

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“Oportunidades de Mercado en Colombia y la Comercialización de
Higuerilla desde la Provincia del Carchi-Ecuador”

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

AUTORA: Jesenia Pilar Pozo Cando

ASESORA: Dra. Cecilia Yacelga

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Jesenia Pilar Pozo Cando con el número de cédula 0401426937 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidades de Mercado en Colombia y la Comercialización de Higuierilla desde la Provincia del Carchi-Ecuador”.

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.

Dra. Cecilia Yacelga

Tulcán, 31 de Julio del 2015

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Jesenia Pilar Pozo Cando con cédula de identidad número 0401426937 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado, son de mi absoluta responsabilidad.

Jesenia Pozo Cando

Tulcán, 31 de Julio del 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo, Jesenia Pilar Pozo Cando, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 31 de Julio del 2015

Jesenia Pozo Cando

CI. 0401426937

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios y a la Virgencita de la Purificación de Huaca por brindarme la fortaleza y sabiduría para poder culminar con mi trabajo de titulación.

A mis Padres Vicente Pozo y Rubí Cando, por el apoyo que me brindaron cada día para que realice mis estudios y el esfuerzo que ellos han realizado para que los pueda llevar a cabo, también por inculcarme los valores necesarios para cumplir con responsabilidad este reto de mi vida.

A mi esposo Edwin Montenegro porque en todo momento me ha brindado el apoyo suficiente en las buenas y en las malas para que pueda culminar con mis estudios dándome su comprensión con amor y respeto.

A mis hermanos Lenin y Daniela, familiares y amigos que me han dado su apoyo y su constante optimismo para que culmine con mis estudios.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por abrirme las puertas para que realice mis estudios y a sus docentes por haberme impartido sus conocimientos al largo del trayecto de mi carrera universitaria.

En especial agradezco a la Dra. Cecilia Yacelga y al MSc. Luis Carvajal por el apoyo académico constante recibido para cumplir con mi trabajo de titulación.

De igual forma agradezco a la Asociación Agroindustrial San Isidro por el apoyo brindado para que pueda realizar mi trabajo de tesis y por darme la apertura y brindarme la información necesaria para poder realizarla.

“Muchas gracias a todos por su apoyo incondicional y por permitirme cumplir con este reto de mi vida.”

INDICE

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xviii
CAPÍTULO I	- 1 -
1. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 3 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 3 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 3 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 6 -
1.5.1. Objetivo General.....	- 6 -
1.5.2. Objetivos Específicos.....	- 6 -
2. MARCO TEÓRICO	- 7 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 7 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 8 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	- 10 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	- 12 -
2.4.1. Oportunidad de mercados internacionales	- 12 -
2.4.2. Comercialización	- 13 -
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO	- 13 -
2.6. IDEA A DEFENDER.....	- 15 -
2.7. VARIABLES.....	- 15 -
CAPÍTULO III	- 17 -

3. METODOLOGÍA	- 17 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 17 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 17 -
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 17 -
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 18 -
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	19
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	21
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	21
3.8. ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS.....	22
3.8.1. Determinación de Mercados Alternativos.....	22
3.8.1.1. Factores Externos	24
3.8.1.2. Factores Socioeconómicos.....	24
3.8.1.3. Factores Políticos.....	36
3.8.1.4. Factores Legales.....	38
3.8.1.5. Factores Geográficos	40
3.9. ANALISIS DE MERCADO	43
3.9.1. Demanda	43
3.9.1.1. Perfil del Consumidor	45
3.9.1.2. Factores que afectan la demanda.....	46
3.9.2. Oferta	47
3.9.2.1. Consumo Nacional Aparente.....	47
3.10. SITUACIÓN ACTUAL DEL PAÍS DE ORIGEN.....	50
3.10.1. Factores socioeconómicos.....	50
3.10.2. Factores político legales.....	52
3.11. ANÁLISIS DEL PRODUCTO	54
3.11.1. FODA	55
3.11.2. Cinco Fuerzas de Porter.....	56
3.11.2.1. La rivalidad entre los competidores existentes	56
3.11.2.2. Amenazas de ingreso de productos sustitutos	57
3.11.2.3. Amenazas de nuevos competidores	58
3.11.2.4. Poder de negociación de los clientes.....	58
3.11.2.5. Poder de negociación de los proveedores	59

3.12. PROYECCIONES DE ESTUDIO.....	60
3.13. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	64
CAPITULO IV	65
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
4.1. CONCLUSIONES	65
4.2. RECOMENDACIONES.....	66
CAPÍTULO V.....	67
5. PROPUESTA.....	67
5.1. TÍTULO.....	67
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	67
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	68
5.4. OBJETIVOS.....	69
5.4.1. Objetivo General.....	69
5.4.2. Objetivos Específicos.....	69
5.5. FUNDAMENTACIÓN	70
5.5.1. Estudio de Factibilidad.....	70
5.5.2. Exportación.....	70
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	71
5.6.1. ESTUDIO TÉCNICO	71
5.6.1.1. Macro localización.....	71
5.6.1.2. Micro localización	73
5.6.2. Tamaño del Proyecto	74
5.6.2.1. Generalidades de la Higuera	74
5.6.2.2. Proveeduría.....	75
5.6.2.3. Proceso productivo	76
5.6.2.4. Costos de producción	77
5.6.3. Cadena de Valor.....	79
5.6.3.1. Estructura Administrativa	83
5.6.3.2. Objetivos y Fines de la Asociación	86
5.6.3.3. Constitución legal.....	87
5.6.3.4. Misión Empresarial.....	88

5.6.3.5. Imagen.....	88
5.6.3.6. Activos fijos	89
5.6.3.7. Envase del Producto.....	89
5.6.4. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	92
5.6.4.1. Datos básicos del producto, embarque e información adicional.....	92
5.6.4.2. Cubicaje de la mercancía.....	94
5.6.4.3. Resultados de Cubicaje y Datos de la Investigación Relevantes.....	95
5.6.4.4. Análisis de Costos.....	96
5.6.4.5. Incoterms.....	103
5.6.5. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	105
5.6.5.1. Inversión Inicial	105
5.6.5.2. Estados Financieros	108
6. Bibliografía	114
ANEXOS	122

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Delimitación del Proyecto	- 3 -
Tabla N° 2: Normativa Ecuatoriana	- 8 -
Tabla N° 3: Teorías Utilizadas en la Investigación	- 10 -
Tabla N° 4: Población y Muestra de la Investigación	- 18 -
Tabla N° 5: Operalización de la Variable Independiente	19
Tabla N° 6: Operalización de la Variable Dependiente.....	20
Tabla N° 7: PIB Per Cápita Mercados Alternativos	24
Tabla N° 8: Inflación Mercados Alternativos.....	26
Tabla N° 9: Balanza Comercial Total Mercados Alternativos (Millones de USD).....	27
Tabla N° 10: IDH Mercados Alternativos	29
Tabla N° 11: Índice de Competitividad Global Mercados Alternativos.....	30
Tabla N° 12: Doing Business Mercados Alternativos	32
Tabla N° 13: Situación de Biodiesel en Mercados Alternativos	34
Tabla N° 14: Leyes que Incentivan al Consumo de Biodiesel en Mercados Alternativos	35
Tabla N° 15: Política Comercial Mercados Alternativos	36
Tabla N° 16: Riesgo País Mercados Alternativos	37
Tabla N° 17: Barreras Arancelarias Mercados Alternativos	39
Tabla N° 18: Índice de Desempeño Logístico Mercados Alternativos	40
Tabla N° 19: Ponderación del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)	42
Tabla N° 20: Resultado del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)....	43
Tabla N° 21: Demanda de Empresas Colombianas Comercializadoras de Higuierilla (2010).....	44
Tabla N° 22: Demanda de Higuierilla de Empresas Destino (Ton/Año)	44
Tabla N° 23: Factores que Afectan la Demanda	46
Tabla N° 24: Consumo Nacional Aparente de Higuierilla	48
Tabla N° 25: Plantas Procesadoras de Biodiesel en Colombia	49
Tabla N° 26: Acuerdos Comerciales de Ecuador	52
Tabla N° 27: Clasificación Arancelaria Ecuador-Colombia	53
Tabla N° 28: Ficha Técnica de la Higuierilla.....	54
Tabla N° 29: Matriz FODA	55
Tabla N° 30: Productos Sustitutos de la Higuierilla	57
Tabla N° 31: Demanda Proyectada de Higuierilla (Ton/Año).....	61
Tabla N° 32: Oferta de Higuierilla en Colombia (Ton/Año).....	62
Tabla N° 33: Demanda Insatisfecha de Higuierilla en Colombia (Ton/Año)	63
Tabla N° 34: Oferta Exportable de la Asociación.....	63
Tabla N° 35: Localización Para el Cultivo de Higuierilla	72
Tabla N° 36: Matriz de Ponderación por Puntos.....	73
Tabla N° 37: Ventas Estimadas de Higuierilla (Tn Y Sacos)	74

