

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

Tema: Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

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

AUTOR: Alex Andrés Arévalo Valverde
ASESOR: MSc. Luis Carvajal

TULCÁN - ECUADOR
AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Alex Andrés Arévalo Valverde con el número de cédula 0401583778 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina, aplicando estrategias adecuadas de comercialización”.

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

MSc. Luis Carvajal

Tulcán, 15 de mayo de 2015

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Alex Andrés Arévalo Valverde con cédula de identidad número 0401583778 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.....

Alex Andrés Arévalo Valverde

Tulcán, 15 de mayo de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Alex Andrés Arévalo Valverde, 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”.

Alex Andrés Arévalo Valverde
CI 0401583778

Tulcán, 15 de mayo de 2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco enormemente a Dios por darme el don del conocimiento, la sabiduría y fortaleza que han permitido cumplir con todos los objetivos y metas propuestas a lo largo de mi vida.

A mis padres por haberme dado la educación, el regalo más grande que se le puede dar un hijo y por los valores que me inculcaron desde la niñez para que hoy pueda ser una mejor persona.

A mis hermanos quienes han estado apoyándome en los buenos y malos momentos con sus consejos, alegría y demás actitudes positivas.

A los docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por desarrollar los conocimientos con sus enseñanzas, además de los consejos que me sirven a diario, para avanzar sin tropiezos en la vida profesional y social.

Agradezco al MSc. Luis Carvajal asesor de este proyecto por ayudarme con sus conocimientos y consejos para culminar con este proyecto en mi vida.

Alex Andrés Arévalo Valverde

DEDICATORIA

Dedico la elaboración de esta investigación primero a Dios por darme todo lo necesario para vivir a diario con intensidad y cumplir todo los objetivos en la vida.

A mis padres por demostrarme que a pesar de las dificultades que se presentan a lo largo de la vida se debe luchar con optimismo para obtener los resultados esperados. Además de apoyarme en los buenos y malos momentos, con sus consejos que permiten que opte por las mejores decisiones dentro de la sociedad.

Alex Andrés Arévalo Valverde

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE TRABAJO	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	4
I. EL PROBLEMA	6
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4. JUSTIFICACIÓN	8
1.5. OBJETIVO GENERAL	10
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	13
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	14
2.4. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN	15
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO	15
2.6. IDEA A DEFENDER	16
2.7. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	17
III. MARCO METODOLÓGICO	18
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	20
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	22
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	22
3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	23
3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO	24
3.9.1. Factores socio, económicos	24
3.9.2. Factores políticos	29
3.9.3. Factores legales	32
3.9.4. Factores tecnológicos	35
3.9.5. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio	36
3.10. ANÁLISIS DEL MERCADO ARGENTINO	37
3.10.1. Demanda	37
3.10.2. Oferta de palmito en Argentina	39
3.10.3. Canal de distribución	42
3.11. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR	43
3.11.1. Factores socio - económicos	43
3.11.2. Factores políticos	46
3.11.3. Factores legales del ecuador	47
3.12. OFERTA ECUATORIANA	48

3.12.1.	Exportaciones de palmito desde Ecuador hacia Argentina	53
3.12.2.	Canal de distribución.....	54
3.12.3.	Tamaño de la población ofertante.....	55
3.13.	OFERTA SAN LORENZO	57
3.13.1.	Clima	58
3.13.2.	Vías de comunicación	58
3.13.3.	El puerto de Esmeraldas	58
3.13.4.	Puerto comercial	58
3.13.5.	Las principales instalaciones de este puerto	59
3.13.6.	Producción de palmito a nivel provincial	59
3.14.	EL PALMITO	60
3.15.	OFERTA EXPORTABLE.....	62
3.16.	ANÁLISIS FODA	63
3.17.	ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER	63
3.17.1.	Rivalidad entre competidores existentes	63
3.17.2.	Amenaza de nuevos competidores.....	64
3.17.3.	Poder de negociación de los clientes.....	64
3.17.4.	Poder de negociación de los proveedores.....	65
3.17.5.	Amenaza de productos sustitutos	65
3.18.	PROYECCIONES DEL ESTUDIO	67
3.18.1.	Demanda insatisfecha.....	67
3.18.2.	Producción nacional de palmito en Ecuador.....	68
3.18.3.	Producción de palmito en Esmeraldas.....	69
3.18.4.	Proyección de la oferta exportable.....	70
3.19.	VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	71
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
4.1.	CONCLUSIONES	73
4.2.	RECOMENDACIONES	74
V.	PROPUESTA	76
5.1.	TÍTULO.....	76
5.2.	JUSTIFICACIÓN	76
5.3.	OBJETIVOS	77
5.3.1.	Objetivo general	77
5.3.2.	Objetivos específicos	77
5.4.	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	77
5.4.1.	Estudio técnico	77
5.4.2.	Estudio logístico	89
5.4.3.	Estudio económico y financiero	100
VI.	BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.....	115
6.1.	BIBLIOGRAFÍA	115
6.2.	LINKOGRAFÍA	116
VII.	ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema.....	8
Tabla 2 Fundamentación legal.....	13
Tabla 3 Teorías utilizadas para la investigación	14
Tabla 4 Marco metodológico.....	18
Tabla 5 Operacionalización de variables	20
Tabla 6 Factores Socioeconómicos de Argentina	24
Tabla 7 Preferencias (cronogramas) otorgadas por Argentina a Colombia, Ecuador y Venezuela (ACE 59).....	31
Tabla 8 Envases de palmito y dimensiones.....	33
Tabla 9 Requisitos del etiquetado.....	35
Tabla 10 Composición del presupuesto en TICS	35
Tabla 11 POAM.....	36
Tabla 12 Competencia internacional en el año 2014	41
Tabla 13 Precio referencial del palmito año 2014	41
Tabla 14 Factores socio - económicos de Ecuador.....	43
Tabla 15 Principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina	48
Tabla 16 Principales productos ecuatorianos exportados hacia Argentina en toneladas	49
Tabla 17 Principales productos exportados desde Ecuador hacia Argentina en miles de USD FOB	50
Tabla 18 Porcentaje de participación de los principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina	51
Tabla 19 Empresas navieras con servicios hasta el puerto de Buenos Aires	55
Tabla 20 Producción nacional de palmito	55
Tabla 21 Indicadores socioeconómicos del Cantón San Lorenzo.....	57
Tabla 22 Producción provincial de palmito	59
Tabla 23 Principales cultivos de la Provincia de Esmeraldas.....	60
Tabla 24 Ficha técnica del palmito	62
Tabla 25 Oferta exportable del palmito.....	62
Tabla 26 Análisis FODA de la exportación de palmito hacia Argentina	63
Tabla 27 Principales competidores	63
Tabla 28 Comparación de contenido nutricional.....	66
Tabla 29 Demanda insatisfecha (2015 – 2019)	67
Tabla 30 Proyección de la producción nacional de palmito en Ecuador	69
Tabla 31 Proyección de la oferta exportable	70
Tabla 32 Demanda de palmito en Argentina	71
Tabla 33 Estimación de ventas	78
Tabla 34 Localización por puntos	79
Tabla 35 Activos fijos	86
Tabla 36 Talento humano	87
Tabla 37 Datos básicos del palmito	89
Tabla 38 Datos básicos del embarque	90
Tabla 39 Información adicional	91
Tabla 40 Cubicaje unidad de carga	92
Tabla 41 Cubicaje pallets.....	92
Tabla 42 Estimación de ventas	94
Tabla 43 Características del envase.....	95

Tabla 44 Envase del palmito.....	95
Tabla 45 Flete interno	96
Tabla 46 Documentación	96
Tabla 47 Flete internacional.....	97
Tabla 48 Derechos aduaneros.....	97
Tabla 49 Términos de negociación	98
Tabla 50 Precio de venta	99
Tabla 51 Matriz general	100
Tabla 52 Activos fijos tangibles.....	101
Tabla 53 Activos fijos intangibles	101
Tabla 54 Costos de Producción	102
Tabla 55 Proyección del costo de producción	103
Tabla 56 Gastos Administrativos	103
Tabla 57 Proyección de gastos administrativos.....	104
Tabla 58 Gastos de Exportación.....	105
Tabla 59 Capital de operación	105
Tabla 60 Costo total de la inversión inicial.....	106
Tabla 61 Financiamiento con capital propio	106
Tabla 62 Financiamiento con capital propio y ajeno.....	107
Tabla 63 Costo de capital	107
Tabla 64 Amortización de la deuda	108
Tabla 65 Balance general	109
Tabla 66 Estado de resultados	110
Tabla 67 Flujo de efectivo	111
Tabla 68 Indicadores financieros	112
Tabla 69 Punto de equilibrio	113
Tabla 70 Precio referencial en origen	135
Tabla 71 Precio internacional	135
Tabla 72 Demanda insatisfecha en toneladas.....	135
Tabla 73 Oferta exportable	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Balanza comercial de Argentina con el mundo	28
Gráfico 2 Balanza comercial Argentina – Ecuador	29
Gráfico 3 Empaque del palmito.....	33
Gráfico 4 Total importaciones de palmito de Argentina desde el mundo	39
Gráfico 5 Exportaciones de palmito de Argentina hacia el mundo	40
Gráfico 6 Forma de distribución de productos en Argentina	43
Gráfico 7 Balanza comercial de Ecuador con el mundo	45
Gráfico 8 Balanza comercial entre Ecuador y Argentina	46
Gráfico 9 Exportaciones de palmito hacia el mundo	52
Gráfico 10 Exportaciones de palmito de Ecuador hacia Argentina	53
Gráfico 11 Participación del palmito ecuatoriano	54
Gráfico 12 Producción nacional de palmito	56
Gráfico 13 Proyección de producción de palmito en Esmeraldas	69
Gráfico 14 Cantón San Lorenzo de Pailón	78
Gráfico 15 Procesamiento del palmito	80
Gráfico 16 Cadena de valor	81
Gráfico 17 Espacio Físico de la planta procesadora	85
Gráfico 18 Organigrama.....	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Norma INEN.....	122
Anexo 2 Certificado de origen.....	124
Anexo 3 Documento de transporte	125
Anexo 4 Encuesta dirigida a productores	126
Anexo 5 Visita a la zona de producción.....	129

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación está enfocada en la determinación de la demanda insatisfecha de palmito en Argentina en la Ciudad de Buenos Aires desde la zona de producción del Cantón San Lorenzo en la Provincia de Esmeraldas; donde se ha encontrado varios problemas principalmente de distribución y desconocimiento por parte de productores de palmito de la demanda en otros países, procesos de exportación y costos que influyen en este operación internacional. Además se estableció un análisis técnico, logístico y financiero para conocer la factibilidad que implica la exportación de palmito hacia Argentina.

Los métodos que se utilizaron para esta investigación son el científico y el descriptivo, con un enfoque cualitativo debido a que se realizó un estudio de campo y un estudio de cada uno de los procesos para la obtención del producto desde el país de origen hacia el destino. Además se hizo uso de la información primaria debido a que se ha tenido contacto con los productores en el Cantón San Lorenzo por medio de entrevistas y visitas de campo para conocer las características de este producto y datos importantes para esta investigación. También se utilizó la modalidad cuantitativa porque se utilizó información secundaria obtenida de libros, revistas e internet necesarios para dar continuidad a la presente investigación.

El palmito es un producto de tipo gourmet que por sus características nutricionales, es apetecido por países que se preocupan por mantener su salud en óptimas condiciones, como es el caso de Argentina.

La producción de palmito en el Cantón San Lorenzo se ha visto limitada debido a la distribución de su producto a intermediarios a precios reducidos en el

contexto local, sin embargo la existencia de países con altas demandas permiten exportar el producto y aprovechar sus ventajas.

ABSTRACT

This research is focused on determining the unmet demand for palm in Argentina in Buenos Aires from the production area of Canton San Lorenzo in Esmeraldas Province; where they found several problems mainly distribution and ignorance by producers of palm in demand in other countries, export processes and costs that influence this process. Besides logistical and financial analysis was established to determine the feasibility involves the export of palm towards Argentina.

The methods used for this research are scientific and descriptive because a field study and a study of each of the processes for obtaining the product from the country of origin to the destination is performed. Also made use of primary information because it has had contact with producers in Canton San Lorenzo through interviews and field visits to understand the characteristics of this product and important for this research data. Secondary information from books, magazines and internet necessary for continuing the present investigation was also used.

The palm is a gourmet type product for its nutritional characteristics, is desired by countries that are concerned about keeping your health in good condition, as is the case of Argentina.

The production of palm in Canton San Lorenzo has been limited due to the distribution of their product to intermediaries at discounted prices in the local context, however the existence of countries with high demands allow you to export the product and exploit its advantages.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende incentivar al productor de palmito a desarrollar un producto de calidad con valor agregado y tomar la decisión de emprender en el proceso de exportación hacia diferentes destinos en el exterior, de tal forma que no se conformen vendiendo su producto a intermediarios o únicamente a nivel nacional, por el contrario generen mayores ingresos y por ende mejorar su rentabilidad.

Para el desarrollo del estudio se presentan diversos capítulos, así en el Capítulo I se identifica el problema actual de los productores de palmito del Cantón San Lorenzo, principalmente el de comercialización siendo un obstáculo para el emprendimiento, desarrollo personal y económico, por lo tanto se ha establecido objetivos que proponen solucionar este problema por medio de un estudio de mercado que compruebe la factibilidad de este proyecto.

En el Capítulo II se realiza la fundamentación teórica donde se consideran investigaciones similares como base del estudio para dar continuidad a esta investigación. Además se menciona la fundamentación legal que sirve como complemento para sustentar el proyecto. En este capítulo también se detalla la idea a defender que es la que vamos a comprobar al finalizar ésta investigación.

En el Capítulo III se utiliza la metodología apropiada para establecer las variables como: las características del mercado de origen y destino, del producto y de la población ofertante, todo en base a los objetivos establecidos en esta investigación por medio de un análisis de cada uno de las factores que se encuentran dentro de la operacionalización de las variables.

Las conclusiones y recomendaciones del estudio de este proyecto las encontramos en el Capítulo IV, las cuales son obtenidas sobre el estudio realizado en el capítulo anterior.

Por último en el Capítulo V se encuentra la propuesta que se estableció cumplir desde el objetivo de esta investigación; en ella se encuentra el estudio técnico, logístico y financiero que permitirán conocer la factibilidad del proyecto.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El palmito a nivel mundial a pesar de su oferta y demanda que va en crecimiento, se han encontrado varios factores negativos que han provocado que los productores abandonen las áreas productivas por la baja de precios debido a: la falta de transferencia tecnológica, inadecuados manejos agronómicos, costos, carencia de capacitaciones y la no diversificación de mercados. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2012)

De acuerdo a la Agencia de Noticias (2011), en Colombia se produce el palmito de la especie de naidí similar al palmito producido en Ecuador, el cual crece en zonas menores a los 100 metros sobre el nivel del mar. Las plantas de producción en la zona costera producen de 200.000 a 400.000 latas al año de lo cual el 85% va dirigido a Francia y el 15% queda para el consumo nacional. A pesar del movimiento enriquecido para la economía que atrae esta actividad existen problemas a resolver como son: el bajo precio del palmito ofrecido a nivel nacional, la situación laboral por el bajo salario que perciben los corteros y la inestabilidad del mercado, factores que influyen de forma negativa en la producción y comercialización de palmito de este país.

En Perú “el ingreso por las ventas de este producto decayó hasta 19 millones de dólares en el 2005, consecuencia del abandono de áreas por parte de pequeños agricultores producto de la baja de precios del palmito y debido a la falta de información ágil y oportuna, debilidades del estado y organizacional” (Barquero, 2007, párr. 1). Dando como resultado la reducción de las exportaciones y la consecuente pérdida de posición frente a la competencia de los demás países exportadores del palmito a nivel mundial. En el mismo año en Ecuador, de acuerdo al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PROEcuador] (2009), la producción de palmito aumentó en un 24,9%, gracias

a las inversiones realizadas por las grandes empresas a pesar de la crisis que surgió en el año 2001.

Según Carlos Buenaventura (14/Agosto/2013) productor de palmito en el Cantón San Lorenzo, actualmente los productores de este sector desconocen los costos, el proceso de exportación y por ende la demanda de este producto en otros países. En consecuencia el palmito es vendido a nivel local a un precio menor que el ofrecido en el exterior; que de acuerdo a afirmaciones de Juan Carlos Bustamante (14/agosto/2013) propietario de una pamicultora en el Cantón San Lorenzo vende a los intermediarios cada tonelada de palmito a 150 dólares, precio que no justifica la inversión realizada para la producción en comparación al precio de mercado en Argentina con un total de 2.045,36 USD por cada tonelada según datos obtenidos en el mes de febrero del 2.014 en el Banco Central del Ecuador [BCE] (2014).

Según datos de la Hora se puede confirmar lo anteriormente citado donde:

La disminución paulatina que ha venido sufriendo el precio de la fruta desde el año 2012, cuando cerró con un valor superior a los 180 dólares la tonelada y en la actualidad el precio llegó a 122 dólares, encendió la voz de alarma de los pequeños y medianos productores, porque sienten que ese valor no compensa el precio de producción. (La Hora, 2013, párr. 2)

Además según el Municipio de Esmeraldas (2012) el palmito se comercializa en estado primario y a nivel local, son pocos los que exportan hacia el exterior con un adecuado proceso, invirtiendo en el envase y empaque del palmito para comercializarlo de una forma llamativa. Para así aprovechar el proyecto de siembra de 20.000 hectáreas de este producto en los cantones de Eloy Alfaro y San Lorenzo que se realizó desde el año 2006 como se indica en diario La Hora (2006).

Para comprender el problema de investigación se ha requerido al planteamiento de los siguientes cuestionamientos:

¿Qué tipo de palmito planteamos exportar? ¿Qué países actualmente importan el palmito desde Ecuador? ¿Qué país es el mayor productor de palmito a nivel mundial? ¿Argentina qué cantidad de palmito importa de Ecuador? ¿Por qué se planea exportar hacia Argentina y no hacia otros países? ¿Qué estrategias de comercialización se plantea aplicar para la exportación de este producto hacia Argentina? ¿La demanda de palmito ofertada desde San Lorenzo es lo suficiente grande para cubrir parte del país Argentino? ¿En qué meses del año se exporta más este producto hacia Argentina? ¿Qué empresa actualmente es la líder en la comercialización de palmito en Ecuador? ¿El palmito es un producto perecible? ¿Existe algún producto sustitutivo o similar al palmito? ¿Qué certificaciones tienen las empresas exportadoras del palmito del Ecuador?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento de la demanda de palmito en Argentina dificulta su exportación desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.

1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Tabla 1 Delimitación del problema

Objeto de estudio:	Demanda de palmito.
Sujeto de estudio:	Proceso de exportación.
Tiempo de aplicación:	12 meses.
Ubicación geográfica:	Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas/ Argentina.
Área de conocimiento:	Comercio Exterior
Grupo Social:	Productores de palmito del Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas/ comerciantes Argentina.

Elaborado por: Autor del proyecto.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto incentivará a los productores a diversificar su mercado a nivel internacional. Además puede contribuir en la economía gracias a la

generación de fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los productores, que de acuerdo al Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (2013) la tasa de pobreza y extrema pobreza en el Cantón San Lorenzo es del 85% y 47,30% respectivamente. Por lo tanto los productores al vender su producto a mejores precios que los intermediarios (quienes se aprovechan de su necesidad de vender un producto al tiempo de cosecha) incrementarían su rentabilidad. En base a la política del Buen Vivir propuesta por el actual Gobierno, se pretende promover la diversificación de productos y mercados, principalmente de los no tradicionales, entre los cuales se destaca el palmito que además se sitúa en una zona de producción rural para percibir de la exoneración del pago del impuesto de la renta, la cual beneficia al productor de dicho sector.

Gracias a la metodología aplicada en el estudio se pudo obtener información primaria y secundaria pertinente que sustente científicamente la investigación, por ende permitirá el poder aplicar los conocimientos aprendidos en las aulas universitarias sobre comercio exterior, negociación comercial internacional, entre otros, los mismos que van actualizándose a un mundo cada día más globalizado; necesarios para realizar un adecuado estudio de mercado y conocer la factibilidad de este proyecto, el mismo que servirá de base para investigaciones iguales o similares que pretendan realizarse a futuro.

A nivel personal culminar con este proyecto es importante porque permite cumplir con el requisito establecido por la Ley Orgánica de Educación Superior para obtener el título de pregrado y por ende cumplir una meta establecida para desenvolverse en la vida profesional a la hora de emprender un proyecto.

1.5. OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda de palmito en Argentina y el proceso de exportación desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.

1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente la demanda y exportación de palmitos hacia Argentina desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.
- Diagnosticar la situación actual de la demanda y exportación de palmito en Argentina.
- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de palmito desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas que permita satisfacer parte de la demanda en Argentina.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Entre los proyectos más relacionados al tema de esta investigación se describe a tres que se analizan a continuación:

El primer proyecto es el realizado por estudiantes de la Universidad ESPO; con el tema desarrollo del palmito como nueva alternativa de exportación (2009), el que tiene como objetivo principal el incentivar a la inversión y exportación de este producto. En esta investigación se analizó desde que el producto es obtenido desde la zona de producción hasta que es exportado a los mercados potenciales para su consumo, además se determinó que el palmito se lo puede seguir explotando comercialmente pero de una forma amigable al medio ambiente con las mejores técnicas actualmente conocidas, con un valor agregado que es lo que el actual Gobierno quiere para que las empresas realicen y no solo exportar el producto en forma natural. Gracias a esta investigación se ha comprobado que las proyecciones económicas y financieras garantizarán la viabilidad del proyecto en el largo plazo, incentivado al sector del palmito para que exista mayor inversión en el área productiva y se exporte hacia el exterior ya que cuenta con datos actuales que permiten al inversionista e investigador partir desde una base de estudio. (QuimiCabanilla, Solano, y Arias et al, 2009)

El segundo proyecto de tesis es el de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) con el tema proyecto de pre factibilidad para la exportación de palmito en conserva hacia la Argentina (2008). Se relaciona al tema de investigación que se está tratando, el cual tiene como objetivo principal el de identificar la demanda insatisfecha en Argentina y determinar el nicho donde se va a comercializar el producto. La diferencia es que realizó un estudio de pre factibilidad, donde se analizó cada uno de los mercados potenciales, la forma de producción y comercialización, sirviendo como antecedente de estudio para la

continuación de esta investigación. Además debido a las bondades ofrecidas del proyecto recomienda profundizar en el estudio de factibilidad gracias a que en esta investigación se verifica que el palmito es aceptado por los consumidores argentinos. (Benítez et al, 2008)

El tercer tema de tesis que se relaciona a esta investigación, tiene como título: proyecto de pre factibilidad para la exportación de palmito al mercado francés (2009) de la Universidad Técnica Equinoccial, a diferencia del tema investigado tiene diferente mercado de destino, pero se estudia las mismas variables como es el mercado ecuatoriano, los precios, los productos similares, entre otros. Gracias a esta investigación se ha comprobado que el palmito es un producto de calidad y que puede competir con productos a nivel internacional por crecer en un país que posee ventajas ecológicas y agronómicas, característica muy importante que nos permite conocer que este producto puede ser bien aceptado en el exterior si se realiza un estudio profundo del mercado potencial para su consumo. (Zambrano et al, 2009)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tabla 2 Fundamentación legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores.
	Artículo 423.- La integración latinoamericana permite que exista el intercambio de bienes para que satisfagan las necesidades del otro país.
Acuerdo de complementación económica [AAP.CE] N° 59 Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay y Venezuela	El acuerdo especifica cada uno de los productos que se ajustan a la liberación arancelaria con sus respectivas notas explicativas, lo cual nos permite sustentar que el ingreso de los palmitos hacia Argentina desde el Ecuador se lo hace sin ningún pago de tributos en base al acuerdo en el anexo II de dicho acuerdo.
Código orgánico de la producción e inversiones (COPCI)	Artículo 2 literal o) Planea fomentar y diversificar las exportaciones.
	Artículo 4 literal c) Se especifican como fines el fomento a la producción nacional, comercio, diversificación de las exportaciones con responsabilidad social y ambiental.
	Artículo 5.- El Estado fomenta el desarrollo productivo, mediante la determinación de políticas, definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permiten reducir la dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.
	Artículo 24.- Los beneficiarios a incentivos fiscales con la exoneración del pago del impuesto de la renta por cinco años, ya que se fomenta las exportaciones en sectores productivos rurales.
	Artículo 72 literales a) y s) El Estado tiene la potestad de promover las exportaciones siempre que sean ambientalmente responsables.
Plan Nacional del Buen Vivir	Artículo 93.- La forma de fomento a la exportación del Estado, es asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones.
	Objetivo 3.- Mejorar la Calidad de vida. Objetivo 6.- Garantizar un trabajo estable y digno.
Plan Regional zonal 1. Estrategias de diversificación, productividad, transformación y democratización.	Los objetivos principales de este plan es el de diversificar la producción siempre con un valor agregado, incentivando de tal forma para que los productores exporten su producto hacia nuevos mercados internacionales.

Elaborado por: Autor del proyecto.

