5 |

Obteniendo como nota final 7,00 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

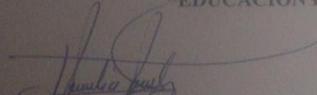
Que no dirija el objetivo de propuesta al País destino Francia, ya que existe un proyecto en marcha que es similar

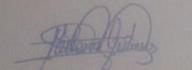
Que revise literatura referente al tema para mejorar el Estado del Arte

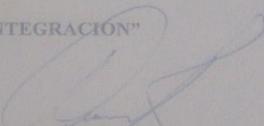
Que modifique el objetivo de propuesta con el País de destino Rusia

Dado en la ciudad de Tulcán a los quince días del mes de agosto de dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


Dra. Cecilia Yacelga
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL


Dra. Milena Gutiérrez
SECRETARIA


Ing. Iván Realpe

Voy a certificar que es fiel copia
del original Tulcán a. 05/08/2014



PROSECRETARIO