Tabla N° 38: Costos Mano de Obra en Producción de Higuierilla (Hect.).....	77
Tabla N° 39: Insumos Para la Producción de Higuierilla por Hectárea	78
Tabla N° 40: Costo de Producción de Higuierilla.....	78
Tabla N° 41: Ficha de Procesos de la Preparación de la Mercancía.....	80
Tabla N° 42: Ficha de Procesos de la Negociación	81
Tabla N° 43: Ficha de Procesos de la Exportación	82
Tabla N° 44: Junta General	83
Tabla N° 45: Junta Directiva	84
TABLA N° 46: Junta de Vigilancia	84
Tabla N° 47: Presidente	85
Tabla N° 48: Secretario	85
Tabla N° 49: Administrador.....	86
Tabla N° 50: Activos Asociación Agroindustrial San Isidro	89
Tabla N° 51: Empaque de la Higuierilla	90
Tabla N° 52: Información Básica del Producto.....	93
Tabla N° 53: Información Básica del Embarque	93
Tabla N° 54: Información Adicional.....	94
Tabla N° 55: Cálculo del Cubicaje del Vehículo de 30 Tn	95
Tabla N° 56: Datos Relevantes	96
Tabla N° 57: Manipulación en el Local del Exportador	97
Tabla N° 58: Documentación de Exportación	97
Tabla N° 59: Transporte Interno en Origen	98
Tabla N° 60: Agentes de Exportación	99
Tabla N° 61: Flete Internacional de las Mercancías.....	99
Tabla N° 62: Seguro Internacional de las Mercancías.....	100
Tabla N° 63: Almacenamiento de la Mercancía.....	100
Tabla N° 64: Documentos en Destino	101
Tabla N° 65: Agentes en Destino.....	101
Tabla N° 66: Impuestos que se Generan a la Importación.....	102
Tabla N° 67: Costos de los Términos de Negociación hasta Destino.....	103
Tabla N° 68: Precio del Producto al Término de Negociación	104
Tabla N° 69: Inversión Inicial del Proyecto	105
Tabla N° 70: Inversión Fija.....	105
Tabla N° 71: Capital de Operación	106
Tabla N° 72: Costos de Producción.....	106
Tabla N° 73: Gastos Administrativos.....	107
Tabla N° 74: Gastos de Exportación	107
Tabla N° 75: Gastos de Constitución	108
Tabla N° 76: Estructura Financiera del Proyecto.....	108
Tabla N° 77: Balance General Año 2015.....	109
Tabla N° 78: Estado de Resultados Año 2015.....	110
Tabla N° 79: Flujo de Efectivo Neto.....	111

Tabla N° 80: TIR, VAN, PR y CB	112
Tabla N° 81: Punto de Equilibrio con Financiamiento	113

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Principales Países Productores de Biodiesel, Estimación para 2010.....	23
Figura N° 2: Porcentaje de Ocupación de la Capacidad Instalada para la Producción de Biodiesel en España.....	23
Figura N° 3: Producción y Venta de Biodiesel en Colombia	50
Figura N° 4: Balanza Comercial Ecuador - Colombia	50
Figura N° 5: Cifras de Desempleo en el Ecuador.....	52
Figura N° 7: Proyección de la Demanda de Higuierilla (Ton/Año)	61
Figura N° 8: Proyección de la Oferta de Higuierilla (Ton/Año)	62
Figura N° 9: Modelo Operativo de la Propuesta	71
Figura N° 10: Localización Gráfica Para el Cultivo de Higuierilla.....	72
Figura N° 6: Proceso Productivo de Higuierilla	76
Figura N° 11: Mapa de Procesos Para la Exportación de Higuierilla.....	79
Figura N° 12: Logotipo de la Asociación Agroindustrial San Isidro	88

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Contacto con la Asociación.....	123
ANEXO N° 2: Contacto con el Cliente.....	123
ANEXO N° 3: Fotografías del Administrador de la Asociación Agroindustrial San Isidro llenando encuesta piloto. (Sr. Medardo Cadena)	125
ANEXO N° 4: Imágenes de la planta de higuierilla y el producto de exportación.....	126
ANEXO N° 5: Autorización de la Asociación Agroindustrial San Isidro para realizar la investigación.	127
ANEXO N° 6: Artículo Científico	127

RESUMEN EJECUTIVO.

La presente investigación trata sobre la búsqueda de oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de higuera desde la Provincia del Carchi- Ecuador, producto que es altamente comercial por sus derivados como el biodiesel y es un tema de gran importancia por contribuir a la ecología y al medio ambiente con un producto que no genera contaminación por parte del parque automotor de los diferentes países.

Dicha investigación se la realizó a través de un enfoque cualitativo y cuantitativo con los cuales se obtuvo características y cualidades del producto cuyos resultados fueron representados en figuras y tablas comparativas; además, se utilizó la investigación documental y de campo que nos permitieron sustentar la parte teórica y técnica con el estudio a productores de higuera en el Cantón Espejo y a los clientes en el país de destino.

Además, se realizó un estudio de mercado a tres países a los cuales se podría exportar la higuera, tomando en cuenta factores socioeconómicos, políticos, legales y geográficos para determinar a qué país es más factible la comercialización con la utilización de la matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), dando como resultado que el país más idóneo para la exportación es Colombia.

A través del presente proyecto se determina la factibilidad de exportación de este producto con una proyección de siembra de la Asociación Agroindustrial San Isidro, sin antes mencionar los beneficios de dicha planta en el exterior.

Colombia es un país en el que existen muchas empresas que compran el producto, algunas solicitan ciertas características de calidad mientras que otras están dispuestas a comprar cualquier cantidad de higuera sin importar la calidad de la misma.

Por otra parte, con el estudio de mercado realizado y el establecimiento de la empresa que adquirirá la higuera cultivada en la Asociación Agroindustrial San Isidro se ha realizado un análisis de los costos y gastos que se generarían al momento de realizar la exportación del producto desde su origen hasta su destino, logrando así obtener el precio de la higuera en destino.

Además, se ha realizado un análisis económico y financiero de los resultados que generaría esta transacción para la empresa a través de estados financieros como Balance General, Estado de Resultados, flujos de Efectivo, TIR, VAN, etc. logrando así demostrar que el proyecto es factible.

ABSTRACT.

This research is about finding international markets opportunities for the commercialization of castor oil plant (higuerilla) from Carchi Province, this product is highly marketable because of its derivatives such as biodiesel, as well as being a topic of great importance since it contributes to the environment because in other countries, transportation using this kind of fuel, and it does not generate pollution.