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Tabla 3 Teorías utilizadas para la investigación

Teorías	Características	Relación con el proyecto
<p>Ventaja absoluta de Adam Smith (Cantos, 2007, p. 27)</p>	<p>Los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros países.</p> <p>Nunca se debe producir en casa lo que se pueda adquirir, a un menor costo de otros países.</p> <p>Algunos países producen ciertos bienes con mayor eficiencia que otros.</p>	<p>Los productores de palmito en el Cantón San Lorenzo se especializarán en la producción de palmito en grandes cantidades debido a que posee un clima y suelo adecuados. Argentina el cual no cuenta con un clima adecuado para la producción de palmito y tiende al consumo de este producto desde varios países, entre los que se encuentra Ecuador.</p> <p>Los productores del Cantón San Lorenzo producirán el palmito en conserva aprovechando al máximo los recursos con las mejores técnicas, transferencia de conocimientos y tecnología para poder ofrecer un producto de calidad, sin la necesidad de bajar los precios para ofrecer un producto de calidad en el mercado argentino.</p>
<p>Nueva Teoría del Comercio Internacional Krugman (Steimberg, F. 2004, p. 24)</p>	<p>Los países se especializan en la producción de bienes en los que disponen de ventajas que tienen una mejor oferta de estos productos.</p> <p>Se basa en la economía de escala la cual consiste que en mayores volúmenes de producción, menores serán los costos.</p>	<p>Los productores en el Cantón San Lorenzo se especializarán en la producción de palmito específicamente de la especie Bactri Gasipaes debido a que es un producto con menor afectación al medio ambiente y mayor rendimiento, especialmente en esta zona de producción en comparación a la de las demás provincias, donde el rendimiento es de 12,78 toneladas por cada hectárea sembrada, gracias a la transferencia de tecnología del tallo de este producto se obtienen 40 palmitos un gran número en comparación a las otras especies, además de poseer un suelo y clima adecuado para su producción.</p> <p>Al especializarse en la producción del palmito, se aprovecharán los recursos tales como: materia prima, maquinaria, envases y empaques que permitirán incrementar las cantidades exportadas de palmito hacia Argentina, reduciendo así los costos que pueden generarse y sin tener que bajar los precios para entrar a un mercado con posibles competidores.</p>
<p>Teoría de la Ventaja Competitiva (Michael Porter, 1987)</p>	<p>Diferenciación: se fundamenta en la capacidad de satisfacción del cliente, mediante la implementación de atributos únicos de los productos.</p> <p>Nichos de Mercado: el cliente tiene múltiples</p>	<p>El palmito se planea ser transportado en un recipiente de vidrio el cual conserva a este producto a 24 meses, el doble de tiempo si se transportaría en un envase de lata.</p> <p>Además se adjuntará al envase las principales recetas para platillos de tipo gourmet para que llame la atención del posible consumidor argentino.</p>

	necesidades que son complejas y singulares.	El segmento al cual va dirigido el palmito es el consumidor de nivel socio económico entre medio y alto, además los consumidores argentinos tiene costumbres europeas ya que tienden a comprar productos de tipo gourmet y prefieren la calidad antes que el precio. En Ecuador en la Provincia de Esmeraldas se especializarán en la producción de palmito con atributos propios tales como: su sabor peculiar y exótico, además posee vitaminas, proteínas y carece de colesterol factor que afecta a la salud del ser humano, razones por las cuales es muy apetecido en el mercado argentino.
--	---	--

Elaborado por: Autor del proyecto.

2.4. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó dos tipos de métodos el científico y el descriptivo debido a que se realizó un estudio de campo y una investigación de cada uno de los procesos para la obtención del producto desde el país de origen hacia el destino. Además se hizo uso de la modalidad cualitativa para identificar la información secundaria tal como: preferencias de consumo, comportamientos del consumidor argentino, entre otras, en cambio la modalidad cuantitativa permitió el análisis de la información primaria como son: los costos de producción, de comercialización la demanda, la oferta, entre otros. Las técnicas que se utilizaron son: el fichaje para el análisis linkográfico y bibliográfico, la observación y entrevistas por medio de encuestas para el estudio de campo en el cantón San Lorenzo y obtener los datos que permitirá evidenciar con la investigación de este proyecto.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

a) ACUERDO COMERCIAL

“Es el documento que obliga a las dos partes a cumplir lo que en él se ha acordado. Comprende todo tipo de aspectos de ventas, logístico, financieros y de marketing” (María García, 2009, p. 62)

El acuerdo comercial es el pactado entre estados como Ecuador y Argentina con el motivo de exonerar las tarifas arancelarias de importación del palmito, al cual se benefician tanto comprador como vendedor.

b) DEMANDA

“Es la cantidad de un bien o servicio que el sujeto económico está dispuesto a comprar a un determinado precio, según sus necesidades, preferencias y sobre todo de la posibilidad real para adquirirlo” (Martínez, 2000, p. 58)

La demanda es la variable que nos permite conocer la cantidad de palmito que el consumidor argentino posiblemente adquiriría, tomando en cuenta sus preferencias de consumo.

c) EXPORTACIÓN

“Es la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras y mares que separan las naciones”. (Andrés Castro, 2008, p. 109)

Proceso de venta internacional de palmito necesario para la satisfacción del consumidor argentino, el cual se pretende que realice el productor de palmito para incrementar su rentabilidad económica.

2.6. IDEA A DEFENDER

El conocimiento de la demanda de palmito envasado en Argentina, permitirá exportar desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.

2.7. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

a. VARIABLE INDEPENDIENTE

La demanda de palmito en Argentina: Es una variable independiente porque no se puede modificar, ni depende de ninguna otra variable, únicamente depende del comportamiento de consumo de la población en Buenos Aires Argentina.

b. VARIABLE DEPENDIENTE

Exportación: Esta variable es dependiente ya que una vez establecida la demanda, se puede modificar sus cantidades o logística para vender el producto.

III. MARCO METODOLÓGICO

Tabla 4 Marco metodológico

COMPONENTES	
METODOLOGIA	<p>El método de investigación que se utilizó es el científico, porque se realizó un estudio de campo aplicando entrevista a los productores para conocer las características del palmito, la cantidad de producción, los tiempos de cosecha, la comercialización a nivel nacional e internacional, los costos de producción, los precios de venta, entre otros.</p> <p>Además se utilizó el método descriptivo porque se indica cada uno de los procesos que intervienen desde que el palmito es obtenido de la zona productiva en el Cantón San Lorenzo hasta que es trasladado al mercado de destino en Argentina, además se analizó otras variables como son: el precio, la cantidad, la estrategia de comercialización, el proceso de exportación, la costumbre y comportamiento de los posibles consumidores.</p> <p>Las técnicas utilizadas para recolectar la información necesaria en la investigación son: el fichaje, la observación y la entrevista, ya que se realizó una investigación documental por medio de libros y de la internet, además se realizó una visita al lugar donde se produce el palmito y se estableció una conversación con los productores en el Cantón San Lorenzo para obtener datos como las características del producto, el tiempo de cosecha, la forma de comercialización, los precios y costos de producción, el porcentaje de venta a nivel nacional e internacional, entre otros.</p>
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	<p>Se utilizó dos tipos de modalidades de investigación la cualitativa por que se identificó las características del consumidor argentino, sus preferencias de consumo, comportamientos, cultura, para la obtención de la información secundaria por medio de un análisis documental.</p> <p>Con la modalidad cuantitativa en esta investigación se estableció las cantidades de demanda y oferta, el precio, los costos de producción de palmito en el Cantón San Lorenzo de la Provincia de Esmeraldas. En conclusión permitió obtener la información primaria por medio de un estudio de campo y bibliográfico.</p>
TIPO DE INVESTIGACIÓN	<p>Los tipos de investigación que utilizamos para investigar sobre este proyecto son los siguientes: documental, de campo y aplicada.</p> <p>Se utilizó la investigación documental para fundamentar el marco teórico de esta investigación en base a libros y páginas web para recolectar información tales como las características de los consumidores argentinos, del producto y de la zona de producción en el Cantón San Lorenzo.</p> <p>Otro tipo de investigación indispensable para este proyecto es la de campo ya que se realizó una visita en el lugar de producción para obtener información de primera mano tales como: los costos de producción, el precio de venta, la forma de comercialización y demás características del producto, a través de una entrevista dirigida a productores de palmito en el Cantón San Lorenzo.</p>

	<p>Además se utilizó el tipo de investigación exploratoria ya que se trabajó con los productores de palmito en el Cantón San Lorenzo, para aproximarse más al problema de la investigación y obtener los resultados esperados, tales como la situación actual y oferta exportable para promover la exportación de este producto al mercado internacional.</p>
<p>POBLACIÓN</p>	<p>La población que se investigó para obtener el producto se encuentra en la zona de producción del Cantón San Lorenzo de la Provincia de Esmeraldas, no siendo necesario el uso de la muestra ya que el número de los productores es menor a 100 encuestados, de acuerdo a Posso (2009).</p> <p>En Argentina la población a la cual se dirige el producto es la ciudad de Buenos Aires, con una cantidad total de 15.625.084 habitantes según el INDEC (2012). De los cuales se a segmentado el 53% de la población que de acuerdo al Banco Mundial perciben ingresos que se ubican entre la clase media y alta, con un total de 8.281.294 habitantes,. Se toma esta ciudad ya que además de ser la capital de Argentina, es la que tiene mayor volumen de población y es la ciudad donde se encuentran los principales consumidores de productos de tipo gourmet como es el palmito.</p> <p>Al tratarse de una investigación internacional y debido a costos y logística se hizo difícil investigar al consumidor final en Argentina, por ende se realizó un análisis documental de investigaciones de mercado, fichas técnicas, datos del Banco Central, entre otros.</p>

Fuente: Posso, (2009); Tamayo, (2013)

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 5 Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda de palmito envasado en Argentina, permitirá realizar la exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
V.I. DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB en Argentina? ¿Cuál es el índice inflacionario de Argentina? ¿Cómo está constituida la población de Argentina (Buenos Aires)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Argentina (Buenos Aires)? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? ¿Cuál es el salario básico unificado de Argentina? 	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica frente a las importaciones y exportaciones? (política comercial Argentina) ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de palmito? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de palmito? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? Marcado, madre in (etiqueta) 			
	MERCADO	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? 			

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
V.D. EXPORTACIÓN	ENTORNO	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la política económica / comercial? • ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de palmito? • ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de palmito? • ¿Cuál es la balanza comercial? 	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		Factores socio económico Grupo ofertante	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? • ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? • ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? • ¿Cuál es la producción de palmito nacional, regional y local? 			
	PRODUCTO / OFERTA	Características del producto (ficha técnica) Oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál son las características del producto? • ¿Cuáles son los proveedores del sector? • ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? • ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación mercado nacional y extranjero 	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores

Fuente: Escuela Comercio exterior
Elaborado por: Autor del proyecto

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información para realizar la exportación de palmito se la obtuvo por medio de un análisis documental para determinar la demanda insatisfecha en Argentina, las características de los consumidores y del producto, entre otros aspectos, además se realizó entrevistas, fichajes y mediante la observación de campo en las zonas de producción de palmito para obtener la información necesaria.

Para obtener la información se realizó las siguientes actividades:

- Se realizó la técnica del fichaje para obtener información secundaria por medio de libros, revistas, páginas web.
- Se realizó un análisis linkográfico y documental para la recolección de la información.
- Se estableció las conclusiones y recomendaciones de la investigación.
- Se realizó los instrumentos para realizar la entrevista a los productores de palmito en el cantón San Lorenzo.
- Se realizó las entrevistas a los productores de palmito.
- Se tabuló los resultados de las entrevistas realizadas a los productores de palmito.
- Se realizó la propuesta de la investigación: análisis técnico, financiero y logístico.
- Se culminó la investigación completando los capítulos 6 y 7 con anexos, artículo científico, entre otros.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Con la finalidad de procesar, analizar e interpretar los resultados de la investigación bibliográfica y linkográfica se utilizó las fuentes secundarias tales como:

- Información obtenida en libros, por medio de la técnica del fichaje.
- Información obtenida en: revistas, periódicos, páginas web.
- Cuadros estadísticos y gráficas con variables en país de origen y destino.
- Análisis de las variables.

En el procesamiento, análisis e interpretación de la investigación documental se utilizaron las siguientes fuentes secundarias:

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROEcuador)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador (INEC)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI)
- International Trade Centre (Trade Map)
- Central Intelligence Agency CIA, The World Fact Book, World Stat Info,
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC),
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina (MRECIC), La Nación, Banco Central de la República de la Argentina (BCRA).

3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación son: la entrevista y la observación que se realizaron en la zona de producción del Cantón San Lorenzo para obtener información como: las características del palmito, los costos de producción, la cantidad producida, entre otros; además se utilizó otra técnica como es el fichaje necesaria para obtener la información secundaria de la investigación como son: las medidas arancelarias y no arancelarias, los acuerdos comerciales, las situaciones comerciales de los dos países tanto destino como de origen, entre otros aspectos.

3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO

3.9.1. Factores socio, económicos

Tabla 6 Factores Socioeconómicos de Argentina

Indicador	Índice	Fecha
Capital	Buenos Aires	
Principales Ciudades	Córdoba, Rosario, Mendoza, La Plata, San Miguel de Tucumán, Mar del Plata, Santa Fe, San Juan, Resistencia, Salta, Santiago del Estero.	
Idioma	Español (oficial), Italiano, Inglés, Alemán, Francés, indígenas (Mapudungun, Quechua)	
Moneda	Peso argentino (ARS)	
PIB (mil millones de dólares)	559,103	2011
	606,843	2012
	621,504	2013
	539,053	2014
Crecimiento del PIB anual (%)	9,2	2010
	8,9	2011
	1,9	2012
	3,0	2013
PIB per cápita (dólares)	0,5	2014
	13.567	2011
	14.560	2012
	14.747	2013
Tasa de Inflación anual (%)	12.649	2014
	9,5	2011
	10,8	2012
	10,9	2013
Población (habitantes)	41.769.726	2011
	42.192.494	2012
	42.610.981	2013
	42.500.000	2014
Tasa de crecimiento de la población (%)	0,99	2012
	0,98	2013
	1,00	2014
Distribución de ingreso	45,8	2009
Salario mínimo (pesos argentinos)	3.300	2013
	3.600	2014
Población económicamente activa (PEA)	18.350.012	2010
	18.600.897	2011
	18.850.709	2012
	19.092.526	2013
Tasa de desocupación (% de PEA)	7,8	2010
	7,2	2011
	6,9	2012
	6,4	2013
	6,9	2014
Tipo de cambio (ARS/USD)	4,6	2012
	5,5	2013
	8,1	2014

Fuente: Central Intelligence Agency CIA, The World Fact Book, World Stat Info, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina (MRECIC), La Nación, Banco Central de la República de la Argentina (BCRA), Banco Mundial.

Elaborado por: El autor del proyecto

En base a World Stat Info (2011), Argentina cuenta una población muy elevada en comparación a los países de Latinoamérica llevando el puesto 33 en el mundo y tiende a crecer cada año a un promedio del 0,99%. En Buenos Aires se concentra la mayor cantidad de habitantes de las principales áreas metropolitanas de la República de Argentina con 13.028.000 personas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina [INDEC] (2013). Población que representa el 30,57% de la población total, que se ha tomado para el estudio de la demanda de un mercado con posible potencial de consumidores del palmito ecuatoriano y uno de los principales factores que benefician esta operación internacional.

En la Tabla No. 6 se observa que la distribución de ingreso proyecta un alto poder de compra por parte de los consumidores argentinos con un puntaje de 45.8, llevando el puesto 35 del ranking en comparación de todos los países según el World Stat Info (2011), este incremento se produce gracias a las políticas impuestas por el Gobierno argentino de establecer una mejor distribución de sus ingresos como lo dice el informe macroeconómico de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2012). Proyectando al mundo un país con un buen desarrollo económico muy atractivo para las inversiones y con un gran beneficio para la comercialización del palmito ecuatoriano hacia posibles consumidores argentinos.

En base a información del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina [MRECIC] (2013), el Producto Interno Bruto (PIB) en Argentina en el año 2014 fue de 539,053 millones de dólares el cual solo tuvo un crecimiento leve del 0,5% en comparación al año 2013, a pesar de esta sigue siendo una de las principales economías más altas de la región; gracias a la implementación de adecuadas políticas económicas como es el uso de tecnologías avanzadas y al implementar patrones industriales tales como es la agroindustria, la industria farmacéutica, la industria química y petroquímica, factores que han enriquecido la economía de este país. Argentina es una de las

economías más grandes de América del Sur por el dinámico movimiento económico, convirtiéndolo en un país atractivo y beneficioso para el ingreso de un producto ecuatoriano por poseer un indicador económico que demuestra la riqueza por la producción de bienes y servicios, además del alto poder adquisitivo de las personas.

El PIB per cápita en Argentina en el año 2014 se ha reducido aproximadamente un 0,2% en comparación al año 2013, debido a que el crecimiento del PIB total creció muy levemente con apenas el 0,5% en relación al año 2013 y como resultado de resultado de la actual devaluación (50% en el año) y recesión de acuerdo a afirmaciones de La Prensa (2014). Esta variable a pesar de reducir, es una de las más altas de América Latina y es muy importante para la investigación de este proyecto ya que en base a ella, se refleja un termómetro económico de cada habitante posible consumidor de palmito ecuatoriano.

Otros de los principales ingresos de Argentina es la inversión extranjera la cual hacen que este país refleje una estabilidad política y económica. Inversión que representa casi el 2% del PIB, valor que creció de un valor de 7,845 miles de dólares en el año 2009 a un total de 11,392 miles de millones de dólares en el año 2013 de acuerdo al Banco Mundial (2014).

La inflación a pesar de ser un factor negativo en la investigación de este proyecto ya que refleja el aumento de los precios de los productos, el cual tiene un total de 10,9% de acuerdo al Central Intelligence Agency CIA, The World Fact Book (2013), que en comparación a los demás países es una de las más altas de Latinoamérica y afecta directamente al poder de compra de los posibles consumidores argentinos de palmito, es contrarrestada por el beneficio de los otros indicadores económicos positivos como: el PIB que representa la riqueza en producción de bienes y servicios de este país, el poder adquisitivo, la buena distribución de ingresos y un movimiento enriquecido de su economía.

Según información proporcionada por la presidenta Cristina Kirchner, Casa Rosada (2013) El salario mínimo en Argentina ha crecido en un total de 1700% desde el año 2003 al 2013, siendo el segundo más alto de los países de América Latina. Argentina actualmente tiene un salario mínimo de 3.600 pesos argentinos equivalentes a 446,65 dólares, el cual incrementó en un 10% en comparación al 2013. De acuerdo al Banco Mundial (2013) la clase media aumentó del 34% al 53% de la población y perciben ingresos que se ubican entre la clase media y alta; factor que complementada con la tasa de desocupación que ha ido decreciendo a una tasa del 0,5% anualmente según tabla No. 6, nos refleja un mercado con ingresos económicos altos para el estudio de la demanda de este proyecto.

Actualmente una de las preocupaciones de los países es la devaluación que sufren las monedas por los ajustes a las economías para equilibrar sus presupuestos. Como Argentina, donde en base a afirmaciones hechas por el Banco Central de la República de la Argentina [BCRA] (2015), ha devaluado su moneda de 5,5 a 8,9 pesos argentinos en los años 2013 y 2014 respectivamente. Factor que afecta al comprador de palmito ya que la moneda que se maneja para este proyecto es el peso, pero a pesar de esta devaluación el salario básico sigue siendo el más alto de América del Sur con un total de 607 dólares de acuerdo a América Economía (2014).

3.9.1.1. Balanza comercial de Argentina

Argentina ha mantenido una balanza comercial positiva en los últimos cuatro años, debido a la diversificación de las exportaciones de productos no tradicionales y la implementación de políticas expansivas enfocadas a la distribución de ingresos de la economía. De acuerdo al INDEC (2013) entre las principales exportaciones encontramos a los desperdicios de las industrias alimentarias, combustibles minerales, vehículos automotores, grasas y aceites animales o vegetales, estos valores crecen en un promedio anual de 10,76% y

las importaciones en un promedio del 10%. Los principales productos importados son: vehículos automóviles, tractores, partes y accesorios de carrocerías, chasis con motor y cabina, gas natural licuado y en estado gaseoso, minerales de hierro, plástico y sus manufacturas, entre otros.

Gráfico 1 Balanza comercial de Argentina con el mundo



Fuente: INDEC

Elaborado por: El autor del proyecto.

De acuerdo a datos proporcionados por el INDEC (2013) las preparaciones de alimentos en las que se encuentra el palmito, corresponde a la posición número 38 de los productos que importa Argentina de todo el mundo, generado por el movimiento enriquecido de la economía de este país y la aceptación de productos de preparación alimenticia, reflejando un mercado potencial para el ingreso de un producto ecuatoriano.

El intercambio entre Argentina y Ecuador es favorable para la economía argentina debido a que la balanza comercial presenta un superávit en los últimos 5 años, como se observa en la tabla No 8 en los tres últimos años demuestra una tendencia decreciente en resultado a la diversificación de mercados como lo afirma la Embajada de Ecuador en Argentina (2013). Las exportaciones argentinas a Ecuador representan el 0,59% del total exportado al mundo,

mientras las importaciones argentinas desde Ecuador representan el 0,28% del total del mundo.



Fuente: CEI, INDEC

Elaborado por: El autor del proyecto.

En base a la Subsecretaría de Desarrollo de Inversiones y Promoción Comercial (2013). Las principales exportaciones desde Argentina hacia Ecuador son: desperdicios de las industrias alimentarias, manufacturas de fundición, cereales, productos farmacéuticos, entre otros. Las principales importaciones de Argentina desde Ecuador son: atunes, conservas de pescado, bombones, lo que refleja que los productos ecuatorianos tienen una gran aceptación por los consumidores argentinos que va creciendo anualmente, lo que nos da una visión a seguir implementado estrategias adecuadas para explotar este mercado con antecedentes beneficiosos para ingresar el palmito en las mejores condiciones.

3.9.2. Factores políticos

3.9.2.1. Política comercial y económica

La nueva política comercial que Argentina está dispuesto a implementar, es la orientada a dos enfoques el de las negociaciones y al desarrollo de

mercados con productos con valores agregados y diversificación de destinos, con el fin de tener un crecimiento sustentable en la economía de este país según el Centro de Economía Internacional [CEI] (2013).

Argentina debido a la reducción del PIB en los últimos cuatro años ha impuesto una política económica expansiva, la cual ha ayudado a incrementar esta variable pero a su vez a influido en el aumento inflacionario y la mala administración de las finanzas públicas, resultados que han llevado a este Gobierno a proteger la industria nacional reduciendo las importaciones en un 45% hasta el 2020 según información proporcionada Santander Trade (2013). Este ajuste en la economía de Argentina no afecta a la comercialización de palmito debido a que este producto no se produce en este país por no poseer el clima adecuado y gracias a su aceptación por el consumidor argentino tiende a un crecimiento anual acelerado.

La secretaría de la ALADI (2005) firmó en Marzo del año 1981 el Acuerdo de Complementariedad Económica (ACE 59) entre los gobiernos de Ecuador, Colombia y Venezuela con Argentina, el que tiene como fin común liberar las tarifas arancelarias a los productos que se intercambian entre los países firmantes del mismo. En este acuerdo señala que no todos los productos están liberados pero se planea que hasta el año 2018 llegue a cumplirse con el fin común de dicho acuerdo. En la tabla No. 9 se indica cada uno de los productos que se acogen al acuerdo 59 y sus tarifas arancelarias. En ella se puede evidenciar detalladamente los productos y países que tienen acuerdos con Argentina a mediano y largo plazo hasta el año 2018. Esta preferencia arancelaria beneficia a las dos partes ya que incentiva al importador a adquirir un producto a su país sin el pago de impuestos.

Tabla 7 Preferencias (cronogramas) otorgadas por Argentina a Colombia, Ecuador y Venezuela (ACE 59)

Objetivos												
Producto	Código de Argentina	TGA	País	SP	Mediano plazo				Largo plazo			
					2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bananas o plátanos, frescos o secos	08030000	10%	Col	7%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	1%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	1%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Las demás	12010090	8%	Col	6%	84%	92%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	5%	88%	94%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	6%	84%	92%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Palmito	20089100	14%	Col	3%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	3%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico	22071000	20%	Col	12%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	12%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	12%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Sulfato de bario natural (baritina)	25111000	4%	Col	2%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	2%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	2%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Minerales de cinc y sus concentrados	26080010	2%	Col	1%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	1%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	1%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	26080090	2%	Col	1%	84%	92%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	1%	88%	94%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	1%	84%	92%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Acido ortobórico	28100010	10%	Col	7%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ecu	6%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			Ven	7%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

TGA: Tasa global arancelaria o Arancel a Terceros a la fecha (mayo del 2005).

País: País Receptor de la Preferencia otorgada por Argentina.

SP: Aranceles Residuales aplicados por Argentina a Colombia, Ecuador y Venezuela, en la Situación previa al ACE 59 (31/12/2004).

Fuente: ACE 59, Secretaría General de la ALADI.

Elaborado por: El autor del proyecto.

Según el la tabla No. 9 para los demás países no firmantes del acuerdo 59 el porcentaje de la tarifa arancelaria es del 14% y un 3% adicional por aranceles residuales aplicado únicamente para Venezuela y Colombia, para nuestro país es de 0% beneficiando al exportador ecuatoriano al poder ingresar el palmito a Argentina si ninguna restricción arancelaria, sin olvidar de cumplir con los estándares de calidad para ofrecer este producto de manera adecuada a los consumidores argentinos y por ende a aportar como un ingreso para los productores de palmito en el Cantón San Lorenzo.

3.9.3. Factores legales

3.9.3.1. Barreras arancelarias, no arancelarias, empaque, embalaje y etiquetado

El palmito no tiene restricción arancelaria alguna para poder ingresar hacia Argentina gracias al acuerdo 59, que libera el pago de tarifas arancelarias de productos de origen ecuatoriano, beneficiando de esta manera al productor que exporte este producto incrementando la posibilidad de generar márgenes de rentabilidad y al importador ya que incentiva a adquirir un producto para venderlo en su país sin el pago de impuestos y ofrecer este producto a un precio más accesible.

Como lo afirma PROECUADOR (2012) el palmito debe cumplir con una inspección física por medio de la Secretaria Nacional de Alimentos (SENASA) que pueda ingresar a Argentina y sea comercializado para el consumo humano sin inconveniente alguno. Además ésta inspección se basa en la norma que regula a la comercialización de conservas de palmito en Argentina (IRAM 15700). Norma argentina que determina en las conservas de vegetales: el contenido neto total, contenido neto escurrido, espacio libre y capacidad en agua del envase.

El palmito en base al Código Alimentario (2013) debe cumplir las siguientes condiciones:

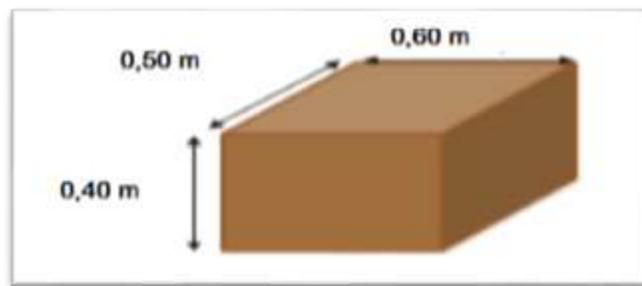
Las formas de presentación permitidas son las siguientes:

En el tarro IRAM N° 100, el peso contenido total será no menor de 850 g y el del producto escurrido no menor de 59% (501,5 g).

En el tarro IRAM N° 46 el contenido total será no menor de 400 g y el del producto escurrido no menor del 55% (220 g). Para el caso de la utilización de envases de volúmenes semejantes a los tarros IRAM N° 100 ó 46, deberá mantenerse las mismas relaciones porcentuales mencionadas". (Código Alimentario de Argentina, 2013, p. 511).

Como lo menciona PROECUADOR (2012) el empaque debe tener la siguiente información en la etiqueta: el nombre (descripción del producto), país de origen, pureza o descripción de las materias primas mezcladas en el producto, peso neto.

Gráfico 3 Empaque del palmito



Fuente: Palmifruit S.A

Este tipo de cajas tiene las dimensiones adecuadas el traslado del palmito de 450 gramos conforme a Palmifruit S.A. (2013) el cual comercializa este producto a nivel internacional en las siguientes condiciones:

Tabla 8 Envases de palmito y dimensiones

Envase	Dimens iones	Unidad/ Caja	Peso Neto	Peso Drenado	Peso/ Caja	Cajas	Cajas
	cm.	Unida des	Gramos/ Onzas	Gramos/ Onzas	Libras	Unida des	Unidades Paletizadas
Lata 1Kg	401/315 x411	12	800/28,2	500/17,6	26	1.800	1.538
Lata 1/2Kg	300/214 x407	24	410/14,4	220/7,7	27	1.800	1.458
Frasco 450 ml	45 cl	19	450/15,8	250/8,8	20	2.300	2.040

Fuente: TROPICAL FOODS

Elaborado por: Autor del proyecto.

De acuerdo a Tropical Foods (2.013) una prestigiosa empresa ecuatoriana dedicada a la comercialización de palmito en conserva a nivel nacional e internacional que tiene como objetivo el exportar este producto con lo más alto en calidad. Esta empresa elabora palmito en tres presentaciones en lata de 1kg, 1/2Kg y en frascos de 450ml, de las cuales traslada en cajas de 12, 24 y 22 envases y en contenedores de 1.800, 1.800 y 2.300 cajas respectivamente.

Esta forma de presentación es la más adecuada para transportar el palmito desde Ecuador y permite conocer como antecedente la forma de presentación y empaque de las empresas que ya están exportando este producto hacia el exterior.

Para el transporte del palmito desde Ecuador hacia Argentina debe cumplir con la Norma Técnica Ecuatoriana (NTE) INEN 2736 de hortalizas en conserva, norma que regula la forma de comercialización del palmito en conserva a nivel nacional o internacional como se observa en el Anexo No. 1.

3.9.3.1.1. Etiquetado

La información relativa a los envases no destinados a la venta al por menor deberá figurar en el envase o en los documentos que lo acompañen, excepto que el nombre del producto, la identificación del lote y el nombre y dirección del fabricante, el envasador, el distribuidor o el importador, así como las instrucciones para el almacenamiento, deberán aparecer en el envase. Sin embargo, la identificación del lote y el nombre y dirección del fabricante, el envasador, el distribuidor o el importador podrán sustituirse por una marca de identificación, a condición de que dicha marca sea claramente identificable en los documentos que lo acompañan (INEN, 2012, p.7)

Además el nombre de “palmito”/“corazones (cogollos) de palmito” se puede complementar con el nombre común de la palma utilizada según [INEN] (2013), siendo el *Bactri gasipaes* el nombre del palmito utilizado en la Región Costa de Ecuador.

Tabla 9 Requisitos del etiquetado

Requisitos de Etiquetado:	Caracteres claros, bien visibles, indelebles y fáciles de leer.
	Nombre del producto especificando el tamaño y líquido de cobertura o envasado al vacío.
	El nombre y contenido neto del alimento deberán aparecer en la cara principal,
	Otras formas de presentación deben aparecer bien expresadas sin llevar a confusión.
	El líquido de cobertura puede de ser: de aceite, vinagre, alcohol.
	La etiqueta no deberá estar en contacto directo con el alimento.
	Deben tener un color, sabor y aroma normales al de una hortaliza y al líquido de cobertura.
	El envase deberá llenarse bien con el producto (incluido el líquido de cobertura) que deberá ocupar no menos del 90% de la capacidad de agua del envase.
	Tolerancia de error es del 20%.
	En el envase debe configurar: el nombre del producto, la identificación del lote y el nombre y dirección del fabricante, el envasador, el distribuidor o el importador, y las instrucciones para el almacenamiento.
Se puede sustituir la identificación del lote y el nombre y dirección del fabricante, el envasador, el distribuidor o el importador con una marca de identificación.	

Fuente: INEN

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.9.4. Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos en Argentina han tenido un incremento en los tres últimos años debido a la adaptación al avance tecnológico de esta era, tanto así que de acuerdo a la tabla No. 12 el Gobierno argentino ha visto la necesidad de destinar fondos para realizar una inversión para que la tecnología de este país no se desactualice y quede obsoleta, que por el contrario lo que busca es ofrecer políticas para una implantación de tecnologías orientadas a la reducción del gasto.

Tabla 10 Composición del presupuesto en TICS

Presupuesto en Tic´s año 2012 -2014			
Años	Personal	Gastos	Inversión
2012	32,7%	32,8%	34,5%
2013	34,1%	31,2%	34,7%
2014	33,3%	34,1%	34,1%

Fuente: Asociación Argentina de usuarios de informática y las comunicaciones (USUARIA)

Elaborado por: Autor del proyecto.

En base a USUARIA (2014), Argentina ha dirigido más del 34% de su presupuesto hacia la inversión en la actualización de las nuevas tecnologías,

para de esta manera los usuarios argentinos se puedan establecer en un mundo cada día más tecnológico y globalizado, donde las transacciones, adquisición de bienes y servicios se las realiza a través del uso de tecnologías de la información y comunicación. La actualización de la tecnología en toda empresa se ha vuelto indispensable para que el cliente interactúe con la misma, además permite comunicarse y realizar las transacciones comerciales desde cualquier lugar donde se encuentre el consumidor.

Otro dato que acredita lo anteriormente mencionado es el uso de las redes de comunicación que tiene la población argentina, que en base al Banco Mundial (2014), existe una cantidad de usuarios que por cada 100 personas del total de la población 60 hacen uso de la internet, herramienta vital para la comunicación, negociaciones y transacciones comerciales a nivel internacional.

3.9.5. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio

Tabla 11 POAM

Factores	Grado					
	Oportunidad			Amenaza		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Socio- económicos						
PIB	3					
Inflación					2	
Crecimiento y distribución geográfica	3					
Distribución de ingresos	3					
Tasa de desocupación	3					
Políticos						
Balanza comercial		2				
Acuerdos comerciales	3					
Legales						
Barreras arancelarias	3					
Barreras no arancelarias			1			
Tecnológicos						
Inversión en tecnología	3					

Resumen POAM	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,4	0,4
Factores Político	2,5	0
Factores Legales	2,0	0
Factores tecnológicos	3,0	0
Suma	9,9	0,4
Promedio	2,5	0,1

Ponderación	
1	Bajo impacto
2	Medio impacto
3	Alto impacto

Fuente: PROECUADOR, INDEC

Elaborado por: Autor del proyecto.

En la tabla No. 13 se analiza factores que permiten medir el grado de impacto de una oportunidad o amenaza del país argentino, para así conocer el mercado donde el palmito va ingresar y cuáles serán los principales obstáculos u oportunidades que debe tomar en cuenta antes comercializar en este país.

Las oportunidades de un impacto medio y alto reflejan un mayor beneficio para la investigación de este proyecto, debido a variables anteriormente citadas como son: el creciente incremento de la distribución de los ingresos, el nivel de poder adquisitivo de los posibles consumidores de palmito, los acuerdos comerciales, factores positivos que reflejan la existencia de un buen antecedente para poder ingresar este producto de la manera más adecuada cumpliendo los estándares de calidad y aprovechando la ausente restricción arancelaria para este tipo de productos.

3.10. ANÁLISIS DEL MERCADO ARGENTINO

3.10.1. Demanda

3.10.1.1. Perfil del consumidor

Conforme a PROECUADOR (2009), el consumidor del palmito en Argentina prefiere este producto cuando existe calidad, buena presentación y de origen exótico, además de poseer características únicas, tales como su sabor peculiar, rico en vitaminas y proteínas, propias de un producto gourmet.

El consumidor argentino posee un nivel adquisitivo medio y alto, este consumidor da más importancia a la calidad del producto que al precio del mismo,

según investigaciones sobre el perfil del palmito realizadas por PROECUADOR (2009). Los argentinos actualmente tienen un salario mínimo de 3.600 pesos argentinos equivalentes a 446,65 dólares, el cual incrementó en un 10% en comparación al 2013. De acuerdo al Banco Mundial (2013) la clase media aumentó del 34% al 53% de la población y perciben ingresos que se ubican entre la clase media y alta.

De acuerdo al Banco Mundial (2014), la población económica activa es del 61% de la población total de Argentina con un total de 19,09 millones de habitantes, y la edad en la que la población es económica activa para posiblemente puede ejercer una actividad económica está entre las edades de 19 y 69 años, en un porcentaje del 58,8% de la población total.

El crecimiento de los productos importados hacia Argentina es muy evidente en los últimos años con un total del 10% anual, y más de la mitad de sus productos comercializados en este país son importados. En Argentina la importación de productos ecuatorianos tiende al crecimiento, especialmente de los de tipo gourmet como el palmito, es tanto así que la importación de este tipo de productos tiende a un crecimiento anual entre un 28% y 30% de acuerdo a PROECUADOR (2009), cifra que demuestra que en Argentina se apetece el palmito de origen ecuatoriano.

De acuerdo a Santander Trade (2013), las preferencias del consumidor argentino se asemejan a los del europeo, actualmente se interesan por la calidad del producto, los precios, la entrega a domicilio y el servicio de post venta. En las principales ciudades de Argentina los consumidores están dispuestos a pagar por los productos de tipo gourmet precios elevados de acuerdo a la marca, calidad y seguridad.

3.10.2. Oferta de palmito en Argentina

3.10.2.1. Situación actual de las importaciones y exportaciones

Gráfico 4 Total importaciones de palmito de Argentina desde el mundo



Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

Argentina por no tener un clima adecuado para la producción de palmito no cuenta con producción de este producto, pero si tiene cantidades mínimas de exportación hacia el mundo en base a datos del Sistema Integrado de Información Agropecuario [SIIA] (2012), es por esta razón que se satisface la demanda de consumidores nacionales con la importación desde terceros países como son los principales: Ecuador, Bolivia, Brasil, siendo nuestro país el mayor proveedor de este producto en los últimos cinco años.

Gráfico 5 Exportaciones de palmito de Argentina hacia el mundo



Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Autor del proyecto

Ecuador es uno de los principales países que exportan palmito hacia Argentina es así que gracias a un análisis hecho desde el año 2008 al 2012 de acuerdo al TRADEMAP (2013), las exportaciones han incrementado en un porcentaje muy significativo en comparación a los demás países proveedores de este producto hacia Argentina, este aumento de las importaciones de palmito desde Ecuador es debido a que este producto tiene una buena aceptación por parte de los consumidores argentinos por su sabor peculiar y porque Ecuador cumple con los estándares de calidad adecuados.

3.10.2.2. Productores mundiales de palmito

En la tabla No.16 observamos a los principales países productores de palmito del mundo en miles de dólares y en toneladas. Ecuador es el principal productor de palmito a nivel mundial, representando más del 60% de la producción total a nivel mundial de acuerdo a datos estadísticos de TRADEMAP (2014). Ecuador ha mantenido este puesto desde el año 2001 desde que implemento tecnología y tecnificación en su producción basada en la de Costa Rica.

Tabla 12 Competencia internacional en el año 2014

Países	Valores en miles de dólares	Cantidades en toneladas
Ecuador	82.056	35.254
Bolivia	16.302	6.362
Costa Rica	15.887	6.917
Perú	4.194	1.493
Bélgica	3.209	1.156
Guyana	2.571	961

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.10.2.3. Precio referencial del palmito

En base a datos estadísticos ofrecidos por TRADEMAP (2014), el precio promedio de referencia a nivel internacional es de 2,47 dólares por cada unidad comercial como se lo observa en la tabla No. 17 el precio de venta en Argentina no es tan alto en comparación a los demás países donde este se comercializa, pero se deben tomar también en cuenta otros aspectos tales como son: el crecimiento económico de los posibles consumidores, los indicadores políticos y económicos del país donde va ingresar el producto y los convenios en materia de comercio exterior, las facilidades de ingreso del producto, para identificar las posibles oportunidades y amenazas que se presenten a futuro en ese mercado.

Tabla 13 Precio referencial del palmito año 2014

Países	Precio USD por unidad
Francia	2,75
Chile	2,26
Argentina	2,30
Estados unidos	1,46
Venezuela	3,03
Canadá	2,73
Bélgica	2,87
España	2,40

Fuente: Trademap

Elaborado por: Autor del proyecto

3.10.3. Canal de distribución

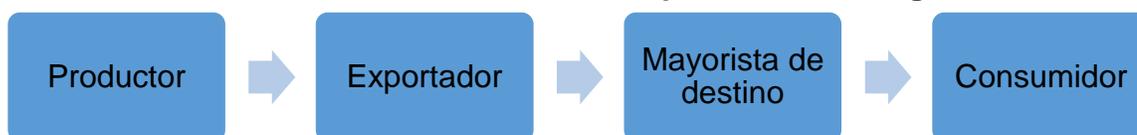
En Latinoamérica el canal de distribución han sido los restaurantes, hoteles, supermercados, pero según PROECUADOR (2009) se han empezado a desarrollarse varios nuevos canales de distribución, en los cuales los consumidores en un 56% de la clase media y 64% de la clase alta realizan sus compras en los supermercados. Siendo los principales distribuidores de venta de palmito los siguientes:

- Carrefour argentina- www.carrefour.com.ar
- Disco- www.disco.com.ar Jumbo- www.jumbo.com.ar
- Wal-mart / auchan de argentina- www.wal-mart.com.ar
- Falabella- www.falabella.com.ar

Para llevar el palmito desde el Cantón San Lorenzo hasta Argentina en la ciudad de Buenos Aires se utilizará el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Buenos Aires que según PROECUADOR (2012) es uno de los más grandes de Latinoamérica ocupando un área de 92 hectáreas. El costo del traslado directo es muy elevado en comparación a otros puertos del mundo, por lo que se debe hacer trasbordos en los puertos de Callao (Perú), San Antonio y Valparaíso (Chile), o por el norte pasando por el canal de Panamá en el puerto de Panamá. El tiempo necesario para transportar el palmito hacia Argentina es de 18 a 25 días como lo afirma PROECUADOR (2012). La ruta que se planificó para este proyecto es la que pasa por el norte, por el canal de Panamá por el tiempo al no realizar un transporte interno y por ende tendría un costo adicional.

Para la comprensión más detallada de la forma de cómo funcional la forma de distribución en Argentina desde que es obtenido el producto en la zona de producción en el Cantón San Lorenzo desde la Provincia de Esmeraldas hasta que es llevado hacia Argentina pero sin olvidar que tiene intermediarios que son detallados en el gráfico No. 6.

Gráfico 6 Forma de distribución de productos en Argentina



Fuente: CEI

Elaborado por: Autor del proyecto.

Como se observa en el gráfico anterior la forma de comercialización no es directa por ser necesario la intervención de intermediarios como es el exportador para hacer conocer al productor la forma más eficaz para llevar su producto, además hay la intervención necesaria de un distribuidor mayorista por la razón de tener un contacto en Argentina, el cual recibe el producto a ser comercializado en este país por los consumidores finales.

3.11. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.11.1. Factores socio - económicos

Tabla 14 Factores socio - económicos de Ecuador

Indicador	Índice	Fecha
Capital	Quito	
Principales ciudades	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Machala, Santo Domingo de los Tsachilas, Portoviejo.	
Idioma	Español (oficial), indígenas (quechua, shuar)	
Moneda	Dólar	
PIB (mil millones USD)	57,978	2010
	67,427	2011
	73,232	2012
Crecimiento del PIB (%)	7,80	2011
	5,10	2012
	3,98	2013
	3,50	2014
Tasa de Inflación anual (%)	4,5	2011
	5,3	2012
	2,7	2013
	3,6	2014
Población (habitantes)	14.306.876	2010
	15.439.429	2013
Tasa de crecimiento de la población (%)	1,419	2012
Tasa de desempleo (%)	5,07	2011
	5,04	2012
Tasa de cambio	El dólar de EE.UU. se convirtió en la moneda de Ecuador en 2001	2012

Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC, PROECUADOR.

Elaborado por: El autor del proyecto.

EL PIB en el Ecuador de acuerdo al BCE (2013) se ha incrementado en un 8% en el año 2011 en comparación al 2010 y de un valor de 73,23 miles de millones de dólares en el año 2012 cifra muy significativa, debido al mejoramiento de la inversión productiva dedicada al ofrecimiento de los servicios y diversificación de productos de exportación y lugares de destino de los mismos con un valor agregado, como es el caso del palmito ecuatoriano que se investiga para exportarlo con un valor agregado que aparte de ser su calidad también se pone énfasis en la presentación y el precio, para que los pequeños y grandes productores puedan diversificar y generar mayor rentabilidad debido a sus actividades productivas para comercializar hacia consumidores internacionales.

La población ecuatoriana se incrementa anualmente con una tasa del 1,42% según el BCE (2012), es por esta razón que se debe incentivar al desarrollo de más actividades productivas y comerciales diversificando mercados y productos no tradicionales para ayudar a reducir la tasa de desempleo y desocupación dentro del país.

La tasa de inflación en Ecuador es una de las más bajas de Latinoamérica es así que en los tres últimos años se ha mantenido entre los 3 y 5%, este equilibrio de esta variable es debido a que el gobierno ecuatoriano ha mantenido este margen al implementar políticas económicas que hagan frente a las especulaciones de los aumentos de precios de los productos ecuatorianos, este punto es muy importante ya que el palmito utiliza la industria para poder procesar este producto y posteriormente comercializar hacia Argentina de la manera más adecuada.

3.11.1.1. Balanza comercial del Ecuador

Ecuador en los últimos cinco años ha sufrido un déficit en su balanza comercial, sobrepasando las importaciones a las exportaciones, productos como

alimentos y maquinaria, pero gracias a la diversificación de las exportaciones no tradicionales el déficit se ha reducido en un 0,6% en comparación al año 2011 según el BCE (2013). Por tal motivo se realiza esta investigación para que en el futuro pueda contribuir con este cambio en la economía de nuestro país, transformando la matriz productiva por medio de un valor agregado al producto que se desee exportar hacia un mercado potencial socio comercial.

Gráfico 7 Balanza comercial de Ecuador con el mundo



Fuente: BCE

Elaborado por: El autor del proyecto.

La balanza comercial tiene un déficit, pero con el incremento de las exportaciones y su diversificación ha ido regulándose, aspirando a tener un superávit en las exportaciones. Los países que han estado intercambiando relaciones comerciales están evolucionando en estos años ya que los productos tradicionales y no tradicionales se han incrementado, además han surgido nuevos nichos de mercado internacionales tal es caso del palmito el cual por su gran aceptación en el mundo por su alto valor nutritivo y de gran calidad ha ido aumentando su demanda internacional.

Gráfico 8 Balanza comercial entre Ecuador y Argentina



Fuente: BCE.

Elaborado por: El autor del proyecto.

En el gráfico No. 8 se visualiza que existe un saldo comercial negativo para Ecuador debido a que las importaciones desde Argentina especialmente las no tradicionales se han incrementado en comparación a las exportaciones, es por esta razón que debemos incentivar con investigaciones para que los pequeños y grandes productores diversifiquen sus exportaciones hacia países del mundo con productos apetecidos como es el caso de Argentina país potencial importador de productos de tipo gourmet como el palmito ecuatoriano.

3.11.2. Factores políticos

3.11.2.1. Política comercial del Ecuador

Ecuador actualmente busca implementar una política de transformación de la matriz productiva, la cual tiene como fin el de que los productores comercialicen sus productos con un valor agregado que se distinga de los demás y que no se venda el producto en forma natural, este es un enfoque muy importante para que los productores tengan más nichos de mercados nacionales e internacionales con un producto de una excelente imagen y diferentes formas de atraer nuevos potenciales consumidores. Gracias a la implementación de la política comercial que mantiene el país se demuestran estadísticas favorables al

desarrollo económico exterior como fue el aumento de las exportaciones no petroleras, tradicionales y no tradicionales industriales entre en un 10% a 12%, además es importante mencionar que los bienes de consumo importados se redujeron en un 4,4% en los seis primeros meses del 2013 según información dada por PROECUADOR (2013).

3.11.2.2. Política económica del Ecuador

De acuerdo al Ministerio Coordinador de Política Económica (2012) la política implementada por el gobierno tiene como eje estratégico el priorizar al ser humano por sobre el capital para luego cumplir con el fin de asegurar un adecuado manejo de movimientos macroeconómicos que generen una estabilidad económica del país y promover un sistema económico social y solidario.

3.11.3. Factores legales del ecuador

3.11.3.1. Barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de palmito

En base al texto anteriormente citado Ecuador no tiene medidas arancelarias restrictivas para la importación y exportación de este producto por tener el Acuerdo 59 de Complementación Económica vigente con Argentina. Además debe cumplir con medidas no arancelarias como es la obtención del certificado de origen para acogerse al sistema de preferencias arancelarias, y el certificado sanitario y fitosanitario por ser un producto de consumo humano, también se debe presentar los documentos de acompañamiento para la exportación en las aduanas de origen y destino, tales como: la factura comercial, factura proforma, orden de compra, carta de crédito, lista de empaque, conocimiento de embarque, póliza de seguro, carta de porte según PROECUADOR (2013).

3.12. OFERTA ECUATORIANA

En la tabla No. 21 se indica los principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina con su respectiva tarifa arancelaria y en base a qué acuerdo se acoge para la liberación de las tarifas, destacando en el cuarto puesto al palmito por encima de productos tradicionales como lo son los camarones, los plátanos y bombones, gracias a que tiene una gran aceptación en este país por ser un producto de tipo gourmet muy apetecido por los consumidores argentinos por su sabor peculiar y ser un producto que no se da en varios países debido a que las zonas de producción no son las adecuadas.

Tabla 15 Principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina

Subpartida	Descripción	Régimen preferencial	Aranceles
1604.14.10.00	Atunes	AAP.CE59	0.00%
1604.20.10.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado (1604.20.00.00)	AAP.CE59	0.00%
1604.20.20.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado (1604.20.00.00)	AAP.CE59	0.00%
2008.91.00.00	Palmitos	AAP.CE59	0.00%
0803.00.12.00	Bananas o plátanos del tipo Canvendish Valery	AAP.CE59	0.00%
1704.90.10.00	Bombones, caramelos, confites y pastillas	AAP.CE59	0.00%
0306.13.91.00	Camarones	AAP.CE59	0.00%
1806.90.00.00	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao	AAP.CE59	0.00%
0603.11.00.00	Rosas	AAP.CE59	0.00%
1513.29.10.00	Aceites de almendra de palma	AAP.CE59	0.00%
1804.00.12.00	Manteca de cacao con índice de acidez expresado en ácido oleico	AAP.CE59	0.00%
5211.42.10.00	Tejidos de algodón de mezcilla (DENIM) (5211.42.00.00)	AAP.CE59	3.12%
5211.42.90.00	Tejidos de algodón de mezcilla (DENIM) (5211.42.00.00)	AAP.CE59	3.12%
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	AAP.CE59	0.00%
1516.20.00.00	Grasas y aceites, vegetales y sus fracciones	AAP.CE59	0.00%

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: El autor del proyecto.

Posteriormente se clasifica a los cuatro principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina de acuerdo a las cantidades en toneladas:

Tabla 16 Principales productos ecuatorianos exportados hacia Argentina en toneladas

Partida Arancelaria	Descripción	Años				
		2010	2011	2012	2013	2014
0803.00.12.00	Tipo «cavendish valery»	181.276,01	32.624,39	42.137,54	98.183,64	253.883,04
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	5.420,59	4.856,56	32.624,39	7.312,60	4.030,83
1604.14.10.00	Atunes	3.599,43	5.739,33	7.826,25	5.991,70	8.447,28
2008.91.00.00	Palmitos	5.349,61	5.473,89	5.150,25	5.422,40	4.516,16
1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas	522,91	811,09	763,18	883,55	746,59
0603110000	Rosas	579,58	721,76	670,17	711,38	395,99
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.	420,02	365,50	434,25	246,50	336,00
0306139100	Camarones	566,09	530,39	340,85	0,00	0,00

Fuente: BCE.

Elaborado por: Autor del proyecto.

De acuerdo a la tabla No. 22 el palmito ha representado en los últimos cinco años el 7% de las principales exportaciones del Ecuador hacia Argentina, en estos años ha existido un aumento y leve reducción del volumen de exportación en toneladas, por tal motivo lleva el cuarto puesto de todas las exportaciones de Ecuador hacia Argentina según el BCE (2013) cifra muy significativa frente a otros productos tradicionales como es el atún y conservas de pescado, por lo cual al aprovechar que el palmito es muy apetecido en el exterior se ve la oportunidad de vender este producto cumpliendo los estándares de calidad con una logística adecuada para que llegue al consumidor argentino de una manera adecuada.

Ecuador es uno de los mayores productores de palmito en el mundo, principalmente en las Provincias de: Esmeraldas, Pichincha, Manabí, Orellana, Santo Domingo de los Tsáchilas y Amazonía con un total de 70 mil hectáreas. Entre los principales destinos a nivel mundial se tiene a: Francia, Argentina, Chile, Venezuela, Estados Unidos, entre otros. (PROECUADOR, 2014)

Anteriormente se analizó la exportación de los principales productos desde Ecuador hacia Argentina, por lo que para continuar se ve la necesidad de analizar la exportación de los mismos productos en valores de miles de dólares. En la presente tabla se indica a los productos exportados desde Ecuador hacia Argentina en miles de dólares de los cinco últimos años:

Tabla 17 Principales productos exportados desde Ecuador hacia Argentina en miles de USD FOB

Partida Arancelaria	Descripción	Años				
		2010	2011	2012	2013	2014
0803.00.12.00	Tipo «cavendish valery»	49.076,27	8.749,92	12.081,12	41.578,88	106.825,87
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	14.680,33	14.983,46	20.931,00	30.469,59	12.942,36
1604.14.10.00	Atunes	14.176,26	23.644,91	37.014,48	32.561,33	36.927,91
2008.91.00.00	Palmitos	8.490,04	8.997,09	9.022,26	10.420,08	9.279,50
1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas	2.496,73	4.373,60	4.515,07	5.418,72	4.721,19
0603110000	Rosas	2.205,16	2.606,69	2.397,58	2.496,59	1.584,16
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1.488,07	1.988,39	2.174,19	759,46	696,14
0306139100	Camarones	3.730,52	3.688,37	2.371,64	0,00	0,00

Fuente: BCE

Elaborado por: Autor del proyecto.