This research was conducted through a qualitative and quantitative approach with which characteristics and qualities of the product were obtained, and the results were presented in tables and comparative charts; documentary and field research allowed to relate the theoretical and technical part along with the study of castor oil plant producers in Espejo Canton and potential abroad customers.

In addition, a market study was conducted in three countries where castor oil plant can be exported, taking into account political, legal, socio-economic and geographical factors, to determine which country is more likely to use marketing and the POAM matrix, resulting Colombia the most suitable country for exportation.

Through this project, it was possible to determine the feasibility of exportation of this product based on a planting budget provided by the Agro-industrial Association "San Isidro", as well as letting to know the benefits of the plant abroad.

Colombia is a country where it is possible to find many companies who purchase this product, some of them request certain quality characteristics while others are willing to receive any amount of castor oil plant, regardless of the quality of it.

On the other hand, the market study and the establishment of the company that will buy the castor oil plant (higuerilla) grown in the Agro-industrial Association "San Isidro" has allowed to conduct an analysis of the costs and expenses at the moment of exportation.

In addition, there has been an economic and financial analysis of the results that this transaction will generate for the company through financial statements as: Balance Sheet, Income Statement, Cash Flow, IRR, NPV, etc. demonstrating this way, that this project is feasible.

INTRODUCCIÓN.

Para realizar el presente trabajo, se inició desde la búsqueda del tema de investigación, el cual se lo tomó en cuenta en base una investigación previa de la importancia de la higuera y sus múltiples derivados mirándola como una oportunidad de negocio, de ahí que se busco la colaboración de una asociación que se interese en el cultivo de productos no tradicionales, concretando con la Asociación Agroindustrial San Isidro para el proyecto de investigación.

En el Capítulo I, se realizó el planteamiento del problema de investigación, el cual fue solucionado a través del cumplimiento de los objetivos de la investigación, en donde se relaciona las oportunidades de mercados internacionales de higuera para su exportación desde la Provincia del Carchi, mientras que en los objetivos específicos establece los procesos que se realizará para cumplir con el objetivo del proyecto.

En el Capítulo II, se menciona los antecedentes investigativos que reflejan las causas por las cuales se pretende realizar la investigación, la fundamentación legal estableciendo los lineamientos legales que sustentan al proyecto y a la exportación de higuera, la fundamentación filosófica determinando las teorías de comercio exterior que se relacionan con el problema y la fundamentación conceptual donde se realiza una breve descripción de las variables de la investigación.

En el Capítulo III, se realizó el estudio de la metodología de la investigación, ahí se planteo el método, técnica e instrumento que se utilizaron en el presente proyecto, además, se estableció la población y muestra, la paralización de variables que detalla el contenido del presente trabajo y el procesamiento y análisis de información.

En el Capítulo IV, se establecieron las conclusiones y recomendaciones que se han obtenido después de realizar el estudio de los mercados internacionales en el capítulo anterior.

En el Capítulo V, se realizó el estudio de factibilidad para la exportación de higuera desde la Provincia del Carchi hacia Colombia, dicho estudio contiene un estudio técnico, económico y financiero, además, incluye la distribución física internacional, es decir, todo el proceso de exportación de la higuera desde el Cantón Espejo, Provincia del Carchi hasta Colombia en su destino final.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo a la investigación exploratoria se ha determinado que una de las falencias que existe en la agricultura ecuatoriana, es la falta de indagación de oportunidades de mercado para ubicar su producto, ya sea esto por desconocimiento o falta de información, por otra parte, los agricultores ecuatorianos se dedican al cultivo de productos tradicionales para cada región, sin incursionar en productos nuevos, perdiendo grandes oportunidades de negocios al igual que ven minimizar sus ganancias, el desconocimiento de productos, como es el caso de la higuera un producto considerado como plaga en la Provincia del Carchi, estas plantas son destruidas por la falta de información acerca de sus múltiples usos, los cuales pueden dejar grandes ganancias con la incursión de la misma en el mercado, la gente por lo general tiene resistencia al cambio y es por esa razón que no ha podido buscar un desarrollo.

Según Caldentey-Haro (2004) “La comercialización de productos agropecuarios abarca todo el proceso que media desde que el producto sale de la finca del productor hasta que llega a manos de consumidor final”. (p. 10)

Por su parte, la higuera es una planta útil para la fabricación de biodiesel, su aceite es un componente esencial para la fabricación de pinturas, lacas, barnices; la higuera es una planta oleaginosa su nombre científico es *Ricinus Communis* tiene ese nombre porque es un arbusto de tallo grueso, leñoso y hueco, de grandes hojas, su semilla es grande y jaspeada, la superficie es lisa y brillante, la cual contiene un aceite llamado ricina y se la cultiva en un clima

tropical, sub tropical y frío. El agricultor ecuatoriano desconoce las propiedades y bondades de la higuera lo que hace que no puedan desarrollarse y exista un estanco permanente en sus economías. (COLBIO, 2012)

Por otra parte, los Gobiernos Autónomos Descentralizados y demás instituciones estatales por desconocimiento, no ha investigado acerca de productos de este tipo, por ende, no ha impulsado la comercialización de los mismos y puede ser difícil que invierta en los mismos porque no poseen información previa de dichos productos o en ocasiones los agricultores no obtienen la inversión por el desconocimiento de como realizar un proyecto para recibirla del Estado, como también porque piensan que malgastarían su dinero al cultivar productos que hayan sido vistos desde generaciones como una plaga y no como una oportunidad de negocio.

Colombia es un país con muchos clientes para la comercialización de la higuera porque ellos tienen dificultades para su producción, ya sea por la inestabilidad política que existe en este país por los grupos irregulares o por el desinterés de los agricultores por el desconocimiento y escasa visión que pueden generar al decidir hacer rotación o cambio de productos en sus cultivos. (Acevedo-Ariza-Barrios, 2010)

En la mayoría de los países fabricantes de biodiesel utilizan productos alimentarios entre ellos la soya, aceite de palma africana, aceites vegetales, la utilización de estos productos es negativa porque hay desabastecimiento del mercado nacional alimentario si se decide producir biodiesel, por otra parte, es necesario tener en cuenta que en primer lugar deben satisfacerse el mercado nacional para posteriormente con el exceso dedicarlo a otros usos o si no hay suficiente producción nacional deben importarlo para satisfacer su demanda. (IICA, 2010)

Para la investigación de la exportación de higuera, se consideró necesario dar respuesta desde el punto de vista técnico científico a preguntas como ¿Para qué es necesario exportar la higuera?, ¿Qué proceso se necesita para exportar higuera?, ¿Quiénes pueden ser sus posibles clientes?, ¿Qué normativa debo seguir para exportar higuera?, ¿Qué tipo de transporte es más factible para la exportación ?, ¿Desde qué puertos es más factible exportar la higuera?, estas preguntas son algunas cuestiones que se pretende responder con la elaboración del presente documento.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuyen las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de higuera desde la Provincia del Carchi -Ecuador?

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla N° 1: Delimitación del Proyecto

Sujeto	Oportunidades de mercados internacionales
Tiempo	1 año
Espacio	Catón Espejo
Grupo Objetivo	Asociación de productores en el Cantón Espejo de la Provincia del Carchi.

Elaborado por: Jesenia Pozo

1.4. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta el desarrollo económico de las demás provincias del Ecuador a través de la industria, la Universidad Politécnica Estatal del Carchi ubicada al norte de país pretende buscar el progreso de la misma, estableciendo mecanismos de investigación y búsqueda de oportunidades de negocio, para fortalecer la economía de los productores de la Provincia del Carchi y demostrar sus avances en educación, tecnología y conocimiento que

permitan establecer estrategias de mejoramiento económico a través de planes de exportación y transformación de materias primas.

En el Carchi la higuierilla, es un producto de sencillo cultivo, además, es un producto nuevo en el mercado que no posee competencia, pero necesita de investigación para demostrar su factibilidad de exportación a los demás países de mundo por ser un componente esencial para la producción de biodiesel que buscará proteger el medio ambiente, tema que en la actualidad toma una elevada importancia por el calentamiento global generado por las innumerables fábricas, que existen en el mundo, como también por la gran cantidad de vehículos que utilizan combustible a base de petróleo y que podría ser evitado en parte con la producción de biodiesel utilizando la higuierilla como materia prima para su producción. (Embrapa, 2005)

En cuanto a su alcance, esta investigación podrá abrir nuevos caminos para el planteamiento de situaciones similares y exportación de productos nuevos en el mercado, además, podrá dar la pauta de inversión, para la creación de empresas productoras de biodiesel en el país, que permitan no solo exportar un producto en el que se pueda aplicar un mínimo proceso, sino mas bien exportar un producto terminado aplicando los conocimientos académicos obtenidos como también buscar acuerdos que beneficien a la comunidad y a la población de la Provincia del Carchi para la creación y desarrollo de estos proyectos. (Vinuesa, 2013)

La higuierilla es dirigida especialmente a países desarrollados para su transformación porque son ellos quienes poseen la tecnología suficiente para fabricar biodiesel, años atrás Colombia intentó establecer el cultivo de higuierilla para fabricar biodiesel pero no existió la adecuada organización y no dio resultado a pesar de poseer un cliente en el mismo país, esta situación es una oportunidad para la Provincia del Carchi donde se podría impulsar la producción de esta planta para la exportación por tratarse de un producto no tradicional,

que no posee competencia y que puede obtener una gran demanda no solo en Colombia sino también en países desarrollados. Otro factor importante para la producción y exportación de este producto es que Colombia y Ecuador son países pertenecientes a la CAN y al ser la higuierilla un producto originario de Ecuador se liberaría del 20% de Advalorem y sería más conveniente realizar la exportación. (Corpoica, 2011)

Para la producción de higuierilla se necesita un clima trópico, subtropical y frío que oscila entre los 2500 metros sobre el nivel del mar, los suelos apropiados para su cultivo son los mismos en los cuales se puede dar maíz, tabaco, fréjol, es decir productos que no necesitan de mucha agua y que pueden sobrevivir en terrenos muy pobres, esto se puede afirmar gracias a que la higuierilla solo utiliza agua en el periodo de crecimiento pero en proporción menor a la de las demás plantas, la higuierilla tiene su primer ciclo productivo a partir de 170 y 190 días y si se pretende hacer que la planta tenga mayor producción se debe suministrar agua a partir de los 120 a 180 días, esto hace que se prolongue su producción por un periodo de 45 a 30 días, la planta además requiere de gran cantidad de sol en especial en el brote de yemas, porque es de esto que depende la gran cantidad de aceite que posee la semilla que oscila en el 50 %, es por esta razón que en un hectárea entran 1667 plantas las cuales son sembradas a 2 X 3 metros de distancia para cumplir con este factor. (HIGUEROIL)

Para la fertilización de suelo es necesario hacerlo ya sea con urea o con abono orgánico como la gallinaza, este proceso antes de la siembra que debe ser desinfectada con algún fungicida para evitar enfermedades de la planta , otra época en la cual se debe realizar fumigaciones es en la formación de flores y maduración del grano porque es ahí donde la planta se torna más susceptible a enfermedades la producción pueda ser óptima, si solo con el control de malezas la planta puede aumentar su producción en un 20%, en la cosecha no se utiliza ningún fertilizante y debe ser cosechada y puesta a secar al sol en plásticos

negros para que así abran las cápsulas donde encontramos la semilla y podamos almacenarla libremente porque puede durar hasta dos años sin perder sus propiedades fisicoquímicas. (HIGUEROIL)

Las condiciones que necesita la planta de higuera para crecer se adaptarían fácilmente en zonas como Bolívar, Chical, Maldonado, El Ángel, así como en la Provincia de Imbabura

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

- ♣ Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de higuera desde la Provincia del Carchi- Ecuador.

1.5.2. Objetivos Específicos

- ♣ Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado internacionales y la comercialización de higuera.
- ♣ Diagnosticar las oportunidades internacionales y la oferta de higuera para su comercialización desde la Provincia del Carchi.
- ♣ Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de higuera desde la Provincia del Carchi hacia el mercado de Colombia

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El desarrollo del presente trabajo se lo ha establecido en base a los siguientes antecedentes:

En el primer antecedente relata sobre *la obtención del biodiesel a partir del aceite de semillas oleaginosas de la Provincia de Chimborazo*, esta investigación se refiere al proceso de extracción de aceite y producción de biodiesel a partir de semillas oleaginosas que pueden ser cultivadas en la Provincia de Chimborazo. Esta investigación da una descripción detallada de lo que es la higuera como también la composición de su aceite, beneficios, propiedades fisicoquímicas del aceite de higuera y del biodiesel que se produce, características que son indispensables para la investigación que se realizara, tomando en cuenta que la demanda se calculará a partir de la producción de biodiesel que es el principal mercado para este producto a pesar de las múltiples funciones que se le puede dar. (Arancibia & Calero, 2011)

El segundo antecedente se refiere a *el comportamiento eco fisiológico de variedades de higuera (Ricinus communis L.) para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agro ecosistemas colombianos*, el cual detalla la producción de tres especies de higuera en diferentes zonas entre las cuales tienen un clima cálido, templado y clima frío, esta investigación nos sirve porque nos proporciona el mejor rendimiento del tipo de higuera dependiendo del clima, en el que será cultivada para de esa forma emplear ese tipo de higuera en donde se desee sembrarla en la Provincia del Carchi y esperar un posible resultado de producción, además nos da a conocer la situación de los biocombustibles y como es utilizado el aceite de higuera como manufactura

para realizarlo y su proceso de producción a través del aceite de higuera. (Córdova, 2012)

El tercer antecedente es un *plan de negocios para el cultivo de higuera, Estudio de Caso Municipio de Balboa (Risaralda)*, donde son analizados datos de mercado y como se realizaría la comercialización de este producto, además, se hace un estudio de los costos y gastos que genera el cultivo de la misma, estos costos son sacados por hectárea que es lo ideal para obtener cuanto se gastaría al año en un cultivo de esta planta, también contribuye con información general sobre la higuera y un estudio del mercado colombiano uno de los países objetivos para la presente investigación (Rodríguez & Duque, 2010)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La elaboración de este proyecto se encuentra sujeto de acuerdo a la Constitución de la República de Ecuador 2008, (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones) COPCI, Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) y otros organismos como acuerdos internacionales en donde se encuentra el Acuerdo de Cartagena de la CAN

Tabla N° 2: Normativa Ecuatoriana

Documento Legal	Artículos
	<p>Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.</p> <p>4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.</p> <p>Art. 304.- Fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.</p> <p>Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente</p>

<p>Constitución de la República de Ecuador 2008.</p>	<p>responsables, de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.</p> <p>Art. 416.- Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores, y en consecuencia:</p> <p>12. Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados.</p>
<p>Plan Nacional del Buen Vivir (Objetivos del Buen Vivir)(2013-2017)</p>	<p>Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población</p> <p>Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global</p>
<p>Decisión 416 Normas de origen de la Comunidad Andina de Naciones</p>	<p>Artículo 1.- Para los efectos de esta Decisión se entenderá por: <i>Originario u originaria:</i> Todo producto, material o mercancía que cumpla con los criterios para la calificación del origen, establecidos en el Capítulo II de la presente Decisión. <i>Íntegramente producidos:</i> a) Los productos de los reinos mineral, vegetal y animal incluyendo los de caza y pesca, extraídos, cosechados o recolectados, nacidos o capturados en su territorio o en sus aguas territoriales, patrimoniales y zonas económicas exclusivas</p> <p>Artículo 2.- Para los efectos del Programa de Liberación previsto en el Acuerdo de Cartagena y conforme a lo dispuesto en la presente Decisión, serán consideradas originarias del territorio de cualquier País Miembro, las mercancías: a) Íntegramente producidas de acuerdo con lo establecido en el artículo 1º de la presente Decisión.</p> <p>Artículo 6.- Las mercancías originarias conforme a esta Decisión y a las Resoluciones sobre requisitos específicos de origen, gozarán del Programa de Liberación, independientemente de la forma y destino del pago que realice el país importador.</p>
<p>(Código Orgánico de Producción Comercio e inversiones) COPCI</p>	<p>Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.</p> <p>Art 4.- literal c) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas</p> <p>o) Fomentar y diversificar las exportaciones</p> <p>Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá</p>