Según la tabla No 23 al análisis de las ocho principales exportaciones en el año 2012 el palmito solo es sobrepasado por las exportaciones de las demás preparaciones y conservas de pescado en relación al valor FOB en miles de dólares, con un total de USD 9.279,50 en el 2014 de acuerdo al BCE (2015). El palmito a pesar de ser exportado en cantidades menores comparadas a los tres principales productos de exportación hacia Argentina, tiene un valor FOB muy alto en comparación a los otros productos, principalmente a la exportación de tipo cavendish valery el cual se exporta en una cantidad de 253.883,04 toneladas y un valor FOB de 106.825,87 miles de dólares, en cambio el palmito es exportado en una cantidad de 4.516,16 toneladas y un valor FOB de 9.279,50 miles de dólares. Como podemos observar la relación precio cantidad es más favorable para el palmito.

Gracias a los datos dados por el BCE en relación a la cantidad exportada hacia Argentina y al valor en miles de dólares, se puede observar que existe una acogida de los productos ecuatorianos en este país que es uno de los principales socios comerciales, principalmente de los productos de tipo gourmet entre los que se encuentra el palmito y que gracias al acuerdo 59, tratado de libre comercio se puede ingresar el palmito a Argentina sin el pago de tributos, y con un valor agregado adecuado y cumpliendo los estándares de calidad para ofrecer un producto que refleje una buen imagen de nuestro país.

Tabla 18 Porcentaje de participación de los principales productos exportados por Ecuador hacia Argentina

Principales productos exportados por Ecuador a Argentina			
Miles de USD FOB			
Subpartida	Descripción	2014	% participación 2014
0803.00.12.00	Tipo «cavendish valery»	106.825,87	
1604.14.10.00	Atunes	36.927,91	26,54%
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	12.942,36	16,82%
2008.91.00.00	Palmitos	9.279,50	10,10%
0803.00.12.00	Bananas o plátanos del tipo Cavendish Valery	8.745	9,81%
1704.90.10.00	Bombones, caramelos, confites y pastillas	4.721,19	4,91%
1806.90.00.00	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao	3.468	3,89%
0603.11.00.00	Rosas	1.584,16	2,93%
1513.29.10.00	Aceites de almendra de palma	2.511	2,82%
1804.00.12.00	Manteca de cacao con índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1,65%	2.302	2,58%
5211.42.00.00	Tejidos de algodón de mezclilla (Denim)	2.079	2,33%
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1.988	2,23%
1516.20.00.00	Grasas y aceites, vegetales y sus fracciones	1.674	1,88%
3924.10.90.00	Las demás vajillas y artículos de uso para el servicio de mesa o cocina	1.223	1,37%
1803.10.00.00	Pasta de cacao sin desgrasar	736	0,83%
Otros productos		6.083	6,83%
Total		89.106	100,00%

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Autor del proyecto.

El palmito se ha convertido en uno de los productos tradicionales más apetecidos en el exterior, principalmente en países europeos y países

suramericanos con tendencias europeas como es el caso de Argentina, en el cual el porcentaje de participación es del 10,10% únicamente sobrepasado por el atún, las demás preparaciones y conservas de pescado, productos tradicionales que en los últimos años Ecuador se ha caracterizado por exportar hacia el mundo de acuerdo a PROECUADOR (2013).

Demanda que se debe planificar para satisfacer con un plan logístico adecuado tomando en cuenta las oportunidades y fortalezas que se tiene en el mercado de origen y destino. Este producto se ha exportado a todos los países en un total de 29.034,74 toneladas desde el mes de Enero al mes de Noviembre conforme el Banco Central del Ecuador (2011), cifra muy significativa que se debe tomar en cuenta en la investigación de este proyecto que en relación a otros productos de exportación es muy alta. Además se analizó antecedentes como:

Gráfico 9 Exportaciones de palmito hacia el mundo



Fuente: BCE

El gráfico No. 9 nos demuestra que el palmito en los últimos cinco años ha tenido gran aceptación en varios países del mundo principalmente en Sur

América y Europa en donde crece la demanda aparente a un nivel acelerado. En base a este gráfico del valor exportado de palmito en miles de dólares, Chile y Argentina son los principales lugares de destino en América del Sur con más de 16.000 y 10.000 miles de USD respectivamente según TRADEMAP (2013).

3.12.1. Exportaciones de palmito desde Ecuador hacia Argentina

En la gráfico No 10 se visualiza gráficamente las exportaciones del Palmito desde el Ecuador hacia Argentina de los siete años tanto en valores FOB, como podemos observar el aumento de estos valores está entre el 10% y 15% de los años anteriores, cantidad que demuestra que existe una gran aceptación de este producto en Argentina, dato que permite conocer cuáles son los antecedentes favorables para dar continuidad a una adecuada investigación para este proyecto.

Gráfico 10 Exportaciones de palmito de Ecuador hacia Argentina



Fuente: BCE

Elaborado por: Autor del proyecto.

Para los años 2012, 2013 y 2014 el aumento en las cantidades de exportación en toneladas es elevado, en el Gráfico No 11 se observa que el valor

en estos años se ha incrementado aproximadamente un 8% y 10%, lo cual refleja que existe una evolución de este producto en el incremento en el país argentino. En esta gráfico se visualiza que las exportaciones se incrementan significativamente, lo cual nos incita a exportar este producto, aprovechando la gran aceptación de este producto ecuatoriano en Argentina y su valorización en el mismo, siempre y cuando se dé un debido valor agregado tendiendo a satisfacer las necesidades y deseos de los clientes argentinos.

Gráfico 11 Participación del palmito ecuatoriano



Fuente: BCE

Elaborado por: Autor del proyecto.

Además conociendo que “este tipo de producto no tiene restricciones y que es un producto no perecible” (Arancel Integrado, 2011), se aprovecha esta oportunidad de realizar esta operación comercial, pero sin olvidar de realizar una planificación, para que este producto tenga la satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores en el mercado Argentino.

3.12.2. Canal de distribución

En el siguiente cuadro podemos observar las navieras existentes para realizar la exportación de palmito hacia Buenos Aires.

Tabla 19 Empresas navieras con servicios hasta el puerto de Buenos Aires

Puerto	Agente	Línea	Servicio	Vía	Tipo de carga	Puerto de embarque
Buenos Aires	APL Ecuador	APL	Trasbordo	Manzanillo	DC-RC	Guayaquil
Buenos Aires	MSC Ecuador	MSC	Trasbordo	Freeport	DC-RC	Guayaquil
Buenos Aires	REMACAR S.A.	MARUBA SCA	Trasbordo	Callao	DC-RC	Guayaquil
Buenos Aires	REMACAR S.A.	MARUBA SCA	Directo	-	DC-RC	Guayaquil
Buenos Aires	Hamburg Sud	ALIANCA	Directo	-	DC-RC	Guayaquil

Fuente: BCE

Elaborado por: Autor del proyecto.

La selección de la empresa naviera para esta exportación implica el análisis de los costos, tiempo y capacidad del medio de transporte en el cual se traslade el producto hacia Argentina, además se debe conocer el tipo de servicio más adecuado que se debe optar para esta operación si es un traslado directo o con trasbordo por países de tránsito como lo son Colombia, Chile, entre otros.

3.12.3. Tamaño de la población ofertante

Tabla 20 Producción nacional de palmito

Año	Superficie (Ha)		Producción Tm	Rendimiento (Tm/ha)
	Plantada	Cosechada		
2000	15.359	13.711	92.560	6,75
2001	-	8.116	91.721	11,30
2002	-	9.055	86.130	9,51
2003	-	9.527	74.441	7,81
2004	-	14.300	134.184	9,38
2005	-	15.416	149.525	9,70
2006	-	15.357	142.903	9,31
2007	-	15.680	145.301	9,27
2008	-	16.061	153.473	9,56
2009	-	15.914	182.035	11,44
2010	-	16.106	197.758	12,28

Fuente: Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP), INEC.

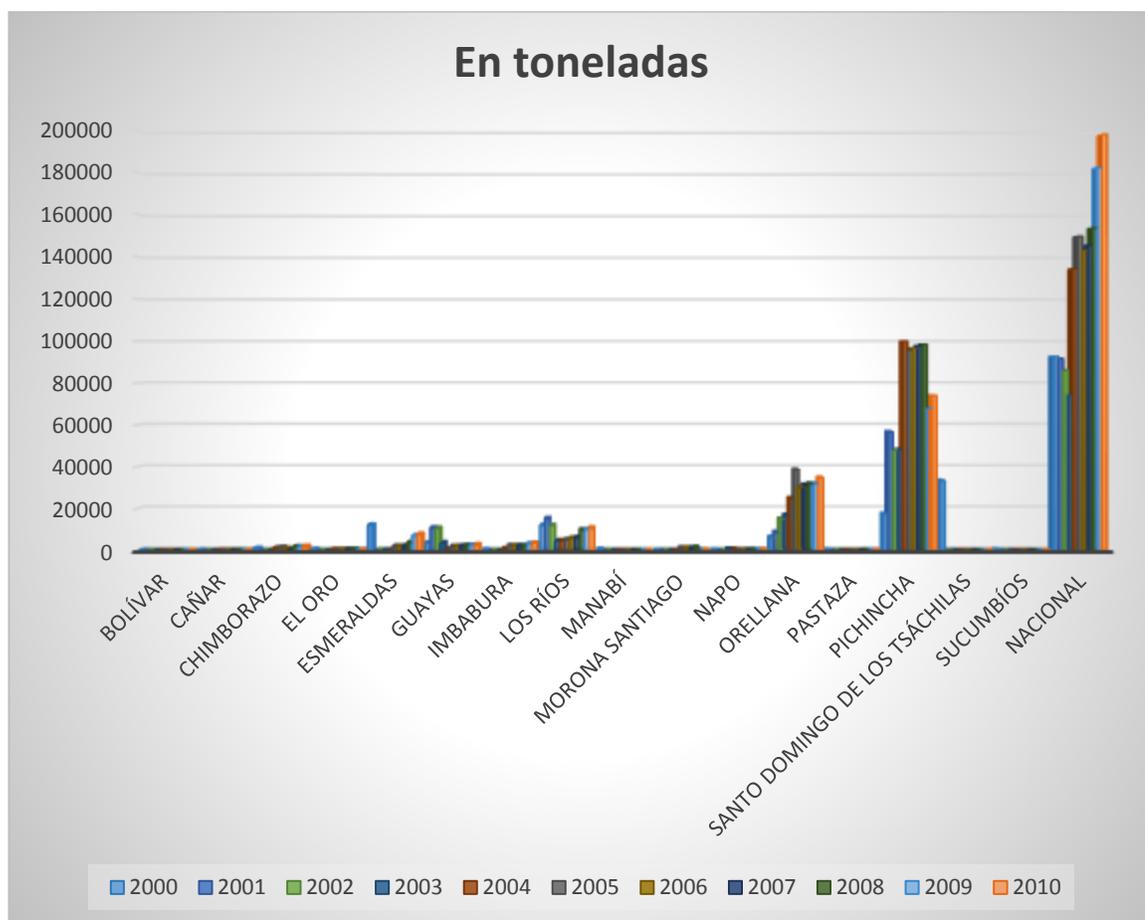
Elaborado por: Autor del proyecto.

El rendimiento de la producción de palmito a nivel nacional desde el año 2000 hasta el 2010 ha tenido un incremento muy importante, que se ve reflejado

por las técnicas utilizadas para obtener mayor cantidad de toneladas con la menor cantidad posible de la palmera cosechada.

En el gráfico No. 12 se observa que existen variaciones en la producción de palmito, principalmente en Esmeraldas, donde en el año 2000 fue una de las principales zonas de producción de este producto, pero por la crisis bancaria ocurrida en el año 2001 su producción fue de cero según el SINAGAP (2013). Recuperándose para el siguiente año en un total de 215 ton en comparación a otras Provincias como Pichincha con un total de 48.000 ton. Actualmente gracias a las asociaciones de los productores e industrialización, la producción en esta Provincia tiene un gran volumen a nivel nacional

Gráfico 12 Producción nacional de palmito



Fuente: SINAGAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.13. OFERTA SAN LORENZO

Tabla 21 Indicadores socioeconómicos del Cantón San Lorenzo

Población (habitantes)	28.180
Proporción de mujeres (%)	49,27
Población económica activa	9.688 hab. o 34%
Pobreza (%)	84,60
Extrema pobreza (%)	42,46

Fuente: INEC, CMCPEC, GADPE

Elaborado por: Autor del proyecto.

Según el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (CMCPEC) (2013) el Cantón San Lorenzo refleja una situación económica desfavorable debido a la escasa fuentes de empleo, carencia de servicios básicos, entre otros factores negativos, es por esta razón que se crea la necesidad de aprovechar las oportunidades agrícolas de este sector del Ecuador para diversificar los mercados de destino del palmito con un valor agregado adecuado para que reduzcan los indicadores socioeconómicos negativos de este Cantón.

La población total del cantón San Lorenzo, según la Municipalidad del Cantón San Lorenzo de Pailón (2012) el censo del año 2001 indica que el cantón tiene alrededor de 28.180 habitantes; siendo la población urbana 14.600 habitantes y 13.580 habitantes la población rural. Actualmente el Cantón San Lorenzo cuenta con aproximadamente 42.486 habitantes, de los cuales 21.552 son hombres y 20.934 son mujeres de acuerdo al Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (CMCPEC) (2013), lo que determina una elevada tasa de crecimiento poblacional; además, esta población incrementa anualmente debido a la migración fronteriza.

La población económica activa en base a información de Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas [GADPE] (2011), es de apenas el 8.7% de la PEA de la provincia de Esmeraldas y 34% de la población total de San Lorenzo, por tal motivo con la implementación de este proyecto se pretende cumplir con uno de los fines de aumentar estos porcentajes.

3.13.1. Clima

“Se caracteriza a la región con un clima muy húmedo tropical. Existe un marcado período de lluvias de diciembre a junio. Los meses con menor pluviosidad son de julio a noviembre.” (Municipalidad del Cantón San Lorenzo de Pailón, 2012)

3.13.2. Vías de comunicación

Hoy en día, a más de las dos vías importantes que lo comunica con Ibarra y Esmeraldas, San Lorenzo podrá conectarse con el resto del país, tanto por el Puerto Marítimo, siendo el puerto una zona en la cual pueden acoderar buques de alto calado con suma facilidad, así como también de canoas a motor, a canaleta y barcos de cabotaje (Municipalidad del Cantón San Lorenzo de Pailón, 2012)

3.13.3. El puerto de Esmeraldas

El Puerto de Esmeraldas es una instalación ubicada en la costa del Océano Pacífico destinada a recibir embarcaciones de diverso tamaño, y que cuenta con facilidades requeridas para carga y descarga de mercadería.

3.13.4. Puerto comercial

Las instalaciones del puerto comercial están dentro de un recinto completamente cerrado, que cuenta con adecuadas condiciones de seguridad y vigilancia. El terreno donde funciona el puerto se ha conformado con un relleno compactado que en parte es material proveniente del mismo dragado del puerto y en parte material proveniente de canteras. Es la principal terminal para la exportación de petróleo.

3.13.5. Las principales instalaciones de este puerto

El área del puerto marítimo tiene una extensión aproximada de 40 Ha., de acuerdo a planos, con una profundidad de 11mts. Dentro de la planificación de las áreas del puerto existe la posibilidad de crecimiento de muelles, vías de circulación, áreas de bodegaje cubiertas y descubiertas, etc. En la actualidad las instalaciones existentes no están utilizadas al máximo, porque el actual movimiento del puerto no permite el total aprovechamiento de las mismas y porque la tercerización de algunos servicios ha dejado sin uso otras que ahora están desocupadas. PROECUADOR (2013)

3.13.6. Producción de palmito a nivel provincial

Tabla 22 Producción provincial de palmito

Producción provincial de palmito En Toneladas							
Años	Chimborazo	Esmeraldas	Guayas	Imbabura	Los Ríos	Orellana	Pichincha
2005	1.515	2.150	1.988	2.315	5.260	38.640	95.600
2006	1.020	2.150	2.108	2.345	5.950	30.569	96.613
2007	740	2.263	2.269	2.355	6.220	31.452	97.850
2008	1.846	3.899	2.469	2.396	9.895	31.999	98.456
2009	1.876	7.200	2.600	3.306	10.003	31.999	68.125
2010	2.038	7.822	2.825	3.592	10.867	34.763	74.009

Fuente: SINAGAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

En la tabla No. 29 se demuestra la alta capacidad de producción de palmito en el Ecuador especialmente en la Provincia de Pichincha llegando a ser la pionera en la producción de este tipo de producto, representando más de la mitad de la producción de palmito a nivel nacional, a pesar de la reducción de producción en toneladas métricas en esta provincia en los últimos tres años sigue siendo la zona de mayor producción. Además existen provincias donde este producto tiende a un crecimiento acelerado como Esmeraldas, la cual representa el 3,96% de la producción nacional de palmito y tiene una tasa promedio anual de crecimiento de 42,7%, por tal razón existe el incentivo a productores grandes y pequeños a invertir hacia una internacionalización de su producto hacia un

mercado donde es apetecido por su calidad y sus características propias del mismo.

En la tabla No. 30 se indica la cantidad de producción de los principales cultivos en cada uno de los cantones de la Provincia de Esmeraldas:

**Tabla 23 Principales cultivos de la Provincia de Esmeraldas
Número de upas y superficie en hectáreas por principales cultivos solos
(monocultivos), año 2013**

Cantón	Principales cultivos					
	Aguacate		Palma africana		Palmito	
	UPAs	Superficie sembrada	UPAs	Superficie sembrada	UPAs	Superficie sembrada
Total Esmeraldas	36	29	1.361	45.687	94	2.033
Esmeraldas	10	-	25	602	-	160
Eloy Alfaro	-	-	-	-	-	130
Muisne	-	-	4	20	-	-
Quinindé	8	-	1.303	44.832	83	1.667
San Lorenzo	-	-	21	206	6	130
Atacames	-	-	-	-	-	-
Ríoverde	9	-	9	27	-	-

Fuente: Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP).

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.14. EL PALMITO

El palmito es un producto de tipo gourmet que posee vitaminas esenciales para el ser humano y carece de colesterol. Además crece en la región Costa de nuestro país, actualmente no se le ha exportado con el valor agregado que este merece para tan importante proceso y reconocimiento en otros países.

El palmito, chonta o jebato es un producto alimentario obtenido del cogollo de varias especies de palmera, en particular del cocotero y el el pijuayo o pejibayo del cual se obtiene el palmito *Bactris gasipaes*. El palmito en conserva se encuentra entre los alimentos bajos en grasa ya que este alimento no contiene grasa.

“Entre las propiedades nutricionales del palmito en conserva cabe destacar que tiene los siguientes nutrientes: 0,40 mg. de hierro, 2,80 g. de proteínas, 44 mg. de calcio, trazas de fibra, 163 mg. de potasio, trazas de zinc, 8 g. de carbohidratos, 23 mg. de magnesio, 620 mg. de sodio, 2 ug. de vitamina A, 0,07 mg. de vitamina B1, 0,09 mg. de vitamina B2, 0,82 mg. de vitamina B3, 0,13 ug. de vitamina B5, 0,10 mg. de vitamina B6, 28 ug. de vitamina B9, 7 mg. de vitamina C, 0,90 mg. de vitamina E, 71 mg. de fósforo, 43,20 kcal. de calorías y 8 g. de azúcar.” (Los alimentos, 2012)

Conociendo que “este tipo de producto no tiene restricciones, y que es un producto no perecible” (Arancel Integrado, 2011), por lo cual se aprovecha, esta oportunidad de realizar esta operación comercial, pero sin olvidar de realizar una planificación, para que nuestro producto tenga la satisfacción en el mercado Argentino. Además cuenta con una preferencia arancelaria del “100%, de acuerdo al código liberatorio # 19, y al convenio del Ecuador con Argentina dentro del Mercosur, de acuerdo # 59, al Dec. Ej. # 2675-A R.O. # 555 del 31 de Marzo del 2005” (Arancel Integrado, 2011), esta preferencia arancelaria es una estrategia que se utiliza para la exportación de este producto, y dar a conocer que el palmito es muy demandado en Argentina, que hasta los organismos competentes de este país, han llegado a establecer necesariamente estas preferencias arancelarias por el intercambio fructífero y representativo que existe entre los dos países.

Además se pretende exportar este producto no en forma genérica, si no que se le dará un envase adecuado, con los respectivos permisos sanitarios y fitosanitarios y marca desde nuestro país, ofreciendo un producto de calidad al país argentino, para cubrir parte de la demanda de este producto.

Tabla 24 Ficha técnica del palmito

	PRODUCTOS GOURMET	
	COLOR: BLANCO	MEDIDA: 7CM
	TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR	
	Advalorem	0 %
	FDI	0 %
	IVA	0 %
	Unidad de Medida	Unidades (UN)
PALMITO		
DESCRIPCION:		
Nombre científico: Bactris Gasipaes H.B.K.		
Nombres vulgares: Chontaduro, Palmito, Pejibaye, Chonta, Pupunha		
AUTORIZACIONES PREVIAS: No tiene restricciones previas		
FUNDAMENTACION LEGAL		
Sección IV:	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	
Capítulo 20:	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	
Partida Sistema Armonizado 2008:	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.	
SubPartida Nacional 2008.91.00.00	Palmitos	
ETAPAS DE CULTIVO		
Desarrollo de la Plantación: 18 meses		
Inicio de Cosecha: 18 – 22 meses		
Fuente: Arancel integrado, (SENAE).		
Elaborado por: Autor del proyecto.		

3.15. OFERTA EXPORTABLE

Tabla 25 Oferta exportable del palmito

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción promedio San Lorenzo (Tn x Ha)	Producción de palmito Total Anual (Tn)	Producción Anual (Kg)	Producción destinada a la Exportación (Tn) (30%)
2014	20	12,00	240	240.000	72

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor del proyecto.

Para calcular la oferta exportable se realizó investigación de campo sobre la producción de palmito en la provincia de Esmeraldas localizando a los mayores productores, quienes se encuentran en el Cantón San Lorenzo. Los productores de la asociación puede destinar un 30% de su esta producción para el mercado argentino y el 70% de su producción lo destinan para el consumo nacional.

3.16. ANÁLISIS FODA

Tabla 26 Análisis FODA de la exportación de palmito hacia Argentina

Fortalezas	Debilidades
<p>Existe alto volumen de producción de palmito en Esmeraldas. Los productores de palmito tienen vital experiencia en el área de producción. La ubicación de las áreas cultivadas de palmito son adecuadas para llevar este producto por medio del transporte marítimo.</p>	<p>Productores desconocen información del mercado argentino. Venta del producto a intermediarios o a nivel nacional. Estancamiento hacia nuevas tecnologías y técnicas.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Aumento de la demanda mundial de productos elaborados a base de ingredientes naturales. Acuerdo de complementación económica vigente entre Ecuador y Argentina. Preferencia de la demanda internacional del palmito ecuatoriano por su calidad y valor nutricional.</p>	<p>La crisis económica mundial. La competencia mundial. El crecimiento de la tasa de inflación en Argentina.</p>

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.17. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

3.17.1. Rivalidad entre competidores existentes

Tabla 27 Principales competidores

Principales competidores	Participación (%)	Precio USD por unidad
Ecuador	55,42	2,30
Bolivia	39,15	2,37
Perú	5,42	3,42
Brasil	0,01	2,00

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

Ecuador tiene varios países competidores de palmito principalmente Bolivia, con una participación del 39,15% del total de importaciones de palmito de Argentina. Además de Perú y Brasil con porcentajes menores al 10%. Gracias a la aceptación de este producto en Argentina siempre ha superado a esta competencia por la calidad en la producción de palmito.

3.17.2. Amenaza de nuevos competidores

Entre los nuevos competidores se encuentran las empresas ecuatorianas que exportan el palmito hacia diferentes países, principalmente las industrias situadas en la ciudad de Quito; tal es el caso de Incopalmito, Tropiclafoods, Palmito Fruit. Pero se ha visto la necesidad de incentivar al productor de ser el propio exportador, ya que en la Provincia de Esmeraldas solo existe una industria Incopalmito quien exporta a países europeos y Chile de acuerdo a la entrevista realizada a la misma. El productor de palmito en San Lorenzo puede pasar de obtener el producto en fresco a convertirse en exportador siendo un nuevo competidor, que debe entrar al mercado argentino con un producto de calidad.

3.17.3. Poder de negociación de los clientes

Los productores comercializan el palmito por medio de intermediarios por lo que su estilo de negociación hace que ofrezca su producto a precios más bajos de los esperados. En cambio en Argentina los consumidores tienden al consumo de un alimento saludable, además poseen un nivel económico entre medio y alto según PROECUADOR (2013).

El cliente argentino tiende a consumir productos con precios altos donde se evidencie la calidad en su presentación, es por esta razón que el poder de negociación se balanza a favor del vendedor, siempre y cuando cumpla con las especificaciones del producto que el cliente necesite.

3.17.4. Poder de negociación de los proveedores

En este caso los proveedores son los mismos productores ya que como fin de este proyecto se establece incentivar a los productores para que sean pioneros en ser exportadores de su producto para obtener una mejor rentabilidad. Pero se debe tomar en cuenta que puede faltar insumos necesarios para el procesamiento del palmito envasado; tales como: envases, conservantes naturales, maquinaria, además de insumos para la comercialización como son los embalajes, etiquetas, pallets, unidades de carga.

La ventaja que tienen los que adquieren los insumos a sus proveedores, es que se hace una negociación para grandes cantidades y la adquisición de los mismos se hace con un período de anticipación, lo cual dará mayor tiempo de investigar y poder decidir en qué empresas los insumos tiene un precio más accesible y necesario para reducir costos en operaciones de producción y comercialización.

3.17.5. Amenaza de productos sustitutos

Entre los principales productos sustitutos que puede tener el palmito al ser exportado al exterior, están los de tipo gourmet, tales como son: los hongos comestibles, el espárrago, la alcachofa, bambú, entre otros. Cada uno de ellos tiene su característica peculiar que es aceptada en diferentes países pero no tiene el nivel de aceptación que el palmito ha tenido en Argentina en base al perfil del consumidor y de antecedentes a estudio de este mercado.