	<p>mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:</p> <p>a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.</p>
--	---

Fuente: Revisión Documental

Elaborado por: Jesenia Pozo

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Las teorías que se relacionan con la presente investigación son las siguientes:

Tabla N° 3: Teorías Utilizadas en la Investigación

TEORÍA	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
<p>Teoría de la Ventaja Absoluta Pensamiento de Adam Smith.</p>	<p>En la riqueza de las naciones, publicado en (1776) estableció que la verdadera riqueza de los países no radicaba en tener grandes pilas de oro y plata en la tesorería, si no en un constante incremento en la calidad de vida de sus ciudadanos.</p> <p>A partir de este supuesto Smith contribuyo a la teoría clásica con dos grandes aportaciones: La ventaja absoluta y la división del trabajo.</p> <p>Smith observo que algunos países, debido a la habilidad de sus trabajadores o a la calidad de sus recursos, podían producir los mismos productos que otros en menos horas de trabajos, eficiencia a la que denomino ventaja absoluta.</p> <p>Teoría de la división internacional del trabajo, la cual consistía en lo siguiente: Los estados debían especializarse en la producción de aquellos artículos de exportación en los cuales tuvieran mayor ventaja comparativa, por su alta calidad y bajo precio.</p>	<p>Esta teoría se relaciona con mi proyecto porque Ecuador no es un país que tenga una gran reserva monetaria pero si se puede lograr un incremento en el nivel de vida de los ciudadanos a través de una ventaja absoluta basada en la calidad de sus recursos y del trabajo de las personas se lo puede lograr con una especialización en este caso en la producción de higuera logrando ingresar en el mercado internacional con un producto de calidad y competitivo.</p>

<p>Teoría de la Ventaja Comparativa.</p> <p>Pensamiento de David Ricardo</p>	<p>Aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podía ser relativamente más eficiente que otro en un producto determinado, situación a la que denomino principio de la ventaja comparativa.</p> <p>Debe importar el producto con la mayor desventaja comparativa o en el que tenga la menor ventaja comparativa.</p> <p>La teoría de los costos comparativos incrementara su comercio exterior debía vender en el extranjero mercancías en las cuales tuviese una ventaja de precio.</p>	<p>Nuestro país en la actualidad cuenta con algunos productos en los cuales es competitivo pero existen productos en los cuales no hemos desarrollado esa competencia como es la higuera que podríamos adquirirla en otros países en los cuales la están estudiando y no han podido impulsar su producción masiva y crear una ventaja comparativa con el cultivo de esta planta para la exportación masiva de este producto.</p>
<p>Teoría de Demanda Reciproca</p> <p>Pensamiento de John Stuart Mill</p>	<p>Dentro de un sistema de costos comparativos y de división internacional del trabajo, el comercio de exportación de un país se fortalecerá que el mismo compre o importe mercancías producidas en otro país.</p> <p>El éxito de un país es mantener el superávit relativo de sus exportaciones sobre sus importaciones, pero no solo exportar y no importar.</p>	<p>Todo país quisiera aplicar esta teoría porque a través de la misma los países deberían tener superávit en la balanza comercial con relación a otros países con los que tiene negociaciones, la exportación de higuera puede contribuir a las exportaciones de Ecuador y ayudar a que se aplique este fin.</p>
<p>Nueva Teoría del Comercio Exterior.</p> <p>Pensamiento de Paul Krugman</p>	<p>Montó su teoría partiendo del concepto de las “economías de escala” mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores. La integración de los citados planteamientos concluyó en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada, denominándose la teoría de la “nueva geografía” económica, gestada desde 1979 por el mismo nobel y desarrollada posteriormente.</p>	<p>La economía de escala es muy buena para aplicarla en la producción de la higuera porque esta planta debe ser sembrada en grandes hectáreas de terreno para que sea más rentable, además también se lo debe hacer por su periodo de producción que generalmente es de un año y para poder satisfacer una parte de la demanda es necesario implantar grandes cultivos de higuera a menor costo.</p>

Fuente: (Mojjamad, 2011)

Elaborado por: Jesenia Pozo

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.4.1. Oportunidad de mercados internacionales

Son oportunidades para hacer negocios en el exterior y expandir una empresa a otros lugares del mundo, en general la mayoría de empresas que aprovechan este sistema son las grandes corporaciones, las cuales tienen una gran escala de producción y pueden satisfacer el mercado nacional y tienen capacidad de producir mucho más para la exportación, aunque en la actualidad existen agencias de promoción de exportaciones y algunas efectivas embajadas y consulados que procuran ayudar a empresas medianas y pequeñas para fomentar la exportación de sus productos, pero a pesar de la acción que realizan estas instituciones en el mundo globalizado al igual que existen muchas oportunidades de mercados internacionales o de hacer negocios existen un sin número de competidores los cuales buscan obtener una cuota de mercado, es por tal motivo que se debe estudiar bien el mercado para saber si se es competitivo y si se podrá cumplir con el objetivo propuesto. (Mizrahi, 2012)

Para estudiar las oportunidades de mercados internacionales es necesario realizar un análisis de los factores macroeconómicos de los países a los que se pretende exportar, este estudio brinda una visión clara de la situación social, política, económica, comercial, tecnológica, geográfica, entre otros factores, que ayudan a determinar si el producto de exportación tendrá un acceso libre a ese mercado o necesita algún permiso o autorización previo o si tal vez está restringida la entrada y si el producto es aceptado o no en el país e incluso si las personas tienen la capacidad de adquirirlo dependiendo el tipo de producto que se pretenda exportar ya sea de primera necesidad o tecnología, etc.

2.4.2. Comercialización

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor a tiempo y en el lugar determinado para su consumo, es por tal motivo que para realizar una comercialización se debe estudiar a las empresas como tal, empezando por el conocimiento pleno del producto es decir sus ventajas y desventajas para el consumidor, como está fabricado , tiempo de consumo entre otros, también se debe conocer el entorno en el que se desarrolla la empresa comenzando para determinar si se tiene capacidad instalada para la producción de mayor cantidad de productos que satisfagan la demanda nacional y para a continuación satisfacer parte de la demanda internacional con el producto, estudiar los factores políticos, económicos, comerciales y legales en el país para determinar si no está prohibida la exportación del mismo y que requerimientos se necesita para poder exportarlo, para establecer si existe algún acuerdo comercial que beneficie su comercialización con el país destino y por último es necesario realizar un estudio de factibilidad para la exportación del bien o servicio en donde se detallan las ventajas y desventajas para la exportación del mismo y la rentabilidad proyectada que se obtendría con la misma.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

- ♣ **Advalorem.-** Los derechos AD-VALOREM, o "según su valor" consisten en un porcentaje sobre el valor de la mercancía, el cual para el caso de Ecuador está establecido en el Arancel Externo Común. (GUIASONLINE)
- ♣ **Biodiesel.-** Se trata de un combustible que se obtiene por la transesterificación de triglicéridos o aceite. El producto obtenido es muy similar al gasóleo obtenido del petróleo y puede usarse en motores de ciclo diesel. (BIODIESELSPAIN, 2006)

- ♣ **Comercialización.-** Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (Rivadeneira, 2012)

- ♣ **Demanda.-** Disposición de un agente económico para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. (ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA, 2009)

- ♣ **Higuerilla.-** Es una planta arbustiva de 1 a 5m de altura, con los tallos huecos, ramificados y de color verde o rojizos. Las hojas están partidas de 5 a 8 segmentos, en forma de estrella, con los nervios de color rojizo, sus bordes tienen dienteillos de tamaño irregular. Sus flores se encuentran en racimos, y los frutos son cápsulas espinosas que contienen 3 semillas grandes, lisas algo aplanadas y jaspeadas. (Marmolejo, 2007)

- ♣ **Mercados.-** Es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. (Thompson, 2011)

- ♣ **Oleaginosas.-** Las plantas oleaginosas constituyen uno de los grandes grupos de cultivos de mayor producción, investigación, experimentación y comercialización mundial; precisamente por ser plantas útiles, cuyas semillas, granos o frutos tienen un alto porcentaje de ácidos grasos y proteínas de alta calidad. (Comité Nacional Sistema Productos Oleaginosos, 2012)

- ♣ **Oportunidades de Mercados.-** Es una determinada situación en la que existen personas, empresas u organizaciones con una necesidad o deseo, poder adquisitivo y disposición para comprar, en el cual, existe

una alta probabilidad de que alguien pueda satisfacer esa necesidad o deseo a cambio de obtener un beneficio o utilidad. (Thompson, Promonegocios, 2005)

- ♣ **Oportunidades de Mercados Internacionales.**- Permite determinar las posibilidades existentes de transformar las ventas potenciales en ventas reales, y también conocer si la inversión realizada es rentable. La evaluación debe ser global y se tiene que considerar el tamaño del mercado, la demanda, la presencia de la competencia, el volumen de inversión, la cuota del mercado que se puede alcanzar y la previsión de ventas. (Cabot)

- ♣ **Ricinus Communis.**- Planta arborescente de la familia euforbiáceas, de hojas muy grandes pecioladas, flores monoicas y fruto capsular. (DICCIONARIO ENCICLOPEDICO VOX1, 2009)

2.6. IDEA A DEFENDER

- ♣ Identificación de Oportunidades de Mercado Internacionales para la comercialización de Higuera desde la Provincia del Carchi.

2.7. VARIABLES

- ♣ **Variable independiente:**

Oportunidad de mercados internacionales

Es independiente porque las oportunidades de negocio se presentan sin depender que exista la producción de dicho producto o no para satisfacerlo y de la no satisfacción completa de las oportunidades de negocio depende la comercialización de un sinnúmero de productos.

♣ **Variable dependiente :**

Comercialización

Es dependiente porque no puede satisfacerse como tal, es decir si no hay oportunidades de negocio no se puede realizar la comercialización de cualquier bien o servicio e indirectamente la producción del mismo.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación es cualitativo porque nos permite estudiar las características y cualidades de producto de investigación que en este caso es la higuera, además de estudiar sus utilidades ventajas y desventajas para su comercialización, por otra parte se utilizó un enfoque cuantitativo a través del cual se cuantificó los resultados de la investigación en tablas y figuras comparativos con los cuales se logró plasmar conclusiones y análisis acerca del tema de investigación.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de investigación que se utilizó es la de campo porque a través de la modalidad de campo se puede estudiar los hechos sistematizados en el lugar en el que se producen, en este caso se aplicaron los instrumentos de investigación a los productores de higuera del Cantón Espejo, que es el lugar donde se realizó la investigación y determinar su disposición a producir higuera para la exportación, por otra parte se utilizó la investigación documental para sistematizar la información primaria y secundaria que sustentara la presente investigación.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Se realizó una investigación exploratoria, que consiste en la búsqueda de información referente al tema como antecedentes, características, origen, producción y proyección, por otra parte utilizaremos también la investigación descriptiva determinando las características del proyecto e identificando las

particulares esenciales para la comercialización como son los gustos y preferencias del cliente, la periodicidad de compra del producto, el tipo de higuierilla de preferencia, los competidores, la legislación de los países oferentes y demandantes, restricciones acerca de la importación de higuierilla y de esta manera hacer que la investigación tenga un rumbo determinado hacia la exportación de la misma al país más apto para su comercialización, de igual manera nos apoyaremos en la investigación explicativa que permitió dar explicación de los fenómenos que se presenten en la investigación, además, permitirá identificar las causas que los provocan

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Tabla N° 4: Población y Muestra de la Investigación

OFERENTE	DEMANDANTE	
Asociación Agroindustrial San Isidro	Colombia	Empresa Industria
	Argentina	Empresa Industria
	España	Empresa Industria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jesenia Pozo

La población y muestra del oferente estuvo determinada por los integrantes de la Asociación Agroindustrial San Isidro que cuenta con 27 socios y le interesa el cultivo de la higuierilla, mientras que para el demandante esta las empresas o industrias de Colombia, Argentina y España.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla N° 5: Operacionalización de la Variable Independiente

IDEA A DEFENDER: Identificación de Oportunidades de Mercado Internacionales para la comercialización de Higuierilla del Carchi.							
VARIABLES	CONCEPTUALI.	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: OPORTUNIDADES DE MERCADO	Se puede partir de una necesidad que se perciba en el mercado y de un producto o servicio que sea creado o adaptado para satisfacerla es ahí en donde se generan las oportunidades de mercado por la necesidad que exista.	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)(COLOMBIA, ARGENTINA Y ESPAÑA)	Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB per cápita? ¿Cuál es el índice de riesgo país? ¿Cuál es el índice inflacionario? ¿Cuál es el IDH? ¿Cuál es el Índice de Competitividad Global? ¿Cuál es el índice de Oportunidades Para Hacer Negocios? 	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas	BANCO MUNDIAL
			Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la balanza comercial? 			SICE
			Legales	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de Higuierilla? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de Higuierilla? 			DIAN ALADI Diario Oficial de la Unión Europea
		Geográficos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación Índice de Desempeño Logístico? 	Banco Mundial			
		MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> Perfil del consumidor (necesidades, motivaciones, Hábitos de compra, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? 	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas	archivos, sitios web, documentos, libros, revistas
		PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> Importaciones Exportaciones Producción nacional Demanda insatisfecha Precios del producto Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? 			

Fuente: Capacitación UPEC
Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 6: Operacionalización de la Variable Dependiente

IDEA A DEFENDER: Determinar la oferta de Higuierilla de la provincia del Carchi Ecuador para la exportación							
VARIABLES	CONCEPTUALI.	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	Conjunto de acciones que permiten determinar que producto o servicio se debe vender y a donde se lo debe hacer	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> 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 Higuierilla? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de Higuierilla? ¿Cuál es la balanza comercial de Ecuador? 	Fichaje Observación (Análisis bibliográfico y linkográfico)	Fichas cuestionario	Archivos, sitios web, documentos, libros, revistas
			<ul style="list-style-type: none"> Factores socio económico del ofertante 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Existen ofertantes de este producto? 			
		PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> Características del producto 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál son las características del producto? 	Fichaje, entrevista y proyecciones	Fichas, cuestionarios	Posibles Productores
			<ul style="list-style-type: none"> Costos de producción 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles podrían ser los proveedores? ¿Cómo se calcula el costo de producción del producto? 			
			<ul style="list-style-type: none"> Oferta exportable 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál sería la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? 			
		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		<ul style="list-style-type: none"> Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico 	Proyecciones	Proyecciones	Datos de la investigación

Fuente: Capacitación UPEC

Elaborado por: Jesenia Pozo

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para iniciar con la recolección de información se utilizó la técnica de la observación que permitió recoger datos del crecimiento de la higuera en su estado natural como plaga, describir sus características y propiedades para su internacionalización y el conocimiento de los productores sobre la exportación.