Para una mayor comprensión de los productos sustitutos del palmito que pueden ingresar en el mercado argentino, se presenta a continuación en la tabla No. 35 el contenido nutricional de cada uno de ellos para comparar que beneficios prestan a la salud y diferenciar cada una de sus características:

Tabla 28 Comparación de contenido nutricional

Contenido	Palmito	Alcachofa	Espárrago
Proteínas (g)	2,80	2,90	1,89
Hidratos de carbono (g)	8,00	1,20	1,50
Grasas (g)	0,00	0,16	0,31
Calcio (mg)	44,00	44,00	22,57
Lisina (aminoácidos)	101,00	0,00	89
Glucosa (hidratos de carbono)	0,00	0,00	0,45
Precio por unidad	2,54	3,66	2,00
Perecibilidad	No	No	No

Fuente: dietas.net

Elaborado por: Autor del proyecto

Como podemos observar en la tabla No. 35 el palmito posee mayor cantidad de proteínas que el espárrago y no contiene grasa alguna, en comparación a los demás productos. El alto contenido nutricional de palmito hace que no sea reemplazado por otros productos de tipo gourmet, principalmente por no poseer grasas trans que son perjudiciales para la salud del ser humano, característica que no se los encuentra en los productos, beneficiando a consumidores que se preocupan por mantener su salud en perfecto estado o por personas que necesariamente deben llevar una mejor calidad de vida por padecer de diferentes enfermedades.

Además al poseer estas características que aportan un beneficio para la salud del ser humano, contribuye a suplir a alimentos que contienen colesterol y prevenir a futuro problemas cardíacos por el consumo de exceso de grasas en sus alimentos.

El palmito tiene un precio por unidad de 2,54 dólares, en comparación al del valor más alto de la tabla, aparentemente es una desventaja, pero se considera también las preferencias arancelarias, la forma de conservación, los gustos y preferencias del consumidor.

3.18. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

3.18.1. Demanda insatisfecha

Tabla 29 Demanda insatisfecha (2015 – 2019)

Años	Producción nacional (Ton)	Importaciones (Ton)	Exportaciones (Ton)	Consumo Nacional Aparente	Población	Consumo Per Cápita (Kg/ año)	Consumo Recomendado (Kg/hab)	Déficit kg	Mercado meta Buenos aires (30%)	Demanda Insatisfecha Total (Ton)	Oferta exportable del proyecto	% cobertura
2015	0	14.439	4	14.435	23.254.312	0,62	9	4,01	6976294	27954	72,0	0,26%
2016	0	17.306	2	17.304	23.482.205	0,74	9	3,07	7044661	21647	79,2	0,37%
2017	0	18.993	1	18.992	23.712.330	0,80	9	2,56	7113699	18195	79,2	0,44%
2018	0	19.090	0	19.090	23.944.711	0,80	9	2,59	7183413	18586	86,4	0,46%
2019	0	19.187	0	19.188	24.179.369	0,79	9	2,59	7253811	18768	86,4	0,46%

Fuente: TRADEMAP, INDEC

Elaborado por: Autor del proyecto.

De acuerdo a datos obtenidos en el INDEC y Trademap (2014) se ha calculado el consumo aparente que refleja la cantidad de palmito consumido por la población de Argentina, específicamente de la Ciudad de Buenos Aires. Además es necesario conocer la demanda per cápita; es decir el consumo individual de la población anualmente y la demanda insatisfecha en kilogramos y toneladas, para determinar la cantidad de palmito que puede ingresar a este país y así satisfacer las necesidades del consumidor argentino de una manera adecuada.

Como se puede observar en la tabla No. 36 la demanda insatisfecha en Argentina se ha calculado en base a una población no total, pero si en un porcentaje del 35% que es el segmento de la población que se encuentra en los niveles económicos medio y alto, y según el perfil del consumidor son parte de la población que prefiere consumir productos de tipo gourmet. Además en base a la misma tabla se determinó que esta demanda crecerá en el año 2019 en un 10% en comparación al año 2015, la misma que se pretende satisfacer en parte con la oferta exportable de palmito desde el Cantón San Lorenzo, cubriendo un porcentaje de cobertura de esta demanda entre un porcentaje no mayor al 0,46%.

De acuerdo al Banco Mundial (2014), la población económica activa es del 61% de la población total de Argentina con un total de 19,09 millones de habitantes, y la edad en la que la población es económica activa para posiblemente puede ejercer una actividad económica está entre las edades de 19 y 69 años, en un porcentaje del 58,8% de la población total.

3.18.2. Producción nacional de palmito en Ecuador

En Ecuador la producción nacional de palmito para los próximos cinco años crecerá en un promedio de 1,5% como se detalla en la tabla No. 37. Estos

datos permiten viabilizar que existe producción para un análisis general de la oferta nacional para posteriormente analizar las cantidades que se están comercializando a nivel local, nacional e internacional.

Tabla 30 Proyección de la producción nacional de palmito en Ecuador

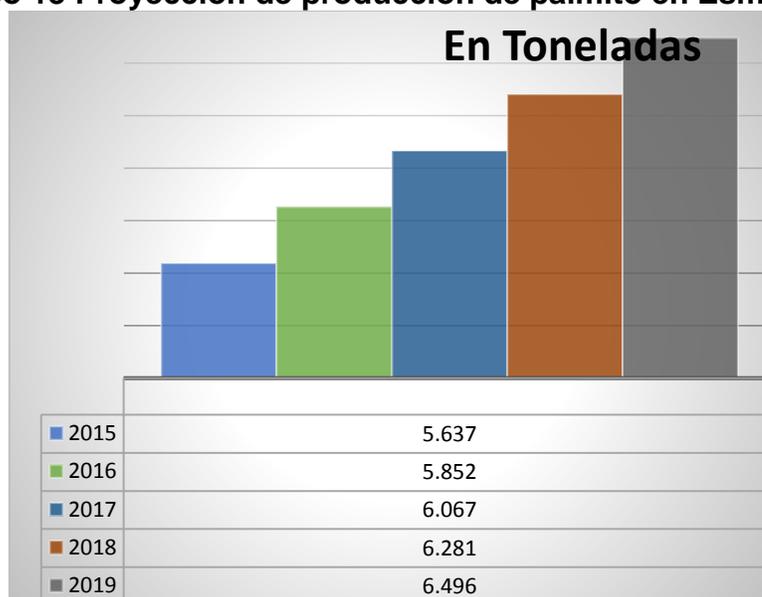
Proyección de la producción nacional de palmito en Ecuador en toneladas	
Años	Toneladas
2015	149.390
2016	149.703
2017	150.016
2018	150.329
2019	150.642

Fuente: SINAGAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.18.3. Producción de palmito en Esmeraldas

Gráfico 13 Proyección de producción de palmito en Esmeraldas



Fuente: SINAGAP

Elaborado por: Autor del proyecto.

En base al SNAGAP (2013) se ha proyectado la producción de palmito en la Provincia de Esmeraldas desde el año 2011 en un total de 4.479 toneladas hasta el año 2.019 con un total de 6.496 toneladas. En el gráfico No. 13 se observa un crecimiento en paulatino en los siguientes años. Esmeraldas es una de las principales Provincias productoras de palmito a nivel nacional y tiende a crecer a un promedio de 4,5% anualmente, cifra que demuestra que este producto tiene un aporte para la economía del país.

3.18.4. Proyección de la oferta exportable

La proyección de la oferta exportable de palmito desde el Cantón San Lorenzo es necesaria para conocer las cantidades que se exportan en los próximos cinco años, con estas estimaciones se establecerá posteriormente un análisis logístico y financiero para conocer la factibilidad que tiene el proyecto. De acuerdo a entrevista realizada al Señor Carlos Buenaventura (13/Agosto/2013). Además se dio a conocer que están en capacidad de incluir a la producción 2 hectáreas adicionales que se contabilizarán después de los 12 meses de plantado el palmito y cosecha, es así como se observa en tabla No. 40 se observa que la oferta de palmito tiene un rendimiento de 12 toneladas por cada hectárea sembrada de acuerdo a afirmaciones de productores de palmito del Cantón San Lorenzo y en base a cuadros de MAGAP (2013). Dato que motiva a la investigación de este producto para su comercialización a nivel internacional.

Tabla 31 Proyección de la oferta exportable

Año	Superficie Sembrada (Ha)	Producción promedio San Lorenzo (Ton x Ha)	Producción de palmito Total Anual (Ton)	Producción anual (Kg)	Producción destinada a la Exportación (Ton) (30%)
Proyección					
2015	20	12	240	240.000	72,0
2016	22	12	264	264.000	79,2
2017	22	12	264	264.000	79,2
2018	24	12	288	288.000	86,4
2019	24	12	288	288.000	86,4

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

3.19. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Explicación con datos porcentuales, tablas, cita, que muestre que realmente hay demanda, que debe hacer el productor para conocer esa demanda, los mecanismos de comercialización, mejores precios, que existen condiciones políticas, económicas, legales, arancelarias, para exportar a argentina.

Tabla 32 Demanda de palmito en Argentina

DATOS	2014	2015
Oferta exportable	72	72
Demanda insatisfecha	15.056,56	14.908,52
% De cobertura de la demanda	0,5%	0,5%
Frecuencia de envío	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL
Numero de envíos al año	4	4
Tamaño del embarque	18,00	18,00
Nº de empaques / embalajes	1.785,00	1.785,00

Fuente: TRADEMAP, INDEC

Elaborado por: Autor del proyecto.

En Argentina están en capacidad de adquirir 18.000 kilogramos trimestralmente, de las cuales el proyecto contribuirá con 72 toneladas, dando como resultado un porcentaje de cobertura de la demanda total de este mercado del 0,2% en el primer año de realizada la operación comercial.

Además de la demanda insatisfecha, el porcentaje de cobertura trimestral, se relaciona a un precio referencial por unidad comercial internacional en Argentina con un valor de 2,30 dólares y el precio en fábrica en base al proyecto de 1,50 dólares, obteniéndose después de realizar un estudio logístico, un precio de venta de 2,21 dólares, es decir un promedio de ganancia del 47% en relación al precio en fábrica. Además se obtuvo una TIR de 25,5% y período de recuperación del el valor invertido de 1,80 años y una proyección de rentabilidad en los próximos cinco años.

El ingreso del palmito hacia Argentina con la preferencia arancelaria de la liberación total del pago de impuestos en base al Acuerdo 59 firmado entre Ecuador y Argentina, permite a los ejecutores de este proyecto mejorar su rentabilidad al realizar la exportación a este país.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- En base a los estudios realizados los indicadores económicos de Argentina, principalmente el PIB con un total de 569,796 millones de dólares y un PIB per cápita de 12.649 dólares, refleja un país con una economía dinámica y enriquecida favorables para el ingreso de un producto ecuatoriano que tiene un gran reconocimiento a nivel mundial por la calidad en su producción.
- En base a las buenas relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Argentina han llegado a establecer convenios beneficiosos para ambas partes, como es el Acuerdo de Complementación Económica 59. Acuerdo que beneficia para el ingreso de productos de tipo gourmet sin el pago de impuestos, en el que se encuentra el palmito.
- El mercado de destino más accesible y que tiene mayor aceptación para su distribución en Argentina son los brokers, tales como supermercados, centros comerciales, hoteles, restaurantes o también se puede utilizar un intermediario para la comercialización en este país.
- La producción de palmito en el Cantón San Lorenzo se ha visto limitada debido a que venden este producto a intermediarios a precios reducidos en el contexto local, de acuerdo a afirmaciones de Carlo Buenaventura (14/Agosto/2013) quien vende su producto a 120 dólares por cada tonelada producida, que en comparación a precios internacionales es bajo como es el caso de Argentina con un valor total de 2.035 dólares por cada tonelada.
- Los productores de tipo gourmet donde se destaca el palmito desconocen el proceso de exportación y sus costos, debido a que su forma de comercialización en los últimos años han sido a nivel local y a través de intermediarios donde su

responsabilidad termina en ese momento, de acuerdo a afirmaciones realizadas por Vladimir Reina (14/Agosto/2013).

- El palmito en Cantón San Lorenzo representa el 3,96% de la producción a nivel nacional, la cual va en aumento de acuerdo a los datos estadísticos proporcionados por el MAGAP y en base a la Hora (2014) que afirma que se realizaron proyectos de siembra de 20.000 ha principalmente en los Cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo.

4.2. RECOMENDACIONES

- Aprovechar la oferta exportable que se origina en la Provincia de Esmeraldas, principalmente en el Cantón San Lorenzo con un total de 72 toneladas, que cada año va en incremento, para la comercialización a nivel nacional e internacional.
- Motivar a los productores a ser propios exportadores del palmito, teniendo en cuenta los beneficios que presta el Acuerdo 59 existente entre Ecuador y Argentina para poder ingresar un producto ecuatoriano con el libre pago de impuestos.
- El conocimiento de la existencia de demandas internacionales y sus precios, factores favorable, permitirán al exportador de palmito aprovechar sus ventajas que incrementarían su rentabilidad y así dejar el tabú de la forma de comercialización que se práctica de productor a intermediario
- Dar a conocer a los productores el proceso de exportación y sus costos, así como también los diferentes países de destino y sus precios para que tengan la oportunidad de diversificar sus canales de distribución y por ende su rentabilidad.
- Es recomendable incentivar a los productores de palmito a diversificar los mercados de comercialización de su producto, que no se conformen únicamente

con la venta a nivel nacional sino que exista el interés por ampliar sus ganancias con la exportación de su producto hacia mercados potenciales de consumo.

- Se recomienda a los productores que se conformen asociaciones de palmito para cubrir mercados muy grandes y se pueda cubrir demandas de los destinos de exportación, con una buena presentación y con un producto de calidad en su producción y elaboración.

- Orientar a los productores a establecer una distribución física internacional adecuada de su producto para que su producto llegue al país de destino con los mejores beneficios para incrementar la rentabilidad.

V. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Estudio de factibilidad para la exportación de palmito desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas.

5.2. JUSTIFICACIÓN

El palmito es un vegetal enriquecido de una variedad de proteínas y vitaminas, además de ser un producto comestible no perecible que es muy apetecido para acompañar a una infinidad de platillos tipo gourmet, muy requerido por los consumidores argentinos por la adopción de la cultura europea. Este vegetal no posee grasas que son dañinas para el ser humano.

El significativo crecimiento de la población argentina, del PIB y del consumo potencial del consumidor argentino refleja un mercado muy atractivo para la exportación de palmito desde el Cantón San Lorenzo el cual es un nuevo nicho de este producto que va a ser aprovechado para llevar este producto hacia Argentina a la ciudad de Buenos Aires donde se concentra mayor cantidad de la población y la cultura de consumo es muy apetecible por los platillos de tipo gourmet.

Gracias a las buenas relaciones existentes entre Argentina y Ecuador, y al existente Acuerdo 59 beneficioso para el ingreso de este producto hacia Argentina sin el pago de impuestos, pero si con una autorización previa y procurando siempre conservar la calidad del producto que es lo que más atrae al consumidor argentino, se puede aprovechar exportando el palmito en grandes cantidades, favoreciendo a los productores ofreciéndoles la oportunidad de incrementar su rentabilidad al diversificar sus mercados de destino.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de palmito desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas que permita satisfacer parte de la demanda en Argentina.

5.3.2. Objetivos específicos

- Fundamentar documentalmente el estudio de mercado para la exportación desde el Cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas y la demanda en Argentina.
- Determinar el proceso logístico requerido para la exportación.
- Evaluar financieramente el proceso de exportar palmito hacia Argentina desde el Cantón San Lorenzo.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.4.1. Estudio técnico

5.4.1.1. Tamaño de la planta

Para la determinación óptima del tamaño de la planta analizamos a la demanda insatisfecha en Argentina y oferta exportable de palmito desde el Cantón San Lorenzo. En la siguiente tabla se detalla el balance de las variables de oferta y demanda, necesarias para determinar las unidades producidas por año y la cobertura de la demanda insatisfecha en el país de destino:

Tabla 33 Estimación de ventas

Año	Estimación de ventas	% de cobertura
2015	72	3,13%
2016	79	2,74%
2017	86	2,50%
2018	93	2,46%
2019	100	2,64%
2020	108	2,83%
Promedio		2,72%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor del proyecto.

En base a la tabla No. 40 el porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha de palmito en Argentina que se pretende cubrir en los 5 años siguientes está en un promedio de 2,72%, cálculo realizado de acuerdo a la oferta exportable existente en el Cantón San Lorenzo la cual comercializará en un 70% para cubrir la demanda nacional y en un 30% para la demanda internacional en base a afirmaciones de productores de la zona.

5.4.1.2. Localización

Para la determinación de la ubicación adecuada del proyecto se investigó los recursos económicos y costos mínimos que influyen en la producción de palmito para así conocer la factibilidad de la exportación de este producto hacia Argentina. En la localización se realizan dos estudios: macro y micro localización óptima del proyecto.

5.4.1.3. Macro localización

Gráfico 14 Cantón San Lorenzo de Pailón

División política de la provincia de Esmeraldas



Fuente: Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (CMCPEC).

En el gráfico No. 14 se observa la ubicación del Cantón San Lorenzo de Pailón, siendo uno de los ocho cantones de la Provincia de Esmeraldas. El cual limita al norte con Colombia, al oeste con la Provincia del Carchi y de Imbabura, al sur con la Provincia de Imbabura y al este con el Cantón Eloy Alfaro. Con el mapa también permite conocer cómo se traslada el palmito desde su punto de origen hasta el puerto de salida y de esta manera planear de forma gráfica la logística necesaria de traslado desde el lugar de recolección del producto hasta salir de la provincia de Esmeraldas. Además podemos resaltar datos relevantes que caracterizan a este Cantón que se lo detalla a continuación:

El Cantón San Lorenzo cubre un territorio aproximado de 305.310 Has; y, su división política está conformada por una cabecera cantonal y de 12 parroquias rurales, así: Ancón de Sardinas, San Javier, Tululbí, Mataje, Tambillo, Calderón, Santa Rita, Urbina, Alto tambo, Cinco de Junio, Concepción y Carondelet. (Municipalidad del Cantón San Lorenzo de Pailón, 2012)

5.4.1.4. Micro localización

La planta de producción se encuentra ubicado en la Provincia de Esmeraldas, en el Cantón San Lorenzo, específicamente en la vía Lita - San Lorenzo Km 34, junto a la Panamericana, entre las poblaciones de Alto Tambo y Durango. Para la adecuada ubicación de la planta se ha tomado varios factores que influyen directamente a la producción del palmito envasado, tales como el fácil acceso a la materia prima, recursos y mano de obra calificada, por tal motivo se ve la necesidad de analizarlos en la siguiente tabla:

Tabla 34 Localización por puntos

Matriz cualitativa de localización por puntos							
Factor zona	P.A	Zona norte		Zona centro		Zona sur	
Factores relevantes:	(%)	Calif.	%	Calif.	%	Calif.	%
Cercanía con el proveedor.	10%	3	1,00	6	1,50	8	2,00
Costo edificación	10%	5	0,75	5	0,75	7	1,05
Vías comunicación	20%	8	0,70	7	0,70	7	0,70
Mano obra disp.	15%	7	1,05	6	0,90	8	1,20
Costo insumos	15%	4	0,60	5	0,75	7	1,05
Disponibilidad M.P.	25%	6	0,90	8	1,20	9	1,35
Aspectos fiscales	5%	3	0,15	8	0,40	5	0,25
TOTAL:	100%	5,14	5,15	6,43	6,20	7,29	7,60

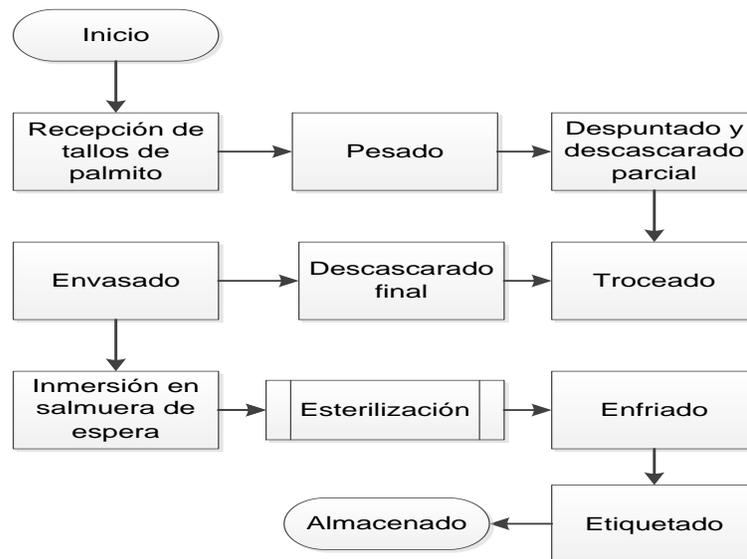
Elaborado por: Autor del proyecto.

De acuerdo a la tabla No. 41 se ha determinado que la zona sur es la que tiene mayor beneficio para la implementación de la planta, por contar con los factores mejor calificados como es la cercanía al cliente, vías de comunicación y la disponibilidad de la materia prima en comparación a las otras zonas.

5.4.1.5. Ingeniería del proyecto (procesos)

Para la elaboración del palmito en conserva se emplean varios insumos necesarios, desde la cosecha hasta la adecuación y forma de presentación para su posterior exportación de un producto que cumple todos los estándares de calidad. En la producción se emplea el procesamiento que se observa en el gráfico siguiente:

Gráfico 15 Procesamiento del palmito



Fuente: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

Elaborado por: Autor del proyecto.

El presente diagrama detalla los procesos que se realiza desde que el palmito es obtenido de los proveedores hasta que es almacenado, para su posterior

exportación, se realiza la investigación de este flujo de procesos por la razón de que el palmito no va a ser exportado en forma natural, sino que se pretende hacer en conserva con el envase adecuado y la forma de conservación.

Para comprender de una forma más adecuada la forma de elaboración del palmito se observa en el Gráfico No. 15 cada uno de los procesos de producción este producto desde que es seleccionado después de su cosecha hasta su etiquetado para luego ser comercializado hacia un consumidor final.

5.4.1.5.1. Cadena de valor

Gráfico 16 Cadena de valor



Elaborado por: Autor del proyecto

5.4.1.5.2. Procesos internos y externos de la planta

Para obtener una producción a escala, aprovechando al máximo el uso de insumos y recursos se debe establecer los procesos tanto internos como externos de la planta desde la recepción de la materia prima hasta el proceso de elaboración y almacenamiento para tener un producto de calidad para su posterior exportación.

a) Negociación Internacional

La negociación internacional se realiza con un contacto en Argentina para conocer el tipo de negociación que se va a realizar, para conocer hasta donde llega la responsabilidad tanto del comprador como del vendedor del palmito y que

conozcan las dos partes las cláusulas y especificaciones del producto a negociarse.

Exportación de palmito en conserva	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	Código:	TNI-001	
		Versión:	001	
		Páginas:	1/1	
Responsable:	Presidente productores de palmito San Lorenzo – Gerente			
Objetivo:	Establecer el tipo de negociación con el cliente en Argentina.			
Alcance:	Establecer contacto con el importador y llegar a un acuerdo.			
Detalle:			Documento:	
1. Contactar con el cliente en el exterior.			Internet Fax Correo electrónico Contrato Catálogo del producto	
2. Especificación de las características del producto.				
3. Determinación de las cláusulas del contrato.				
4. Firmar el contrato.				
5. Cierre de la negociación.				
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contacto[Contacto con el cliente] Contacto --> Preparacion[Preparación de la negociación] Preparacion --> Especificacion[Especificación de características del contrato] Especificacion --> Discusion{Discusión} Discusion -- SI --> Firma[Firma del contrato] Discusion -- NO --> Preparacion Firma --> Cierre([Cierre del contrato]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
Importadores	Número de ventas	Crecimiento del 100%	Trimestral	Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
Recurso humano	Infraestructura		Ambiente de trabajo	
Auxiliar en comercio exterior, secretaria	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina		Acorde a las necesidades de la oficina.	
Revisado		Aprobado	Fecha	
Gerente		Gerente		

b) Procesamiento

El palmito al ser llevado a la planta pasará por varios procesos para posteriormente ser adecuado y almacenado para su posterior exportación hacia el país de destino.

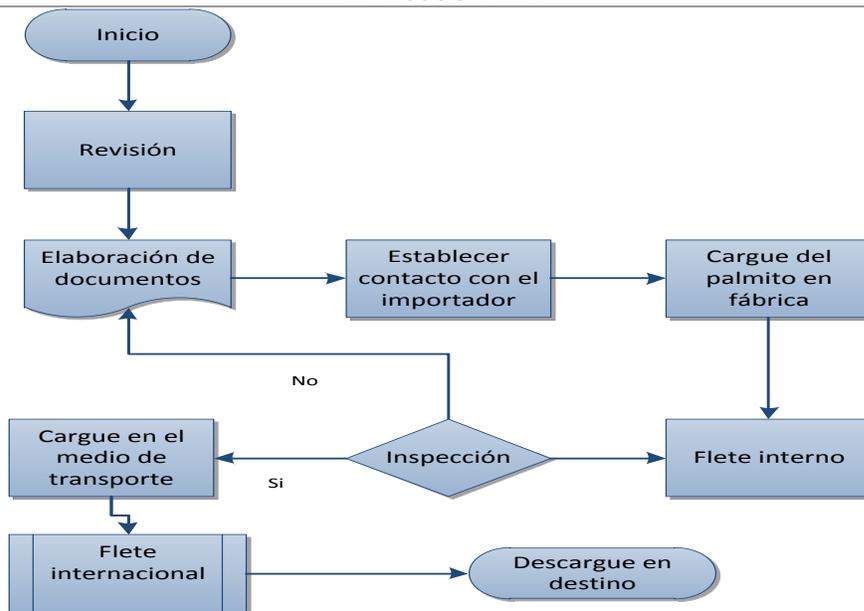
Exportación de palmito en conserva	PROCESAMIENTO	Código:	TNI- 002	
		Versión:	001	
		Páginas:	1/1	
Responsable:	Jefe de producción.			
Objetivo:	Llevar el producto a la planta y procesarlo para su posterior exportación.			
Alcance:	Acondicionar el palmito para su posterior almacenamiento y exportación hacia Argentina.			
Detalle:		Documento:		
1. Recepción del palmito en la planta procesadora.		Listado del producto terminado		
2. Pesado del palmito.				
3. Pelado.				
4. Envasado y llenado de salmuera para su conservación.				
6. Desinfección.				
7. Etiquetado y almacenamiento.				
2. Flujoograma				
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción del palmito] Recepcion --> Pesado[Pesado] Pesado --> Cortado[Cortado] Cortado --> Llenado[Llenado de salmuera] Llenado --> Desinfeccion[Desinfección] Desinfeccion --> Inspeccion{Inspección} Inspeccion -- Si --> Envase[Envase] Inspeccion -- No --> Desinfeccion Envase --> Etiquetado[Etiquetado] Etiquetado --> Embalaje[Embalaje] Embalaje --> Almacenamiento([Almacenamiento]) </pre>				
Medición y seguimiento del proceso				
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
Procesadora	Número de cajas de palmito	100%	Trimestral	Gerente
Determinación de recursos relacionados con el proceso				
Recurso humano	Infraestructura		Ambiente de trabajo	
Supervisor Producción, obreros	Maquinaria, suministros e insumos.		Acorde a las necesidades de la procesadora	
Revisado		Aprobado	Fecha	
Gerente		Gerente		

c) Exportación

A continuación se pretende dar a conocer la distribución física internacional, desde que el producto sale de la planta hasta llegar a su lugar de destino, con cada uno de los procesos que implican hasta su traslado.

Exportación de palmito en conserva	EXPORTACIÓN	Código: TNI-003
		Versión: 001
		Páginas: 1/1
Responsable:	Auxiliar en Comercio Exterior.	
Objetivo:	Preparar el producto para su posterior exportación de palmito hacia Argentina.	
Alcance:	Obtener toda la documentación para la exportación.	
Detalle:		Documento:
1. Preparar el palmito y almacenarlo.		Documentos de acompañamiento. Correo electrónico. Fax.
2. Obtener toda la documentación.		
3. Establecer contacto con el importador.		
4. Flete interno.		
5. Flete internacional.		
6. Descarga en el lugar de destino.		
7. Fin.		

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
Documentos	Número de documentos requeridos	1 día	Semanal	Operador logístico

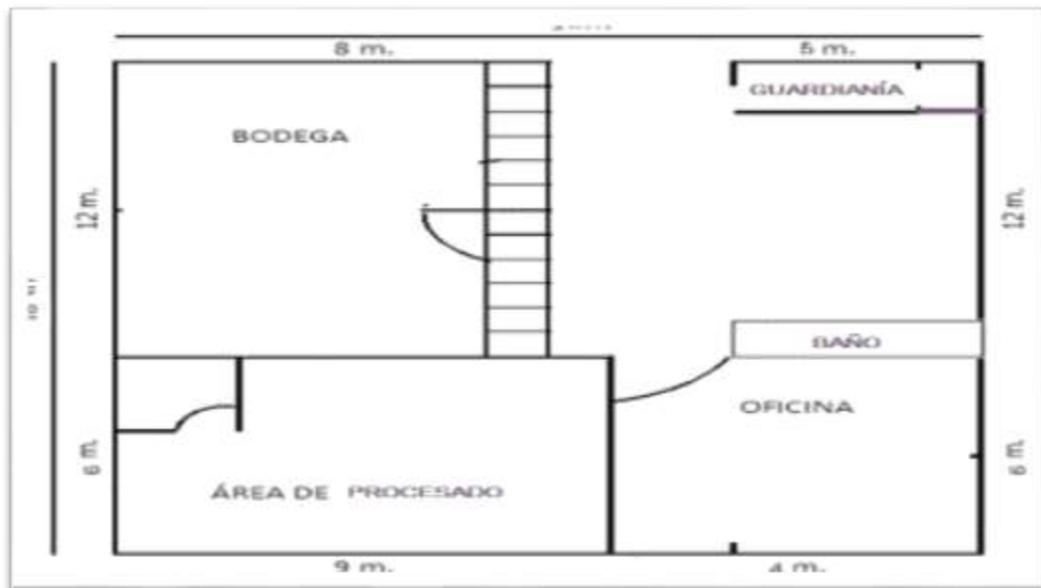
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO

Recurso humano	Infraestructura	Ambiente de trabajo
Auxiliar en comercio exterior	Oficinas de comercio exterior.	Acorde a las necesidades de la oficina.
Revisado	Aprobado	Fecha
Gerente	Gerente	

5.4.1.6. Distribución de la planta

Para el proyecto se necesita un adecuado lugar donde se transforme palmito para su posterior envasado y empaçado, por tal motivo se construirá una planta procesadora en el Cantón San Lorenzo en la vía Lita - San Lorenzo Km 34, junto a la Panamericana, entre las poblaciones de Alto Tambo y Durango. Esta planta contará con una bodega, un área para las oficinas, servicios básicos, un área para empaçado y procesado, para mayor comprensión lo podemos observar en la siguiente gráfica:

Gráfico 17 Espacio Físico de la planta procesadora



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor del proyecto.

En base al gráfico No. 17 el área total necesario para instalar la planta procesadora de palmito en el Cantón San Lorenzo es de 234 m², espacio requerido para procesar el palmito, almacenar y realizar toda la documentación necesaria para su posterior despacho y exportación.

5.4.1.7. Requerimiento de maquinaria y equipo

La planta tiene los siguientes activos fijos necesarios para el procesamiento de palmito; tales como las instalaciones donde funciona las áreas productiva y administrativa, además cuenta con la maquinaria y equipo necesario para el procesamiento del palmito, como son:

Tabla 35 Activos fijos

Activos	Unidades	Valor unitario	Total
Maquinaria y equipo			
Máquina Autoclave	1	4.500	4.500
Balanza de pesado	1	230	230
Recipiente para desinfección	1	125	125
Muebles y enseres			
Escritorio	1	125	125
Silla giratoria	1	39	39
Silla de oficina	4	24	96
Archivador	1	84	84
Equipo de cómputo			
Computadora	1	500	500
Impresora multifunción	1	200	200
Herramientas y utensilios			
Materiales de aseo	5	20	100
Mesas para corte	1	290	290
Cuchillos inoxidable	4	20	80
Equipo de oficina			
Calculadora	1	15	15
Teléfono - Fax	1	65	65
TOTAL	17		16.449

Fuente: Investigación

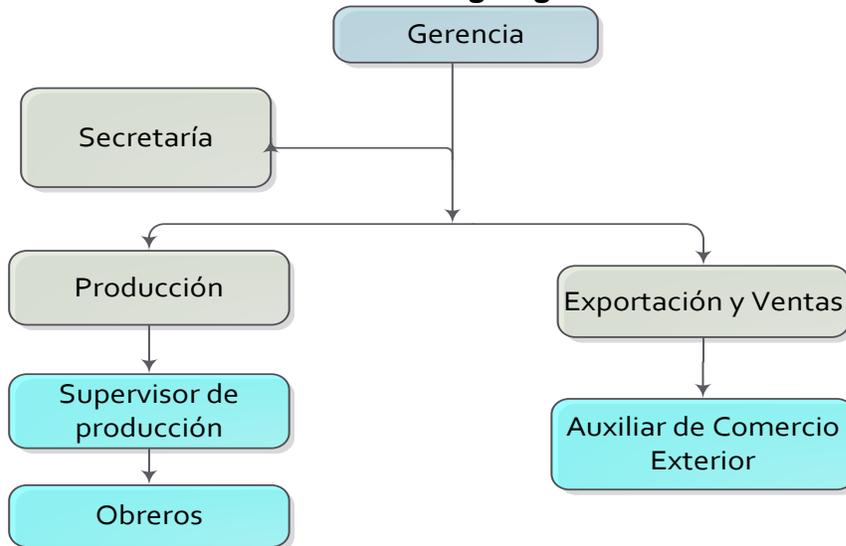
Elaborador por: Autor del proyecto.

5.4.1.8. Estructura organizacional

La planta procesadora de palmito conformada por productores localizados en el Cantón San Lorenzo en la Provincia de Esmeraldas, estará estructurada de una forma organizacional de tipo vertical, donde existirá personas encargadas de su departamento y el funcionamiento será beneficioso si se mantiene una buena comunicación entre operarios y directivos. Dentro de este tipo de organización se establecerán funciones entre trabajadores tales como son: administración,

producción, secretaría, contabilidad, exportación y control de calidad, la cual se detalla a continuación:

Gráfico 18 Organigrama



Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.1.8.1. Requerimiento de talento humano

Para la planta procesadora y comercializadora de palmito se necesitan de un equipo de trabajo de 5 personas entre las que se dividirá funciones administrativas y operativas, para su mayor comprensión se las muestra en la siguiente tabla:

Tabla 36 Talento humano

Área administrativa	
Talento humano	Cantidad
Gerente	1
Jefe de producción	1
Secretaria/Contadora	1
Auxiliar en Comercio Exterior	1
Obreros	2
TOTAL	6

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor del proyecto

5.4.1.8.2. Funciones básicas

Entre las principales funciones del gerente se encuentra:

- a. Dirigir a los diferentes departamentos.
- b. Tomar decisiones.
- c. Llegar a establecer acuerdos comerciales con clientes.
- d. Establecer políticas dentro de la planta.

Las principales funciones de la secretaria son:

- a. Llevar un registro de las actividades de la planta.
- b. Llevar la contabilidad de la empresa.
- c. Proporcionar la información necesaria para que el gerente tome oportunamente las decisiones.
- d. Ser agente de relaciones internacionales con el cliente.
- e. Recibir llamadas telefónicas.

El ingeniero en comercio exterior tendrá las siguientes funciones que debe cumplir:

- a. Identificar las necesidades del cliente y de la empresa.
- b. Establecer la logística adecuada para generar mayor rentabilidad.
- c. Minimizar los recursos y generar mayor utilidad en la distribución física internacional.
- d. Cumplir con todos los requisitos y formalidades aduaneras.
- e. Mantener contacto con el cliente y agentes transportistas.

Entre las principales funciones que deben cumplir los operarios tenemos:

- a. Cumplir con los procesos dentro de la planta.
- b. Entregar el producto a tiempo.
- c. Efectuar las diferentes disposiciones desde el área administrativa.

5.4.2. Estudio logístico

Para conocer la factibilidad de un proyecto el estudio logístico es necesario ya que en él se determinan factores muy importantes tales como: costos que influyen el proceso de exportación y de procesamiento del producto, tiempos, canal de distribución adecuado, tipo de negociación, características del producto, por tal motivo se especifican a continuación:

5.4.2.1. Datos básicos

Es de vital importancia conocer la información básica de este producto como el nombre técnico del producto, la posición arancelaria un factor necesario para conocer estadísticamente los antecedentes e indicadores para ingresar al mercado argentino, la unidad con la que se va a comercializar y principalmente el valor ex-work que es el precio que tiene el producto cuando sale de la fábrica, valor unitario que va en aumento debido a los gastos variables y fijos que se produzcan en el procesamiento del palmito. Además es muy importante hacer el estudio básico del producto ya que consiste en la base de esta investigación, para que posteriormente se identifiquen todos los recursos necesarios y se pueda comprobar la factibilidad del proyecto.

Tabla 37 Datos básicos del palmito

Información básica del producto		Valor EX -WORK				
Nombre Técnico o Comercial del Producto	Palmitos					
Posición Arancelaria en el País Exportador	2008.91.00.00					
Posición Arancelaria en el País Importador	2008.91.00.00					
Unidad Comercial de Venta	Kilogramos					
Moneda de Transacción.	USD	2015	2016	2017	2018	2019
Valor ex-work de la Unidad Comercial.	1,50	1,72	1,72	1,80	1,81	1,89

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

En la tabla No. 46 se detalla las características que se debe conocer antes de llevar el producto a su punto de llegada tales como son: la ciudad de origen y destino, el número de unidades a embarcar, el valor inicial del embarque en fábrica y qué cantidad de unidades de carga se necesitan para este traslado, así como las proyecciones en los próximos años. En la siguiente tabla se muestra principalmente que se trasladará en un embarque con 1.785 cajas, 17.993 kg. de palmito, con un valor en fábrica de 26.968 dólares y cada unidad comercial tendrá un costo de 1,50 ctvs. en el año actual. Valores tomados en cuenta de un solo embarque, pero se debe considerar que en total son cuatro embarques al año.

Tabla 38 Datos básicos del embarque

Información básica del embarque						
País de Origen	Ecuador					
Ciudad de Punto de Embarque	Guayas - Guayaquil					
País de destino	Argentina					
Ciudad de Punto de Destino	Buenos Aires	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de Unidades Comerciales por Embarque	17.993	17.993	19.797	19.797	21.591	21.591
Valor Inicial del Embarque (EXW)	26.968	30.919	34.129	35.539	39.079	40.797
tipo de embalaje	Cajas					
tipo de unidad de carga	Contenedor					
Nº total de embalajes	1.785					
Nº total de unidades de carga	4					

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Como información adicional no menos importante está lo que se indica en la tabla No. 47; como son: el término de negociación que se utiliza, para conocer más adelante los costos que influyen el trasladar este producto hasta Argentina, además del tipo de cambio y la inflación son datos de vital importancia para factible conocer cuáles son las variables que pueden influir en la factibilidad del proyecto. En esta tabla sobresale con factor muy importante el término de negociación donde la responsabilidad del vendedor tanto de transporte, seguro y formalidades aduaneras termina cuando el producto llega al puerto de Buenos Aires, después esta responsabilidad pasa a manos del comprador. Además cabe

recalcar que la inflación en el país de destino está entre un promedio del 9,81% en base a los 8 últimos años y que va decreciendo, factor que influye en el cálculo de la factibilidad de toda investigación.

Tabla 39 Información adicional

Término de Negociación	FOB - Guayaquil
Forma de Pago	Giro Directo
Crédito	NO
Tipo de Cambio	8,847
% Tasa de Seguro	1,8%
% Tasa Pasiva de Interés Anual	0,74%
Tasa Promedio Inflación Anual	9,36%
Inflación Anual País Destino	10,90%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.2. Cálculo del cubicaje

Para el adecuada utilización del espacio físico del producto en el vehículo se realizó el cubicaje del producto en el contenedor y por ende en el medio transporte, para lo cual se necesita conocer las medidas como son: el largo, ancho, alto y peso tanto del empaque como de la unidad de carga para posteriormente calcular el número y tipo de medios de transporte necesarios para trasladar el palmito al lugar de destino.

En la tabla No.48 se indica que el palmito se trasladará en un vehículo de una capacidad máxima de carga de 30 ton, en él se transportará un total de 1.785 cajas de palmito, se utilizará un vehículo por cada embarque. Para este cálculo se ha tomado en cuenta varias variables tales como: el área y el volumen total de las cajas, de los pallets y de la unidad de carga.

En la tabla No. 49 se calculó el número de cajas y pallets que serán trasladadas en la unidad de carga adecuada para el transporte de palmito desde Ecuador hacia Argentina, en base a este cálculo se determinó que cada pallet tendrá una capacidad de apilamiento de 10 cajas.

Tabla 40 Cubicaje unidad de carga

Cálculo de cubicaje / semirremolque										
Matriz para semirremolque 30 Ton	Calculo de cubicaje	Empaque/ embalaje	Unidad de carga	Estimación de espacio	Nº de vehículos a utilizar Año 2014	Nº de vehículos a utilizar Año 2015	Nº de vehículos a utilizar Año 2016	Nº de vehículos a utilizar Año 2017	Nº de vehículos a utilizar Año 2018	Nº de vehículos a utilizar Año 2019
	Nº de unidades	10,00	20,00		4,463	4,463	4,910	4,910	5,355	5,355
	Largo mts	1,13	12,00	10,00						
	Alto mts	2,00	2,40	1,00						
	Ancho mts	1,13	2,40	2,00						
	Volumen total del embarque m3	2,55	69,12	27,07						
	Peso por unidad kg	100,80	2.016,00	20,00						
	Peso total del embarque Ton	0,10	2,02	20,00						
	Saldos para otro tipo de vehículos									

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Tabla 41 Cubicaje pallets

Pallets	Calculo de cubicaje	Empaque / embalaje	Unidad de carga	Estimación del espacio
	Nº de unidades	24,00	10,00	1.765,00
	Largo mts	0,60	1,14	1,00
	Alto mts	0,40	2,00	5,00
	Ancho mts	0,50	1,14	2,00
	Volumen total del embarque m3	0,12	2,60	21,66
	Peso por unidad kg	10,08	100,80	10,00
	Peso total del embarque ton	0,01	0,10	10,00

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.3. Proceso para la exportación

5.4.2.3.1. Registro en el ECUAPASS

De acuerdo a PROECUADOR (2013) los pasos que debe realizar para poder registrarse en la Ventanilla Única del ECUAPASS son los siguientes:

1) Escribir la siguiente dirección electrónica del Banco central del Ecuador:
<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Además se debe llevar la siguiente documentación, enviando también en formato PDF:

- Copia de Cédula o pasaporte a Color
- Copia de Papeleta de votación actualizada.
- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.
- Cancelar el valor de USD 53,00.
- Llenar el formulario de solicitud y enviarlo por internet:

2) Ingresar a la página del ECUAPASS:

<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

3) Hacer clic en Solicitud de uso:

4) Crear un Usuario y Contraseña, con la cual se creará un correo electrónico para recepción de notificaciones.

5) Ingresar la Identificación Única de Certificado Digital donde podremos acceder a la VUE y elaborar los certificados de origen emitidos por MIPRO.

5.4.2.3.2. Obtención de documentos para la exportación

Además de seguir los pasos para la exportación debemos obtener el certificado de origen que se lo obtiene en el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIPRO) o en las Cámaras de Comercio, Industrias y Producción

equivalente a un valor de 12,35 USD. Este documento permitirá acogerse al Acuerdo entre Ecuador y Argentina para ser beneficiario de las preferencias arancelarias como se lo puede observar en el anexo No. 2.

El certificado fitosanitario es el documento necesario para realizar la exportación de este tipo de productos; el cual se lo obtiene en la Agencia de Aseguramiento y Control de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), este certificado garantiza que el producto a ser comercializado se sujeta a las normas de calidad y es apto para el consumo humano. Este documento tiene un valor de 50 USD.

5.4.2.4. Estimación de ventas

En base a la oferta exportable y la demanda insatisfecha calculada anteriormente se ha obtenido un porcentaje de cobertura que promedia entre el 2% y 3% de la demanda insatisfecha, además se visualizan datos muy esenciales como son: la frecuencia de envío trimestralmente con un estimado de envío de 17.000 a 18.000 cajas. Para cada embarque es necesario el uso de un vehículo sencillo de 15 toneladas.

Tabla 42 Estimación de ventas

Datos	Años					
	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Oferta Exportable Kg	72.000	79.200	86.400	93.600	100.800	108.000

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.5. Empaque, envase y embalaje

En la tabla No. 51 se pueden observar cada uno de los costos, tiempos, talento humano y cantidades que influyen el adecuar de una forma correcta el palmito; con su respectivo envase y empaque, con sus proyecciones para los próximos cinco años. Este producto por lo particular es traslado en empaques de

cartón de medidas: 0,40 cm de largo, 0,30 cm de ancho y 0,30 cm de alto. En las cajas se colocará 24 envases de lata, las cuales tienen un costo unitario de 0,35 ctvs y el etiquetado de 0,05 ctvs. Todo este proceso de envasado y empaçado tiene una duración de un día y será realizado por dos personas.

Para una mayor comprensión se presenta las dimensiones, y demás características del envase del palmito en la tabla No. 50. Estos datos que permiten conocer la cantidad de palmitos existen en un envase, y posteriormente calcular el número adecuado de envases, empaques, unidades de carga para su exportación.

Tabla 43 Características del envase

Capacidad	Color	Peso	Altura	Presentación
477ml	Blanco	420 gr.	110,4 mm	Envase x 24 unid.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Tabla 44 Envase del palmito

Envase								
Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR. HH.	Costo por Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Envase de vidrio	0,35	42.840	14.994	1	1	10	24	15.004
Etiquetas	0,05	42.840	2.142	1	1	10	24	2.152
Total								17.156

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.6. Flete interno

El transporte interno que se utiliza para el traslado del palmito debe realizarse desde Esmeraldas hacia Guayaquil debido a que en esta ciudad se encuentra el puerto principal para efectuar la ruta que se hace desde Ecuador hacia Argentina. Este traslado interno se lo realizará trimestralmente en un medio de transporte sencillo de una capacidad de hasta 15 toneladas, el cual tendrá un

costo total de 250 dólares por embarque, en un contenedor de 20 pies por embarque y todo este proceso tendrá un tiempo de un día.

Tabla 45 Flete interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Esmeraldas- Guayaquil	250	4	1	1.000
Total			1	1.000

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.7. Documentación

Todos la presentación de documentos en la Aduana en Ecuador, necesarios para realizar la exportación del palmito hacia Argentina y permiten seguir cumpliendo las formalidades aduaneras en el país de destino. Estos documentos serán tramitados y pagados por el ingeniero en comercio exterior; tales como: factura comercial, factura proforma, el certificado de origen, la lista de empaque, el certificado INEN y el registro del importador, los cuales tienen un valor total de 11,32 dólares y son obtenidos en el país de origen máximo en un período de tiempo de dos días.

Tabla 46 Documentación

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura comercial	0,01	1	1 persona	1	0,13	0,01
Factura proforma	0,01	1		1,00	0,13	0,01
Certificado de origen	11,20	1		3	0,38	11,20
Lista de Empaque	0,01	1		0,50	0,06	0,05
INEN	0,05	1		6	0,75	0,05
Registro de Importador		1		6	0,75	-
Otros						
Total				17,50	2,19	11,32

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.8. Flete internacional

El costo del flete internacional es uno de los valores más importantes que se deben conocer para la exportación del palmito hacia su punto de destino; en este caso el transporte internacional se lo realizará por el medio marítimo en un período de 12 días desde que el producto sale del Puerto de Guayaquil hasta el Puerto de Buenos Aires. El costo de esta operación tiene un total de 3.500 dólares por cada embarque, teniendo en cuenta que en total son cuatro embarques en un año tendrá un costo de 14.000 dólares.

Tabla 47 Flete internacional

Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Marítimo	3.500	4	12	14.000
Total			12	14.000

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.9. Derechos aduaneros

Ecuador según el Acuerdo 59 firmado con Argentina tiene una preferencia arancelaria para el ingreso de productos de tipo gourmet entre los cuales el palmito es uno de los que se destacan por ser un producto muy apetecido en este país.

Tabla 48 Derechos aduaneros

Aduaneros						
Descripción	% de impuesto	Base imponible	Costo total USD	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo final USD
ADVALOREM	0%	6446,59	0,00	1	incluido en agentes	0,00
ICE	0%	6446,59	0,00			
IVA	0%	6446,59	0,00			

Fuente: Investigación, ALADI, ACE 59.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.2.10. Incoterms

En la tabla No. 56 se indican cada uno de los términos de negociación que se han calculado en base a los costos de operación que cada uno de ellos presentan. El término de negociación que se utiliza en el transporte de palmito a su lugar de destino es el FOB o Franco a Bordo; en el abarcan todos los costos desde que el producto sale del centro de acopio hasta que es entregado en el Puerto de destino pero a bordo del barco sin incurrir en costos de carga y descarga de la mercancía, desde ese punto los costos y gastos son responsabilidad del comprador.

Tabla 49 Términos de negociación

Incoterms	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Valor del embarque	26.968	30.919	34.129	35.539	39.079	40.797
EXW	26.968	30.919	34.129	35.539	39.079	40.797
Manipulación local del exportador	320	350	350	350	350	437
Unitarización	3.220	3.521	3.870	3.870	4.220	4.220
FCA/FAS	30.508	34.790	38.349	39.759	43.648	45.454
Transporte interno	1.000	1.094	1.196	1.308	1.788	1.955
Manipuleo embarque	600	656	656	656	820	820
Agentes	240	262	314	410	587	918
Documentación	220	241	288	377	539	842
Capital e inventario país de origen	15	17	19	20	22	23
Bancarios	610	696	767	795	873	909
FOB	33.193	37.756	41.589	43.325	48.277	50.922
Flete Internacional	14.000	15.310	16.743	18.309	25.028	27.370
CFR	47.193	53.066	58.331	61.634	73.305	78.292
Seguro Internacional	849	955	1.050	1.109	1.319	1.409
CIF	48.043	54.021	59.381	62.743	74.624	79.701
Capital e inventario tránsito internacional	12	14	15	16	19	20
Manipuleo desembarque	600	656	718	785	1.073	1.173
DAT	48.655	54.691	60.114	63.544	75.716	80.894
Documentación	250	277	307	341	378	419
DAP	100	111	123	136	151	168
Aduaneros	320	350	418	547	783	1.224
Capital e inventario país de destino	1.200	1.312	1.435	1.569	2.145	2.346
DDP	50.525	56.741	62.398	66.138	79.173	85.052

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Para el cálculo del precio de venta se tomó en cuenta que se realiza la negociación con el término de negociación FOB, y se obtuvo el costo unitario, posteriormente se determinó este precio con relación al porcentaje de utilidad esperado del proyecto; como se muestra en la tabla No. 58:

Tabla 50 Precio de venta

Años	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Costo unitario DDP	3,24	3,64	3,63	3,85	4,22	4,53
Utilidad	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Precio de venta DDP (kg)	3,88	4,36	4,36	4,62	5,07	5,44
Precio de venta DDP (Ton)	3883	4362	4360	4619	5066	5438
Costo unitario Exwork	1,50	1,72	1,72	1,80	1,81	1,89
Costo unitario FOB	1,84	2,10	2,10	2,19	2,24	2,36
Precio de venta FOB (kg)	2,21	2,52	2,52	2,63	2,68	2,83

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Para establecer un precio de venta para la exportación del palmito hacia Argentina, debemos analizar cada uno de los costos que incurren los procesos y subprocesos desde que el producto es procesado y empacado hasta que llega al país de destino. Después de determinar un precio del producto se puede conocer la factibilidad del proyecto analizando desde cuanto se invirtió cuando salió de la planta. Para lo cual se muestra en la tabla No. 58 se determina que el precio adecuado para su exportación es de 2,21 dólares cada uno de los envases de palmito en el primer año, para el cual hemos tomado que se quiere ganar un margen de ventas del 20%.

5.4.2.11. Matriz general

En la tabla No. 59 se muestran los gastos que se presentan al realizar la exportación bajo los términos de negociación FOB con un valor total de 33.193,10 dólares y los días que transcurren hasta que el producto llegue al punto de entrega es de 22 días. Tiempo estimado tomando en cuenta cada uno de los procesos que implican acogerse a este término de negociación.