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta que tuvo como instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas que se aplicó a los miembros de la Asociación Agroindustrial San Isidro del Cantón Espejo los cuales fueron encargados de proporcionar la información requerida.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

La información fue procesada a través del paquete informático Excel, a través del cual se analizó y elaboró cuadros y tablas estadísticas las mismas que nos ayudaron a interpretar los resultados acerca del producto; se estableció el país destino más idóneo para la comercialización de la higuera, sus propiedades, el proceso de producción, y la disponibilidad de la asociación para producirla, además se incluiría el proceso de comercialización y rendimiento.

Además, se utilizó el Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), el cual permitió estudiar a tres países, tomando en cuenta los factores más relevantes para la investigación como: socioeconómicos, políticos, legales, geográficos, entre otros, y con los resultados obtenidos se realizó una ponderación de uno a tres de dichos factores de acuerdo a la situación de cada país, considerando a uno como la ponderación más baja y a tres como la más alta, se calculó los respectivos promedios y se obtuvo el país idóneo para la exportación.

Por otra parte con los resultados obtenidos se planteó una propuesta a través de un estudio de factibilidad para la producción de la higuera en el Cantón Espejo y su comercialización desde la Provincia del Carchi al país destino determinado.

3.8. ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS

3.8.1. Determinación de Mercados Alternativos

Para determinar los mercados alternativos para la exportación de higuera se ha planteado el objetivo de estudiar a tres bloques económicos que tengan capacidad instalada para la producción de biocombustibles y en especial de biodiesel que es el producto final del procesamiento de la higuera, los bloques económicos a los que se quiere llegar son la CAN, MERCOSUR y la UE, de los cuales se ha tomado un país de referencia para su estudio.

El primer país al que se lo ha tomado como alternativa de negocio es Colombia perteneciente a la Comunidad Andina de Naciones (CAN), este país es muy importante para el estudio porque es uno de los que mayores investigaciones tiene sobre el cultivo de la higuera y sobre sus múltiples funciones, además, es uno de los principales productores de biocombustibles de acuerdo a CEPAL y existen algunas empresas que se dedican a la producción de biodiesel en este país. (CEPAL, 2011)

Argentina es otro país escogido para su posterior investigación, este país pertenece al Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y es un país que se encuentra en segundo lugar en la producción de biodiesel en relación a América Latina y el Caribe, este proviene en su totalidad del aceite de soya porque no existe conocimiento de la higuera y su rendimiento para la fabricación de biodiesel. (CEPAL, 2011)

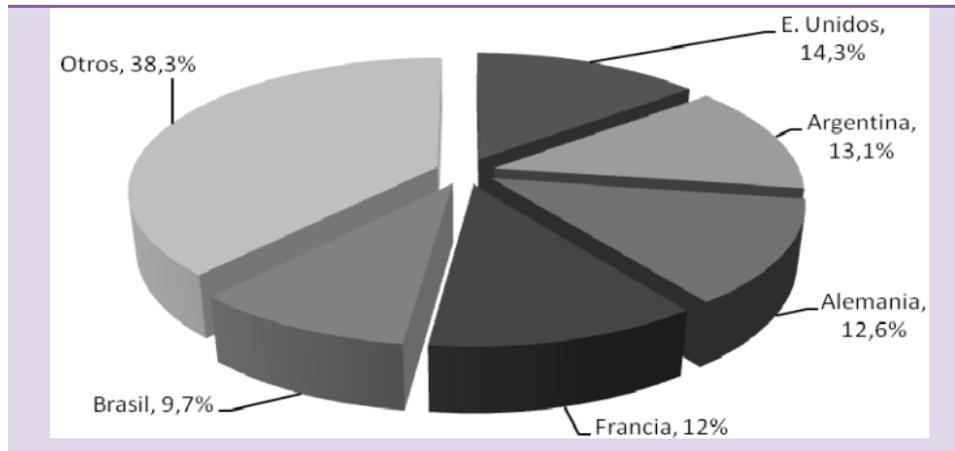


Figura N° 1: Principales Países Productores de Biodiesel, Estimación para 2010

Fuente: (CEPAL, 2011)

Por otra parte España perteneciente a la Unión Europea (UE) es el segundo país en la producción de biodiesel en este bloque económico para el año 2010 este es un buen país para la exportación de materia prima para la producción de biodiesel porque tiene una gran capacidad instalada para la producción de biodiesel pero solo se utiliza un 10% de esa capacidad y la necesidad de consumo de este bloque es muy elevada por lo cual el 60% del biodiesel que utilizan es importado. (Infinita Renovables, 2010)

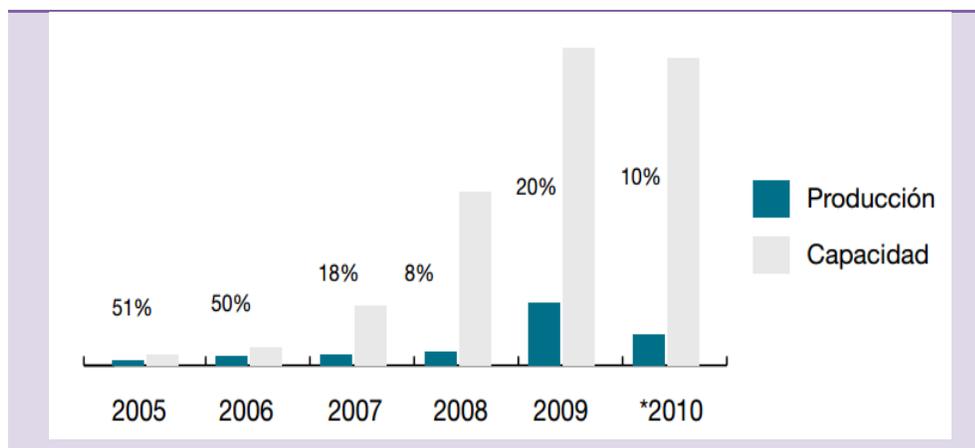


Figura N° 2: Porcentaje de Ocupación de la Capacidad Instalada para la Producción de Biodiesel en España

Fuente: (Infinita Renovables, 2010)

3.8.1.1. Factores Externos

3.8.1.2. Factores Socioeconómicos

♣ PIB Per cápita

Es la relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año por la economía de una nación o estado y el número de sus habitantes en ese año. Se utiliza internacionalmente para expresar el potencial económico de un país. Debido a que el estándar de vida tiende generalmente a incrementarse a medida que el PIB per cápita aumenta, éste se utiliza como una medida indirecta que mide la calidad de vida de la población en una economía. Además, este índice puede ser utilizado para la presente investigación porque determina el país que tiene un mayor potencial económico de los mercados alternativos y a la vez el país que puede adquirir mayor cantidad del producto que se pretende exportar, además de que expresa la riqueza media de los países en una medida homogénea del poder de compra.(PANORAMA EDUCATIVO DE MEXICO, 2009)

Tabla N° 7: PIB Per Cápita Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2013	7.831	14.715	29.863
2012	7.763	14.680	28.993
2011	7.125	13.694	31.975

Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

En los últimos años, el ingreso per cápita presentó un incremento en el total nacional, las cabeceras y el resto del territorio, con los resultados obtenidos se muestra que para el total nacional el crecimiento se concentra en la parte media de la distribución al igual que las cabeceras y con relación al resto,

este sector representa un mayor crecimiento hacia los extremos de la distribución del PIB per cápita, esto se debe a que se han producido más bienes colombianos y el PIB per cápita por ende ha aumentado. (DANE, 2013)

Argentina ha incrementado paulatinamente su PIB per cápita porque tiene gran cantidad de productos realizados en el país en especial en el sector agrícola que está constituido por la actividad ganadera y el cultivo de cereales y cítricos en especial de la soja y caña de azúcar para la elaboración de biocombustibles, por otra parte, en cuanto a la actividad industrial se desarrolla la preparación de alimentos y el sector automotriz, además, se ha desarrollado la creación de software, call centers, energía nuclear y turismo, todo esto ha contribuido al crecimiento del PIB per cápita. (World Bank, 2015)