Tabla 51 Matriz general

Costos directos país de exportacion		
Descripción	Costo	Tiempo días
Envase	17.156,0	1,0
Empaque	367,0	1,0
Unitarización	3.219,5	3,0
Manipuleo en el local del exportador	320,0	15,2
Documentación	220,2	0,0
Transporte interno	1.000,0	1,0
Manipuleo embarque	600,0	0,1
Agentes	0,6	0,6
Costos indirectos país de exportación		
Bancarios	610,2	0,3
Capital e inventario país de origen	15,1	22,1
Total costo - tiempo de la DFI país exportador	23.508,6	22,1
Valor Ex –Work	26.968,2	2,0
Valor FCA	30.507,6	20,5
Valor FOB	33.193,1	22,1

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3. Estudio económico y financiero

5.4.3.1. Inversiones y costos

Para el estudio financiero se den tomar en cuenta varios costos e inversiones necesarios, entre los principales tenemos a los activos fijos que son los que representan los recursos con los que cuenta la planta de producción para que pueda continuar con sus respectivas operaciones y pueda transformar la materia prima a productos terminados para generar ingresos económicos por sus posteriores ventas comerciales. Entre los principales costos tenemos a los fijos, que son aquellos recursos directos e indirectos que bien utilizados permiten aprovechar los insumos para obtener un producto de calidad, entre ellos los que se detallan a continuación:

5.4.3.2. Activos fijos

Tabla 52 Activos fijos tangibles

Activos Fijos - Inversión Fija			Año 2014
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			50.000,00
Planta	1	50.000,00	50.000,00
Maquinaria y Equipo			4.855,00
Máquina Autoclave	1	4.500,00	4.500,00
Balanza de pesado	1	230,00	230,00
Recipiente para desinfección	1	125,00	125,00
Muebles y Enseres			894,00
Escritorio	1	125,00	125,00
Silla giratoria	1	39,00	39,00
Silla de oficina	4	24,00	96,00
Archivador	1	84,00	84,00
Calculadora	1	15,00	15,00
Teléfono - Fax	1	65,00	65,00
Utensillos			
Materiales de aseo	5	20,00	100,00
Mesas para corte	1	290,00	290,00
Cuchillos inoxidable	4	20,00	80,00
Equipo de Computo			700,00
Computadora	1	500,00	500,00
Impresora multifunción	1	200,00	200,00
Total Activos Fijos - Inversión Fija			56.449,00

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Además de los activos fijos tangibles, también tenemos activos fijos intangibles que son aquellos que incurren en varios procesos de iniciación de la inversión, que puede ser durante un período o temporales. Entre ellos se destacan los de constitución, permisos, certificados, firma electrónica y patentes, necesarias para generar ingresos a la planta.

Tabla 53 Activos fijos intangibles

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 2014
Investigación	1	500,00	500
Diseños	1	250,00	250
Abogado	1	400,00	400
Permisos	1	300,00	300
Licencias	1	250,00	250
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			372,80

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.3. Costos de producción y gastos

En la tabla No. 62 se encuentra un resumen de todos los costos necesarios para la elaboración y procesamiento del palmito dentro de la planta de producción: tales como: los insumos, materia prima, mano de obra, servicios básicos entre otros, como se muestra a continuación:

Tabla 54 Costos de Producción

Costos de Producción			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 2014
Materia Prima			64.862,21
Palmito	72.069	0,90	64.862,21
Mano de Obra			5.989,13
Obrero	2	354	5.989,13
Costos Indirectos de Fabricación:			212,00
Arriendo local	4	-	-
Agua potable	4	8,00	32,00
Energía eléctrica	4	15,00	60,00
Teléfono e internet	4	20,00	80,00
Suministros de limpieza	4	5,00	20,00
Combustible (GLP)	4	5,00	20,00
Otros	4	-	-
Depreciación costos de producción	4	-	-
Total Costo de Producción			71.063,34

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

En base a la tabla anterior al costo del palmito se añade los costos indirectos de fabricación y la mano de obra requerida para el procesamiento los cual afecta directamente al momento de comprobar la factibilidad de este proyecto, ya que en base a esta variable se establecerá posteriormente el precio de venta en el mercado argentino y se reflejará en el estado de resultados y en el flujo de efectivo. De acuerdo a la tabla No. 61 se producen 72.069 unidades de palmito a un costo unitario de 0,90 ctvs. Los cuales se cuantifican al año.

Para el cálculo de los precios unitarios, rentabilidad del proyecto en los cinco años posteriores es necesario determinar la proyección de los costos de producción, los cuales fueron obtenidos en base a cálculos anteriores y

principalmente por medio de la tasa de inflación, como lo podemos ver en la tabla No. 63:

Tabla 55 Proyección del costo de producción

Costos de Producción		Proyección Costos de Producción				
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018	
Materia Prima	9.445	11.364	12.427	14.822	16.209	
Palmito	9445	11364	12427	14822	16209	
Mano de Obra	12.915	14.114	15.424	16.856	18.420	
Obreros	12.915	14.114	15.424	16.856	18.420	
Costos Indirectos de Fabricación:	79.946	87.750	88.920	96.944	98.363	
Envases	65.632	72.209	72.209	78.749	78.749	
Etiquetado	9.370	10.246	11.205	12.254	13.400	
Embalajes	1.605	1.927	2.107	2.508	2.743	
Agua potable	87	96	105	114	125	
Energía eléctrica	87	96	105	114	125	
Teléfono e internet	87	96	105	114	125	
Suministros de limpieza	22	24	26	29	31	
Combustible (GLP)	22	24	26	29	31	
Depreciación costos de producción	3.033	3.033	3.033	3.033	3.033	
Total Costo de Producción	102.306	113.228	116.772	128.622	132.992	

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Además de los costos de producción también se implican los gastos administrativos dentro de las instalaciones como son: sueldos, servicios básicos, suministros, entre otros que se generan en el área administrativa y que son necesarios para que se puedan cumplir con normalidad cada uno de los procesos que implican la administración de la planta de producción, como se lo muestra en la tabla No. 64:

Tabla 56 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 2015
Salarios	1		17.593
Servicios básicos	4	20,00	80,00
Suministros de oficina	4	20,00	80,00
Suministros de limpieza	4	20,00	80,00
Depreciación gastos administrativos			
Amortización gastos de constitución			
Total Gastos Administrativos			17.833

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Las proyecciones de los gastos administrativos son esenciales para determinar los precios que se los obtienen de la suma de los gastos unitarios fijos y variables.

Tabla 57 Proyección de gastos administrativos

Gastos Administrativos			Proyección Gastos Administrativos		
Concepto	2015	2016	2017	2018	2019
Salarios	20.385	22.277	24.344	26.604	29.073
Servicios básicos	87	96	105	114	125
Suministros de oficina	87	96	105	114	125
Suministros de limpieza	87	96	105	114	125
Arriendo oficinas	0	0	0	0	0
Depreciación gastos administrativos	276	276	276	298	298
Amortización gastos de constitución	355	355	355	355	355
Total	21.277	23.194	25.288	27.599	30.101

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Entre los gastos, se encuentra los de exportación o ventas que son esenciales para conocer cada una de las obligaciones que debe cumplir al acogerse a un término de negociación, como es en este proyecto donde el incoterm es el FOB, donde el vendedor se compromete a pagar todos los gastos que se produzcan desde la salida de la mercancía de fábrica hasta que llega al puerto de destino a bordo del buque, a partir de ese punto todos la responsabilidad del producto está a cargo del comprador. Para el cálculo de estos gastos la cantidad se la ha tomado por el número de embarques y por el valor unitario para obtener el total de gastos producidos anualmente. Para comprender de una forma más detallada se puede observar los gastos a continuación en la tabla No. 66:

Tabla 58 Gastos de Exportación

Gastos de Exportación (Ventas)			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Año 2015
Unitarización	4	3.219,50	12.878
Manipuleo en el local del exportador	4	320,00	1.280
Documentación	4	220,20	881
Transporte Interno	4	1.000,00	4.000
Manipuleo de Embarque	4	600,00	2.400
Agentes	4	240,00	960
Bancarios	4	610,15	2.441
Capital e inventario - País de Origen	4	15,09	60
Total Gastos de Exportación (Ventas)			24.900

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.4. Capital de operación

Este proyecto cuenta con un capital de 14.752 dólares necesarios para que la planta de producción pueda continuar con los debidos procesos hasta obtener un producto final, cubriendo gastos que se presentan como son: salarios de operarios y administrativos, servicios básicos, maquinarias, entre otros gastos que sufren tanto en el área administrativa como en la operativa y posteriormente puedan exportar con la adecuada distribución física internacional hacia el país de destino.

Tabla 59 Capital de operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	90.039
Gastos Administrativos	17.833
Gastos de Exportación	24.900
Total Costo Anual	132.772
Total Costo Diario	369
Ciclos de caja	40
Capital de Operación	14.752

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Para entender de forma general los costos que han influido hasta esta sección del análisis financiero de este proyecto, se puede observar en la tabla No. 68 la inversión inicial que es la sección donde encontramos la distribución de recursos necesarios para la adquisición tanto de activos fijos y demás insumos

para que la planta inicie y realice sus respectivas operaciones y por ende genere rentabilidad.

Tabla 60 Costo total de la inversión inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	56.449
Capital de Operación	14.752
Gastos de Constitución	1.773
Total Inversión Inicial	72.974

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.5. Financiamiento del proyecto

Después de determinar la inversión necesaria para que el producto llegue a su estado final y posteriormente sea comercializado, debemos conocer como está distribuido el financiamiento de este recurso, para lo cual se analiza dos puntos; el financiamiento con 70% capital propio y el 30% con un financiamiento desde una institución particular para cubrir ciertas necesidades dentro de la planta. En la tabla No. 69 se encuentra el financiamiento con capital propio:

Tabla 61 Financiamiento con capital propio

Estructura de Financiamiento-sin financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	51.082
Capital Ajeno	30%	21.892
Total	100%	72.974

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Mientras que en la tabla No. 69 se muestra el financiamiento con capital propio del 30% y ajeno del 70%, financiado por una institución financiera privada a una tasa del 14,98% anual, como lo podemos observar a continuación:

Tabla 62 Financiamiento con capital propio y ajeno

Estructura de Financiamiento - Con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	48.156,90
Capital Ajeno	30%	20.638,67
Total	100%	68.795,56

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Además de optar por un financiamiento se debe analizar el costo de capital, el cual nos permite conocer a que tasa de rendimiento mínima se debe ganar para que tanto los inversionistas como inversores reciban sus ingresos sin perjudicar a ninguna de las dos partes. En la tabla No. 71 nos indica que debemos obtener una tasa de rentabilidad del 7,98% para poder cubrir el pago del 4,98% a los inversionistas y del 14,98% a la institución financiera.

Tabla 63 Costo de capital

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	70%	4,98%	3,49%
Ajenos	30%	14,98%	4,49%
Total	100%		7,98%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.5.1. Amortización de la deuda

El proyecto requiere un crédito de 21.892 dólares, los cuales se los obtendrá en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega a 36 meses plazo y a una tasa del 11,20% anual, este monto refleja el 30% del financiamiento total para poder ejecutar el proyecto. El cálculo del pago de la deuda se hace en base a la siguiente tabla donde nos indica puntualmente cada una de las características al acogerse a este crédito con esta institución:

Tabla 64 Amortización de la deuda

Amortización de la Deuda				
Monto				21.892
Tasa Anual				11,20%
Tasa Mensual				0,0093
Plazo				36
Cuota				718,80

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				21.892
1	514,47	204,33	718,80	21.378
2	519,27	199,53	718,80	20.859
3	524,12	194,68	718,80	20.334
4	529,01	189,79	718,80	19.805
5	533,95	184,85	718,80	19.271
6	538,93	179,87	718,80	18.733
7	543,96	174,84	718,80	18.189
8	549,04	169,76	718,80	17.640
9	554,17	164,64	718,80	17.085
10	559,34	159,46	718,80	16.526
11	564,56	154,24	718,80	15.961
12	569,83	148,97	718,80	15.392
13	575,15	143,66	718,80	14.816
14	580,51	138,29	718,80	14.236
15	585,93	132,87	718,80	13.650
16	591,40	127,40	718,80	13.059
17	596,92	121,88	718,80	12.462
18	602,49	116,31	718,80	11.859
19	608,11	110,69	718,80	11.251
20	613,79	105,01	718,80	10.637
21	619,52	99,28	718,80	10.018
22	625,30	93,50	718,80	9.393
23	631,14	87,66	718,80	8.761
24	637,03	81,77	718,80	8.124
25	642,97	75,83	718,80	7.481
26	648,97	69,83	718,80	6.832
27	655,03	63,77	718,80	6.177
28	661,15	57,66	718,80	5.516
29	667,32	51,48	718,80	4.849
30	673,54	45,26	718,80	4.175
31	679,83	38,97	718,80	3.496
32	686,18	32,62	718,80	2.809
33	692,58	26,22	718,80	2.117
34	699,04	19,76	718,80	1.418
35	705,57	13,23	718,80	712
36	712,15	6,65	718,80	0

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.6. Estados financieros

Los siguientes estados financieros permitirán a las trabajadoras encargadas de la administración, dirección y contabilidad de la planta de producción además de llevar un balance de la empresa, estar al tanto que sucede con la empresa al realizar sus operaciones y que correctivos hacer para que genere mayor rentabilidad o simplemente ser un medidor de las operaciones tanto administrativas como operacionales. Entre los principales estados financieros que se analiza en este proyecto están:

5.4.3.6.1. Balance general

Es el estado financiero que nos permite conocer los recursos que verdaderamente con los que cuenta la empresa, tanto como son: activos, pasivos y patrimonio, necesarios para a lo largo de su funcionamiento las operaciones sean evaluadas por parte del área administrativa y se puedan tomar decisiones para generar rentabilidad. En la tabla No.73 se observa que se tiene un total de activos que es contrarrestado con el total de pasivos y patrimonio de un valor de 72.974 dólares, este valor refleja la situación actual de la empresa.

Tabla 65 Balance general

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	14.752	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	14.752	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	50.000	Préstamos Bancarios	21.892
Maquinaria y Equipo	424	Total Pasivos Largo Plazo	21.892
Muebles y Enseres	700		
Equipo de Computo	4.855	Total Pasivos	
Total Activos Fijos	470		
	56.449		
Activos Diferidos		Patrimonio	51.082
Gastos de Constitución	1.773	Capital Social	51.082
Total Activos Diferidos	1.773	Total Patrimonio	51.082
Total Activos	72.974	Total Pasivo + Patrimonio	72.974

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.6.2. Estado de resultados

Este estado financiero refleja que después de contabilizar los ingresos por ventas y egresos por costos o gastos sufridas por la elaboración y exportación del palmito se tiene como resultado de una rentabilidad neta de 15.294 dólares en el primer año, debemos recalcar que a este valor ya se restó todos los gastos y costos que se produjeron en la activada comercial en base a un año y están proyectados estos valores para los siguientes cinco años, como podemos observar más específicamente en la tabla No. 74:

Tabla 66 Estado de resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ventas Brutas	156.140	177.491	195.521	203.686	226.981	239.422
Cantidad	70.532	70.532	77.604	77.604	84.638	84.638
Precio por frasco	2,21	2,52	2,52	2,62	2,68	2,83
- Costo de Ventas	90.039	102.306	113.228	116.772	128.622	132.992
Utilidad Bruta en Ventas	66.101	75.185	82.293	86.914	98.359	106.430
- Gastos Operacionales	42.733	48.622	53.031	56.431	64.389	70.598
Gastos Administrativos	17.833	21.277	23.194	25.288	27.599	30.101
Gastos de Exportación	24.900	27.345	29.838	31.142	36.790	40.498
Utilidad Operacional	23.368	26.563	29.262	30.484	33.970	35.832
- Gastos Financieros	0	2.125	1.358	501	0	0
Interés Bancario	0	2.125	1.358	501		
Utilidad antes de trabajadores	23.368	24.438	27.903	29.982	33.970	35.832
- 15% Particip. Trabajadores	3.505	3.666	4.185	4.497	5.095	5.375
Utilidad Antes de Impuestos	19.863	20.773	23.718	25.485	28.874	30.457
- 23% Impuesto a la Renta	4.568	4.778	5.455	5.862	6.641	7.005
Utilidad Neta	15.294	15.995	18.263	19.623	22.233	23.452

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.6.3. Flujo de efectivo, VAN, TIR

Para conocer la factibilidad del proyecto también existe la necesidad de analizar varios indicadores económicos entre a los que encontramos: el flujo de efectivo, al VAN (valor actual neto), el TIR (tasa interna de retorno), variables que nos permiten conocer la relación de ingresos y egresos en el transcurso de la actividad comercial y que darán como resultado una rentabilidad o una pérdida. A continuación analizamos al flujo de efectivo como se lo indica en la tabla No. 75 Como se puede observar el resultado del primer año es negativo, debido a que la inversión fija es muy alta y se empieza desde el año cero donde aún no se toman en cuenta las operaciones comerciales.

Tabla 67 Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		15.995	18.263	19.623	22.233	23.452
+ Depreciaciones		3.308	3.308	3.308	3.330	3.330
+ Amortizaciones		355	355	355	355	355
Liquidación del Proyecto						40.630
Recuperación Capital de Operación						14.752
Préstamos Bancarios	21.892					
Total Entradas	21.892	19.658	21.926	23.286	25.918	82.519
Salidas de Efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	72.974					
Amortización de la Deuda		6.501	7.267	8.124		
Reposición de Activos				766		
Total Salidas	72.974	6.501	7.267	8.890	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-51.082	13.157	14.658	14.396	25.918	82.519

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

Los indicadores financieros como son el VAN, el TIR, el PR y el C/B son complementos que reflejan la evaluación financiera de este proyecto; teniendo

un VAN de 55.927,10 dólares, el cual es el valor actual con el que cuenta la empresa antes de empezar sus operaciones, con un TIR del 34,02% que es la tasa efectiva del proyecto para generar rentabilidad, un período de recuperación de 2 y medio años aproximadamente para recuperar lo que se invirtió inicialmente y las deudas que se tienen con la institución financiera, y por último el C/B de 2,09 que nos indica que por cada dólar invertido tendremos un beneficio de 1,09 ctvs. Datos que se los ha calculado en base a un financiamiento y reflejan un beneficio al realizar las operaciones comerciales con este producto. Tal y como lo muestra en la tabla No. 76:

Tabla 68 Indicadores financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 51.082,00		
1	13.157,01	0,9163	12.055,72
2	14.658,23	0,8396	12.307,04
3	14.396,38	0,7693	11.075,44
4	25.917,96	0,7049	18.270,25
5	82.518,77	0,6459	53.300,65
		SFE	107.009,10
		- I.I.	51.082,00
		VAN	55.927,10
		TIR	34,02%
		PR	2,62
		C/B	2,09

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.4.3.7. Punto de equilibrio

Esta variable se la obtuvo de la suma de los gastos fijos y variables con relación a las cantidades totales de producción de este proyecto, para obtener los valores unitarios que permiten obtener un precio de venta unitario que equilibre los resultados del proyecto sin resultados positivos o negativos. Este indicador permite conocer hasta que cantidades mínimas de palmito y que precios mínimos de ofrecer mi producto para cubrir las necesidades básicas de la planta de procesamiento y las del área administrativa. De acuerdo a la tabla

No. 77 se debe ofrecer a un precio mínimo de 1,88 dólares por cada frasco de palmito y obtener una producción mínima de 34.946 unidades para que genere una utilidad mínima para cubrir todas las necesidades del proyecto sin generar ganancias ni pérdidas.

Tabla 69 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento						
	Año 2014		Año 2015		Año 2016	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		8.637		9.445		11.364
MOD		11.151		12.915		14.114
Costos Indirectos Fabricación						
Envases		59.976		65.632		72.209
Embalajes		1.428		1.605		1.927
Etiquetado		8.568		9.370		10.246
Agua potable	8.568		9.370		10.246	
Energía eléctrica	80		87		96	
Teléfono e internet	80		87		96	
Suministros de limpieza	80		87		96	
Combustible (GLP)	20		22		24	
Depreciación costos de producción	20		22		24	
Total Costo de Producción	8.848	89.759	9.676	98.967	10.581	109.861
Gastos Operacionales	17.833	24.900	21.277	27.345	23.194	29.838
Gastos Administrativos	17.833		21.277		23.194	
Gastos de Exportación		24.900		27.345		29.838
Gastos Financieros	0		2.125		1.358	
Interés Bancario			2.125		1.358	
Costos y Gastos Totales	26.681	114.659	33.078	126.312	35.134	139.698
Unidades	71.971		71.971		79.188	
Costos y Gastos Unitarios	0,37	1,59	0,46	1,76	0,44	1,76
Total Costos y Gastos Unitarios	1,96		2,21		2,21	
% Utilidad	20%		20%		20%	
Precio de venta Unitario	2,36		2,66		2,65	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	34.946		36.650		39.688	

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autor del proyecto.

5.5. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

En el estudio técnico se comprobó la materia prima adecuada y disponible, la localización óptima de la planta, la mano de obra con calificada con conocimientos en producción de palmito y posteriormente en capacitaciones sobre la industrialización de su producto y en la utilización de la maquinaria necesaria para el procesamiento. Además de una buena organización en la distribución de funciones para obtener producto final de calidad a menores costos.

En el estudio logístico se llegó a determinar varios factores a considerarse antes de decidir un término de negociación, tales como: transporte interno, materiales indirectos de fabricación, formalidades aduaneras, entre otros, los que permitieron establecer el uso del término de negociación FOB y a la misma vez el determinar un precio de venta para obtener una rentabilidad que beneficie a todas las personas relacionadas a este proyecto.

En el estudio financiero se analizaron varios indicadores que permitieron conocer y evaluar el proyecto de una forma cuantitativa, demostrando de esta manera que al realizar esta operación comercial existirá una rentabilidad creciente dentro de los cinco primeros años según el análisis hecho. En este capítulo se realizaron varios análisis principalmente de los estados financieros que nos demostraron que este proyecto es factible.

VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Nacional, (2008). Constitución del Ecuador, Ecuador.

Asamblea Nacional, (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Ecuador.

Asamblea Nacional, (2011). Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Ecuador.

Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI], (2005). Oportunidades comerciales para Ecuador en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 59 (ACE 59), Uruguay

Asociación Latinoamericana de Integración, (2004). El Acuerdo de Complementación Económica [AAP.CE] N° 59 Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, y Venezuela, Uruguay.

Baca, G. (2013). "Evaluación de Proyectos". 7ª Edición. Editorial McGraw-Hill. México, DF

Castro, A. (2008). Manual de exportaciones: la exportación en Colombia, 2da Edición, Bogotá, Colombia.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, [CORPEI]. (2009). Perfil del palmito, Ecuador.

Dolores, M., De la cuesta, M, Muñoz, M. (2010). *Fundamentación de economía, empresa, derecho, administración, y metodología de la investigación aplicada a la RSC, España.*

García, L. (2009). Libros profesionales de empresa, 3ra Edición, Madrid, España.

González, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional.

López, B. (2001). La Esencia Del Marketing, España.

Lugones, G. (2008). Teorías del comercio Internacional.

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Ecuador.

Moreta, E. (2009). Proyecto de pre factibilidad para la exportación de palmito al mercado francés, Ecuador.

Parera, A. (2002). Palmito de la selva». Vida silvestre.

Posso, M. (2009). Metodología del Trabajo de Grado, 4ta Edición, (118 páginas), Ibarra, Ecuador.

Tomás, L. (2008). Proyecto de pre factibilidad para exportación de palmito en conserva hacia la Argentina, Ecuador.

Valdes, D. (2007). Mercadotecnia en seis pasos, México.

6.2. LINKOGRAFÍA

Aduana, (2011). Manual de procedimiento de Control de Carga Exportaciones. Encontrado en: <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html> (11/11/2011)

AGROCALIDAD, (2011). Recuperado en Enero 21, 2012 disponible en <http://www.agrocalidad.gov.ec/agrocalidad/>

ALADI, (2012). Recuperado en Marzo 26, 2012 disponible en <http://www.aladi.org/nsfaladi/Consolidado.nsf/>

América Economía (2014). Conozca los montos de los salarios mínimos de la región. Encontrado en: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/conozca-los-montos-de-los-salarios-minimos-de-la-region> (05/08/2014).

Asesoría en comercio exterior, Glosario, (2012). Recuperado en Marzo 3, 2012, disponible en <http://www.redlinesgroup.com/Asesorias/>

Asociación Argentina de usuarios de informática y las comunicaciones, (2014). Gasto gana terreno en los presupuestos tic 2014. Encontrado en:

<http://www.usuaria.org.ar/noticias/gasto-gana-terreno-en-los-presupuestos-tic-2014> (11/11/2014)

Banco Central del Ecuador. Comercio exterior. Encontrado en: <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000766>

Banco Central de la República de la Argentina, (2013). Tipo de cambio SML hoy en <http://www.bcra.gov.ar/index.asp>

Banco Mundial, (2015). Población activa, total. Encontrado en: http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?order=wbapi_data_value_2013+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=desc (23/04/2015)

Barquero, M. (2007). Exportación de palmito va en lenta recuperación hoy en http://www.nacion.com/ln_ee/2007/diciembre/31/economia1368674.html

CORPEI, (2009), perfil del palmito. Recuperado en octubre 21, 2011 disponible en <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:kjKYhnCpuU0J:www.puce.edu.ec/>

Diario el Hoy. (2008). Asociarse es la clave para la exportación de palmito hoy en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/asociarse-es-la-clave-para-la-exportacion-de-palmito-294693.html> (12/12/2014)

Diario La Hora, (2013). Palmicultores proponen crear Consejo Consultivo. Encontrado en: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101553660/-1/Palmicultores_proponen_crear_Consejo_Consultivo.html#.VTlop5OKTF4 (10/04/2014)

Embajada del Ecuador en Argentina, (2013). Exportaciones de Ecuador a Argentina hoy en <http://argentina.embajada.gob.ec/comercio-exterior-entre-ecuador-argentina/>

FAO, (2013). Corazones de palmito al natural hoy en http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Pprocesados/HORT6.HTM

FAO, (2006). Corazón de palmito al natural hoy en http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/ae620s/pprocesados/HORT6.HTM

Igor, M. (2012). Teorías del comercio Internacional hoy en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Impacto del Acuerdo de Complementación Económica No. 59 (ACE 59) en las exportaciones bolivianas, (2005). Recuperado en Marzo 18, 2012, disponible en <http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/>

INEC, (2012). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC hoy en http://www.inec.gob.ec/ESPAC2012/PRESENTACION-Espac.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000

INEN, (2011), Procedimiento para la obtención de certificados de conformidad con norma o reglamento, de tipo (prototipo) o muestra de producto. Encontrado en: http://www.inen.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=211&Itemid=177 (02/02/2012)

La Hora, (2013). Palmicultores proponen crear Consejo Consultivo hoy en http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101553660/-1/Palmicultores_proponen_crear_Consejo_Consultivo.html#.U4-Hdvl5NKA

La Prensa, (2014). El PBI per cápita en dólares en Argentina se reduciría este año a 12.500 dólares. Encontrado en: <http://www.laprensa.com.ar/429358-El-PBI-per-capita-en-dolares-en-Argentina-se-reduciria-este-ano-a-12500-dolares-.note.aspx> (23/04/2015)

Ministerio de Agricultura y Ganadería, (2007). Cadena agro productiva del palmito de pejibaye en la región Huetar Atlántica de Costa Rica hoy en <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00053.pdf>

Mujeres de empresa, Glosario de términos utilizados en el Comercio Internacional, (2005). Encontrado en: <http://www.mujeresdeempresa.com/comercio/> (13/03/2012)

Municipalidad del Cantón San Lorenzo de Pailón, (2007) Recuperado en octubre 9 http://www.sanlorenzodelpailon.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=9

Municipio de Esmeraldas, (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 – 2022 hoy en <http://www.municipioesmeraldas.gob.ec/site/images/stories/pdf/PDyOT%20FINAL.pdf>

Porter, M. (2011). Cadena de valor empresarial hoy en <http://www.slideshare.net/maykelcenteno/cadena-de-valor-empresarial>

PRADO, (2012). Incoterms hoy en <http://www.t-rado.cl/incoterms.htm>
José Manuel Hurtado, (2007). Vocabulario de la economía hoy en <http://www.e-torredebabel.com/Economia/diccionario-economia/consumo-V-E.htm>

PRONACA, (2011). Vegetales en Conserva hoy en <http://www.pronaca.com/site/>.
José Manuel Hurtado, (2007). Vocabulario de la economía hoy en <http://www.e-torredebabel.com/Economia/diccionario-economia/vocabulario-economia.htm>

Semanario COMEXPERU, (2007). Exportación de palmitos, una buena alternativa hoy en <http://www.comexperu.org.pe/semanario.asp>

SENAE. (2011). Arancel Nacional Integrado hoy en <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/>

Stampa, G. (2009). El comercio internacional: definición y regulación. La denominada lexmercatoria. El arbitraje comercial internacional: definición y principales características hoy en <http://international.vlex.com/vid/denominada-lex-mercatoria-caracteristicas-57740106>

Tobar, L. (2008). Proyecto de pre factibilidad para la exportación de palmito en conserva hacia la argentina hoy en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7017/1/34125_1.pdf

TRADEMAP, (2012). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas hoy en http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx

TRADEMAP, (2012). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas hoy en http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx

Santander Trade, (2013). Argentina, política y economía hoy en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>

Santander Trade, (2013). Argentina, llegar al consumidor hoy en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/argentina/llegar-al-consumidor>

SINAGAP, (2014). Superficie, Producción y Rendimiento (SPR) de los diferentes cultivos a nivel nacional o provincial, clasificados por Tipo de Producto y por años hoy en <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/site-map/2-produccion/21-wrapers-sistema-sinagap/297-estadisticas-spr>

Solano, Q, Palacios, M. (2009), Desarrollo Del Palmito Como Nueva Alternativa De Exportación. Recuperado en octubre 20, 2011 disponible en <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/>

Tevni, G. (2000), Tipos de investigación. Recuperado en octubre 5, 2011 disponible en <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

TYL Comercio Exterior, Información actual y necesaria sobre comercio internacional, (2012). Encontrado en: [http://comexhoy.wordpress.com/glosario/\(16/03/2012\)](http://comexhoy.wordpress.com/glosario/(16/03/2012))

Universidad Nacional de Colombia, (2014). Agencia de Noticias hoy en <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/palmito-mejoras-en-su-produccion-y-manejo-de-los-palmares/>

Vanina, A. (2005). Glosario de términos utilizados en el Comercio Internacional hoy en <http://www.mujeresdeempresa.com/comercio/comercio050202.shtml>

Vocabulario de la economía, José Manuel Piernas Hurtado, (2007). Recuperado en Marzo 7, 2012, disponible en <http://www.e-torredebabel.com/Economia/diccionario-economia>

ANEXOS

VII. ANEXOS

Anexo 1 Norma INEN

ANEXO PARA EL PALMITO / CORAZONES DE PALMITO

Además de las disposiciones generales aplicables a las hortalizas en conserva, se aplican las siguientes disposiciones específicas:

1 DESCRIPCIÓN

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Se entiende por “corazón (cogollo) de palmito / palmito” el producto preparado a partir de las yemas terminales de las palmas (meristemas superior e inferior), donde tallos tiernos crecen libres de partes fibrosas que no son comestibles. El producto presenta una estructura heterogénea y las características de las especies de palma aptas para el consumo humano.

1.2 FORMAS DE PRESENTACIÓN

- (1) Los palmitos se pueden presentar como se indican a continuación:
 - (a) Los “corazones de palmito” corresponden a las yemas terminales de las palmas, cortadas transversalmente en trozos, de una longitud mínima de 40 mm y una máxima dependiente del tamaño del envase, con forma variable, entre cónica y cilíndrica.
 - (b) Las “trozos de palmito” corresponden a trozos obtenidos tanto de la porción superior como inferior de la parte apical del meristemo, cortado regular o irregularmente con una longitud mínima de 5 mm y una máxima de 39 mm.
 - (c) Las “rebanadas” de “corazones de palmito” corresponden al producto que proviene de la porción superior de la parte apical del meristemo, cortados transversalmente en trozos con un espesor mínimo de 15 mm y máximo de 40 mm.
 - (d) Los “medallones” corresponden a rebanadas de la porción inferior a la parte apical del meristemo cortados regularmente con un diámetro mínimo de 20 mm y un espesor de 3 a 10 mm.

2 FACTORES ESENCIALES DE COMPOSICIÓN Y CALIDAD

2.1 CRITERIOS DE CALIDAD

2.1.1 Homogeneidad

- (1) Se cumple con las especificaciones establecidas en la Sección 1.2 con respecto a las formas de presentación de los palmitos cuando: La longitud, el diámetro y/o el espesor de las unidades de muestra, de acuerdo con la forma de presentación, son bastante uniformes. Se entiende por “bastante uniforme”, en base al promedio de las muestras y sujetos al cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Sección 1.2,
 - (a) que el intervalo entre la longitud de todas las unidades y la longitud predominante no sea mayor de ± 10 mm;
 - (b) el intervalo entre el espesor de todas las unidades y el espesor predominante no sea mayor de ± 10 mm;
 - (c) el intervalo entre el diámetro de todas las unidades y el diámetro predominante no sea mayor de ± 10 mm.
-

2.1.2 Definición de defectos y tolerancias

Defectos	Definición	Porcentaje con respecto al peso escurrido del producto
(1) Textura defectuosa	dura o fibrosa y/o excesivamente blanda, que afecten seriamente la calidad comestible del producto.	10
(2) Impurezas minerales	Tales como: arena, arenilla u otras materias terrosas.	0,1
(3) Unidades dañadas	unidades que presentan alteraciones de color, cicatrices, rasguños, raspaduras u otros defectos parecidos que afecten seriamente el aspecto del producto.	15
(4) Daño mecánico	unidades rotas o agrietadas, fragmentos o trozos desprendidos, que afecten seriamente el aspecto del producto.	10
(5) Color anormal	unidades que se apartan considerablemente del color típico del producto.	10
(6) Defectos fisiológicos	productos que comprenden meristemas del estipite de la palma para los “corazones (cogollos) de palmito” y las “rebanadas de corazones (cogollos) de palmitos”.	10
CANTIDAD TOTAL de defectos para corazones (cogollos) de palmito		20
CANTIDAD TOTAL de defectos para las otras formas de presentación		25

3 PESOS Y MEDIDAS

3.1 PESO ESCURRIDO MÍNIMO

Forma de presentación	Peso escurrido mínimo (%)
(1) Corazones (cogollos) de palmito	50
(2) Otras formas de presentación	52

4 ETIQUETADO

El nombre de “palmito”/“corazones (cogollos) de palmito” se puede complementar con el nombre común de la palma utilizada.

Anexo 2 Certificado de origen

CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES



CERTIFICADO DE ORIGEN
CERTIFICATE OF ORIGIN

A N° 003213

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERIAS.
The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR, Certifies that the merchandises.

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE
EXPORTACION No. _____

Declared in Commercial Bill No.

POR _____
By

EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR
Shipped at the part of

EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____
On the vessel of flag

CON DESTINO A _____
bound for

Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____
and consigned to for

SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
are of Ecuadorian origin

B U L T O S P A C K A G E S			A R T I C U L O S I T E M S
MARCAS M A R K S	CANTIDAD Q U A N T I T Y	CLASE C L A S S	DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS
			Quitin: _____ del 200 _____ FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR



**Anexo 4 Encuesta dirigida a productores
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR
Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL
ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE PALMITO**



Informante/Gerente/Propietario(a): **Fecha:**

Objetivo general de la encuesta

La presente encuesta tiene como fin el recolectar información pertinente proveniente de productores de palmito con el fin de conocer datos relevantes relacionados con la producción y comercialización de este importante producto. Por lo cual se le pide respetuosamente contestar con la mayor seriedad posible.

1. ¿Hace qué tiempo usted produce el palmito?

.....
.....

2. ¿Con qué frecuencia se cosecha el palmito anualmente?

.....
.....

3. ¿Cuál es el proceso que emplea para la producción de palmito?

.....
.....
.....

4. ¿Qué costos son necesarios para la producción de palmito?

.....
.....
.....

5. ¿Cuántas hectáreas produce y cuál es el rendimiento en toneladas de palmito que produce anualmente?

.....
.....

6. ¿Cuáles son las características del producto obtenido?

.....
.....

7. ¿Cuál es la forma de venta del producto o en qué presentación vende el palmito?

.....
.....

8. ¿Porcentualmente a dónde destina las ventas de la producción obtenida?

.....
.....
.....

9. ¿Actualmente vende el palmito de forma directa a consumidores o por medio de intermediarios?

.....
.....

10. ¿Cuál es el precio al que vende su producto?

.....
.....

11. ¿Cuáles son sus principales competidores en la venta del palmito?

.....
.....
.....

12. ¿Actualmente su capacidad de producción le permitiría destinar palmito para comercializar a un nuevo cliente, en caso de ser así qué cantidad sería esta?

.....
.....

13. ¿Conoce usted si el palmito se comercializa en otras condiciones en otros países, de ser así en qué lugar?

.....
.....

14. ¿Conoce usted cuál es el mecanismo y los costos necesarios para vender el palmito en extranjero, si los conoce indique cuáles?

.....
.....
.....

15. ¿Qué cantidad de producción en toneladas y hectáreas estima obtener en los siguientes 5 años?

.....
.....

16. ¿Le interesaría destinar parte de esa producción para vender en el extranjero, principalmente en Argentina, de ser así en qué cantidad estaría dispuesto a vender?

.....
.....

Anexo 5 Visita a la zona de producción



Visita a la planta de producción



Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

ALEX ANDRÉS ARÉVALO VALVERDE



Egresado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Mi educación primaria la realice en la Escuela Cristóbal Colón, mis estudios secundarios los hice el Colegio Tecnológico Bolívar. Cursos realizados: Suficiencia en el Idioma Ingles; Seminario Taller "Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi"; Certificado de participación en la I,II y III Jornada Internacional de Comercio Exterior con las temáticas: "Normativa y Procedimientos Aduaneros"; Certificado de asistencia y participación al "Primer Seminario Taller de Regimenes Especiales".

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

Universidad Politécnica Estatal del Carchi
(UPEC) - Tulcán - Ecuador
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
(CEYNCI)
elutoni2@hotmail.com

Resumen

La investigación está enfocada principalmente en la determinación de la demanda insatisfecha de palmito en Argentina en la Ciudad de Buenos Aires y la oferta exportable desde la zona de producción del Cantón San Lorenzo en la Provincia de Esmeraldas; donde se ha encontrado varios problemas principalmente de distribución, debido a la venta de su producto a intermediarios a precios reducidos en el contexto local, sin embargo la existencia de países con altas demandas permiten exportar el producto y aprovechar sus ventajas.

Los métodos que se utilizaron para esta investigación son el científico y el descriptivo debido a que se realizó un estudio de campo y un estudio de cada uno de los procesos para la obtención del producto desde el país de origen hacia el destino. La información que se ha utilizado es la primaria debido a que se ha tenido contacto con los productores en el Cantón San Lorenzo por medio de entrevistas y visitas de campo para conocer las características de este producto y datos importantes para esta investigación. Además se utilizó información secundaria obtenida de libros, revistas e internet necesarios para determinar la demanda insatisfecha en Argentina, las características de los consumidores

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.
Alex Andrés Arévalo Valverde (UPEC-Ecuador)

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

y del producto, entre otros aspectos, necesarios para cumplir con los objetivos de este proyecto de investigación.

Después de analizar los factores socioeconómicos, políticos, legales de los países de origen y destino, así como también el estudio técnico, logístico y financiero de este proyecto se estableció que existe grandes beneficios para los productores de palmito si realizan esta operación comercial a un mercado argentino donde el consumo de los productos de tipo gourmet cada año tiende a crecer.

Palabras claves: *Demanda insatisfecha, oferta exportable, mercado meta.*

Abstract

The research is focused mainly on determining unmet palmetto in Argentina in Buenos Aires and the export supply from the production area of Canton San Lorenzo in Esmeraldas Province; where they found several problems distribution primarily due to the sale of their produce to middlemen at discounted prices in the local context, however the existence of countries with high demands allow you to export the product and exploit its advantages.

The methods used for this research are scientific and descriptive because a field study and a study of each of the processes for obtaining the product from the country of origin to the destination is performed. The information that has been used is primary because it has had contact with producers in Canton San Lorenzo through interviews and field visits to understand the characteristics of this product and important for this research data. Also secondary information from books, magazines and the Internet needed to determine the unmet demand in Argentina was used, the characteristics of consumers and the product, among other things, required to meet the objectives of this research project.

After analyzing the socio-economic, political, legal in the countries of origin and destination, as well as technical, logistical and financial study of this project was established that there is great benefit to producers of palm if they make this commercial operation to a market Argentina where consumption of gourmet products tends to grow each year.

Keywords: *unmet demand, export supply target market.*

1. Introducción

Esta investigación pretende incentivar al productor de palmito a desarrollar un producto de calidad con valor agregado y tomar la decisión de emprender en el proceso de exportación hacia diferentes destinos en el exterior, de tal forma que no se conformen vendiendo su producto a intermediarios o únicamente a nivel local, como lo afirma Carlo Buenaventura (14/Agosto/2013), por el contrario deben diversificar sus mercados y la

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

presentación de su producto para que generen mayores ingresos y por ende mejorar su rentabilidad.

Este proyecto incentivará a los productores a diversificar su mercado a nivel internacional. Además puede contribuir en la economía gracias a la generación de fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los productores, que de acuerdo al Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (2013) la tasa de pobreza y extrema pobreza en el Cantón San Lorenzo es del 85% y 47,30% respectivamente. Por lo tanto los productores al vender su producto a mejores precios que los intermediarios (quienes se aprovechan de su necesidad de vender un producto al tiempo de cosecha) incrementarían su rentabilidad. En base a la política del Buen Vivir propuesta por el actual Gobierno, se pretende promover la diversificación de productos y mercados, principalmente de los no tradicionales, entre los cuales se destaca el palmito que además se sitúa en una zona de producción rural para percibir de la exoneración del pago del impuesto de la renta, la cual beneficia al productor de dicho sector.

2. Materiales y métodos

El método de investigación que se utilizó es el científico, porque se realizó un estudio de campo aplicando entrevista a los productores para conocer las características del palmito, la cantidad de producción, los tiempos de cosecha, la comercialización a nivel nacional e internacional, los costos de producción, los precios de venta, entre otros, necesarios para comprobar la idea a defender de si es factible la exportación de palmito hacia Argentina. Además se utilizó el método descriptivo porque se indica cada uno de los procesos que intervienen desde que el palmito es obtenido de la zona productiva en el Cantón San Lorenzo hasta que es trasladado al mercado de destino en Argentina; donde se analizaron variables como: el precio, la cantidad, la estrategia de comercialización, el proceso de exportación, la costumbre y comportamiento de los posibles consumidores.

También se utilizaron técnicas necesarias para recolectar la información tales como: el fichaje, la observación y la entrevista, ya que se realizó una investigación documental por medio de libros y de la internet, además se realizó una visita al lugar donde se produce el palmito y se estableció una conversación con los productores en el Cantón San Lorenzo para obtener datos como las características del producto, el tiempo de cosecha, la forma de comercialización, los precios y costos de producción, el porcentaje de venta a nivel nacional e internacional, entre otros.

3. Resultados y discusión

La base de estudio de esta investigación es la oferta de palmito en el Cantón San Lorenzo y la demanda insatisfecha en Buenos Aires. De acuerdo a productores de este producto el desconocimiento de la demanda, del proceso de exportación y de los costos que producen esta operación comercial han sido obstáculos para diversificar su mercado de destino, debido a esto han comercializado el palmito a nivel local, vendiendo su producto a precios inferiores a sus expectativas por el trabajo empleado en su producción, como lo afirma La

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

Alex Andrés Arévalo Valverde (UPEC-Ecuador)

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

Hora (2013), donde el precio del palmito estuvo a 180 dólares la tonelada y a finales del año 2013 bajó a 120 dólares.

Además cabe recalcar que el 80% de los productores de palmito en el Cantón San Lorenzo comercializan su producto a través de intermediarios, es decir que el proceso de comercialización termina en las puertas de sus lugares de producción. Entre tanto el 20% de los productores vende el producto a empresas directamente a nivel nacional. Por lo tanto debido a que la mayoría de los productores venden su producto de forma directa a los intermediarios desconocen la rentabilidad que les atrae comercializar su producto a nivel internacional.

Según Vladimir Reina (13/Agosto/2015), actualmente los productores de palmito solo obtienen un producto en estado natural, desconocen el proceso de llegar a un producto final en conserva, y de cada uno de sus procesos, los costos que influyen en los mismos y por ende la rentabilidad que atrae darle este valor agregado.

Análisis de la Demanda

Conforme a PROECUADOR (2009), el consumidor del palmito en Argentina prefiere este producto cuando existe calidad, buena presentación y de origen exótico, además de poseer características únicas, tales como su sabor peculiar, rico en vitaminas y proteínas, propias de un producto gourmet.

El consumidor argentino posee un nivel adquisitivo medio y alto, este consumidor no toma en cuenta el precio del producto pero si la calidad del mismo, según investigaciones sobre el perfil del palmito realizadas por PROECUADOR (2009).

El crecimiento de los productos importados hacia Argentina es muy evidente en los últimos años con un total del 10% anual, y más de la mitad de sus productos comercializados en este país son importados. En Argentina la importación de productos ecuatorianos tiende al crecimiento, especialmente de los de tipo gourmet como el palmito, es tanto así que la importación de este tipo de productos tiende a un crecimiento anual entre un 28% y 30% de acuerdo a PROECUADOR (2009), cifra que demuestra que en Argentina se apetece el palmito de origen ecuatoriano.

De acuerdo a Santander Trade (2013), las preferencias del consumidor argentino se asemejan a los del europeo, actualmente se interesan por la calidad del producto, los precios, la entrega a domicilio y el servicio de post venta. En las principales ciudades de Argentina los consumidores están dispuestos a pagar por los productos de tipo gourmet precios elevados de acuerdo a la marca, calidad y seguridad.

Precio referencial

El precio del palmito por tonelada es de 120 dólares de acuerdo a afirmaciones de productores de la zona, para la proyección de este valor a los próximos cinco años se hizo

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

uso de la tasa de inflación del Ecuador el cual tiene un total de 3,41% en base a BCE (2014).

Tabla 70 Precio referencial en origen

Producto	Proyección USD					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Palmito por ton	141,90	137,22	132,69	128,32	124,09	120

Fuente: Investigación de campo, BCE

Elaborador por: Autor del proyecto.

En cambio el precio del palmito a nivel internacional está entre los 2000 a 2400 dólares cada tonelada como lo observamos en la tabla No. 70:

Tabla 71 Precio internacional

Producto	Proyección en miles de USD					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Palmito por ton	2.345,36	2.415,11	2.487,23	2.561,82	2.638,94	2.718,70

Fuente: BCE

Elaborador por: Autor del proyecto.

Para conocer la verdadera demanda de los posibles consumidores argentinos se analizó dos factores la oferta exportable y la demanda insatisfecha, los cuales permitieron conocer ampliamente el mercado al cual va a cubrir el palmito, no en su totalidad por ser demasiado grande, satisfaciendo entre el 2% y 3% del total de la demanda.

Tabla 72 Demanda insatisfecha en toneladas

Año	Demanda insatisfecha
2008	23.951
2009	23.715,4
2010	23.479,8
2011	23.244,2
2012	23.008,6
2013	23.951

Fuente: Investigación de campo, BCE

Elaborador por: Autor del proyecto.

En base a la información anteriormente citada, se ha determinado una demanda insatisfecha de 27.954 ton, de las cuales el proyecto pretende cubrir un porcentaje de cobertura del 0,37 en el primer año, a lo cual se suma los beneficios que se dan al productor que se convierte también en exportador, por ingresar a un mercado donde está libre el pago de impuestos en base al acuerdo 59 firmado entre Ecuador y Argentina.

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

En el Cantón San Lorenzo existen zonas de producción cerca de la planta de producción que se plantea edificar, específicamente en la vía Lita - San Lorenzo Km 34, junto a la Panamericana, una superficie de 20 hectáreas de palmito, de las cuales se tiene un rendimiento de 12 toneladas por cada hectárea, de acuerdo a la disposición de los productores el 30% de su producción será destinada para la exportación hacia Argentina y el 70% cubrirá la demanda local, como se lo puede observar a continuación:

Tabla 73 Oferta exportable

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción promedio San Lorenzo Tn x Ha	Producción de palmito Total Anual TN.	Producción Anual Kg.	Producción destinada a la Exportación TN. (30%)
2013	20	12,00	240	240.000	72

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor del proyecto.

4. Conclusiones

- Los indicadores socio-económicos de los dos países son de gran ayuda para la salida e ingreso del palmito con beneficios para las personas relacionadas a la ejecución de este proyecto.
- Ecuador, principalmente la Provincia de Esmeraldas por estar en una región donde su clima es adecuado para la producción de palmito, su producto final es de calidad y la tecnificación de producción cada vez más desarrollada, creando así una oportunidad para ofrecer su producto con valor agregado que es apetecido en países americanos y europeos.
- El desconocimiento de los procesos y costos de exportación por parte de los productores de palmito en el Cantón San Lorenzo, los ha limitado a no experimentar mejora en sus ingresos por la alternativa a la diversificación del mercado y formas de presentación del producto.

5. Recomendaciones

- Aprovechar al máximo los beneficios que prestan los países con los que se realiza operaciones comerciales, tales como: el crecimiento poblacional, el PIB, los tratados comerciales, ingresos medios y altos de la población, entre otros, los que ayudan a conocer a que mercado se pretende ingresar y qué medidas se deben tomar para que exista factibilidad en el proyecto.
- Beneficiarse de la producción que cada día crece, y experimentar en el procesamiento para obtener un producto final de buena calidad, y que sea el productor el que se beneficie directamente al crear una oferta exportable para

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

Alex Andrés Arévalo Valverde (UPEC-Ecuador)

Exportación de palmitos desde el Cantón San Lorenzo Provincia de Esmeraldas hacia Argentina para satisfacer parte de la demanda de este país.

diversificar los mercados internacionales y no conformarse con la venta de su producto a nivel local o nacional para de esta manera incrementar sus ingresos.

6. Referencias bibliográficas:

- Sordo, G. (2011). “Introducción al Comercio Internacional”. Editorial McGraw Hill, México, DF.
- Tamayo y Tamayo, M. (2013). “Método Científico en El Pensamiento científico en la Investigación”. 5a Edición. Bogotá DC, Colombia.
- Banco Central del Ecuador. Comercio exterior hoy en <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000766>
- CORPEI, (2009), perfil del palmito. Recuperado en octubre 21, 2011 disponible en <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:kjKYhnCpuU0J:www.puce.edu.ec/>
- International Trade Center (2013), Importaciones y Exportaciones de la partida 2008.91.00.00 disponible en http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx (24/08/2013)
- Diario el Hoy. (2008). Asociarse es la clave para la exportación de palmito hoy en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/asociarse-es-la-clave-para-la-exportacion-de-palmito-294693.html>



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. 0042.I-AS-CEYNI/2012

A los cinco días del mes de abril de 2012, siendo las 09h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: MSc. Julio López, PRESIDENTE; MSc. Georgina Arcos, SECRETARIA; y Dr. Pedro Velasco ASESOR DEL PROYECTO "EXPORTACION DE PALMITOS DESDE EL CANTON SAN LORENZO PROVINCIA DE ESMERALDAS HACIA ARGENTINA PARA SATISFACER PARTE DE LA DEMANDA DE ESTE PAIS" 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 de la estudiante del ARÉVALO VALVERDE ALEX ANDRÉS IX nivel "A" Noche de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante ARÉVALO VALVERDE ALEX ANDRÉS APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

- | | |
|---|-----|
| 1. Exposición del Proyecto de Grado | 3.5 |
| 2. Precisión y Coherencia de Respuestas | 3.3 |
| 3. Calidad de la Presentación del Trabajo | 0.9 |

Obteniendo como nota final SIETE PUNTO SIETE (7.7), en la sustentación del Proyecto de Grado. El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

Replantear los objetivos

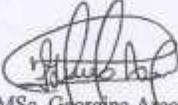
Se sustente la fundamentación científica en el empleo de conocimientos que se coloca en la tesis

Revisar el formato del documento (numeración)

Dado en la ciudad de Tulcán a los cinco días del mes de abril de dos mil doce, 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"

MSc. Julio López
PRESIDENTE DE TRIBUNAL


MSc. Georgina Arcos
SECRETARIO

Dr. Pedro Velasco
ASESOR DE TESIS