La principal causa de que el PIB per cápita de España haya decrecido ha sido por la crisis económica que se dio en la Unión Europea, por otra parte este indicador ha disminuido por la gran deuda que tiene el país y por una política económica errónea que no ha dado buenos resultados como lo esperaban en España lo cual ha hecho que se convierta en el país en el que más crece la desigualdad de la UE, aunque el país ha tenido un poco de mejoría no es muy notoria en comparación con los países que tienen mejor economía de la Unión Europea. (Pérez, 2014)

♣ **Inflación**

Es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, la inflación determina la capacidad de consumo de un país porque hace que el nivel de precios se incremente y

disminuya el poder adquisitivo del dinero es por tal razón que este indicador es esencial para la investigación porque si un país tiene mayor inflación su capacidad de compra disminuye y puede ocurrir que no se de la compra del producto por el alza de precios que esta repercute mientras que si la inflación es baja un país puede tener mayor capacidad de compra de productos.(Vargas, 2008)

Tabla N° 8: Inflación Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2013	2,0	10,90	1,4
2012	3,2	10,80	2,4
2011	3,4	9,5	3,2

Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2013)/(Mexicomaxico,2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

La inflación de Colombia ha disminuido en los últimos años porque a medida que suben los precios de algunos artículos otros tienen descenso los que hace que se compense esa subida de precios y que la inflación no aumente, otro aspecto importante es la reforma tributaria que establece una disminución en el impuesto sobre las ventas o IVA en servicios como el de los restaurantes y en productos agropecuarios, así como un recorte en los impuestos de los combustibles y hace que en el 2013 se haya bajado más la inflación.(América Economía, 2013)

Argentina tiene una de las más elevadas inflaciones de América del Sur, esto se debe a que no posee una Política Fiscal y Monetaria responsable y el incremento de su inflación se ha dado porque existe un aumento sostenido y sistemático del gasto público financiado con emisión monetaria y el gobierno ignora que esa política es pro-inflacionaria, en adhesión el aumento de precios relevado por el Congreso hizo que la inflación de Argentina subiera mucho mas. (Noticias, 2012)

La variación de la inflación de España se debe principalmente al aumento y disminución de los precios del petróleo ocasionando una variación pero a su vez que no sufriera de elevaciones exageradas y se mantuviera en el rango previsto, por otra parte el Gobierno tomo medidas para reducir el Gasto público y aumentar los ingresos, estas medidas consistían en la subida del IVA y el aumento de la contribución de los consumidores a la financiación de los medicamentos, estas medidas hicieron que la inflación subiera pero no a gran escala.(Laborda, 2013)

♣ **Balanza Comercial**

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones este puede ser un superávit si las exportaciones son mayores y un déficit si las importaciones son mayores, por otra parte la balanza comercial permite determinar la competitividad de un país para la venta de sus mercancías en relación a sus compras y esto servirá para la presente investigación porque dara la oportunidad de mejorar la competitividad del Ecuador en la exportación de productos no tradicionales. (Coello, 2012)

Tabla N° 9: Balanza Comercial Total Mercados Alternativos (Millones de USD)

	Colombia	Argentina	España
2013	(575)	9023	(23418)
2012	1014	12419	(42259)
2011	2746	10014	(69954)

Fuente: (Aladi,2013)(Datosmacro, 2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

La Balanza Comercial de Colombia disminuyó porque se ha realizado grandes importaciones de combustibles y productos de las industrias

extractivas y de manufacturas y esto ha hecho que exista un déficit en la balanza comercial. (DANE, 2012)

La variación del saldo de la Balanza Comercial de Argentina se debe a la imposición de Licencias no Automatizadas en el 2010 y 2011, pero estas no dieron un buen resultado como lo hizo la Declaración Jurada Anticipada de Importación la cual logró disminuir significativamente las importaciones de este país en el 2012, de allí que el saldo de la Balanza Comercial a decrecido porque la mayoría de exportaciones realizadas se han hecho de productos de bajo valor agregado y bajo valor comercial. (Gastón, 2013)

Las variaciones de la Balanza Comercial Española se generan porque existen mayores exportaciones de bienes de equipo y alimento que exportaciones automotrices que se han reducido siendo este el sector con mayor potencial de exportaciones de este país, en cuanto a las importaciones la mayor cantidad está determinada por productos energéticos entre los cuales se encuentran los derivados del petróleo, el petróleo y el gas los cuales se encarecieron gracias a una ligera depreciación del euro y el déficit de este país continúe.(Díaz, 2012)

♣ **IDH índice de desarrollo humano**

Es un indicador creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo para medir el progreso de un país. Tiene el objetivo de conocer no sólo los ingresos económicos de las personas en un país, sino también para evaluar si el país aporta a sus ciudadanos un ambiente donde puedan desarrollar mejor o peor su proyecto y condiciones de vida, para esto tiene en cuenta tres variables la esperanza de vida al nacer, PIB per cápita y educación, además este índice aporta a la investigación porque a través del mismo se podrá determinar el desarrollo de un país como tal y sus

repercusiones en el nivel de vida de sus habitantes haciendo con mayor o menor estabilidad. (Pampillon, 2009)

Tabla N° 10: IDH Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2013	0,711 puntos con lo que se situó en el puesto 94	0,808 puntos con lo que se situó en el puesto 47	0,869 puntos con lo que se situó en el puesto 26
2012	0,708	0,806	0,869
2011	0,710	0,804	0,868

Fuente: (Datosmacro, 2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

En Colombia este indicador es considerado bueno con relación a América Latina pero esto no es general en todo el país porque en algunos departamentos tiene niveles muy bajos este es el caso de La Guajira y Chocó mientras que Bogotá tiene un nivel muy alto, esta desigualdad se debe a las diferentes condiciones en las que se encuentran las personas en este sector para obtener todos los índices que contiene este indicador. (El Espectador, 2013)

Argentina se encuentra en un alto nivel de Índice de Desarrollo Humano este crecimiento económico se debe principalmente a que el Gobierno ha implementado políticas sociales que beneficiaron más ampliamente a la sociedad, en especial a los pobres, además del aprovechamiento de mercados internacionales y la fuerte innovación en políticas sociales. (Hache, 2013)

Por otra parte España se encuentra en uno de los más altos niveles en el mundo aunque ha descendido algunos puestos de la lista sigue siendo un país con un buen nivel de vida de sus habitantes, dicho descenso se produce porque para estudios recientes del indicador se ha tomado en cuenta los aspectos medioambientales de los países, además otros países

como Eslovenia, Austria o Hong Kong han superado a España en el presente índice de ahí en adelante a pesar de la crisis que ha atravesado este país se ha ido manteniendo en su nivel, tratando de mejorarlo continuamente. (Forum Libertas, 2011)

♣ Índice de Competitividad Global

Este índice mide la utilización de los recursos que dispone un país y su capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad, el ranking se compone de 148 países y el índice estudia doce pilares que son agrupados en tres categorías: requerimientos básicos los cuales cubren las necesidades primarias de sus habitantes, factores de eficiencia que miden la eficiencia en educación superior, mercado laboral, mercado financiero y preparación tecnológica y los factores de innovación que determinan la misma como tal en el ámbito empresarial, este indicador sirve para medir la aptitud de un país o empresa para generar más riqueza para su gente que sus competidores en los mercados mundiales, además, con este índice nos permitirá tener un panorama de bienestar de un país para sus habitantes y su desarrollo en los tres parámetros que estudia. (Foro Económico Mundial, 2014)

Tabla N° 11: Índice de Competitividad Global Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2014	4,19 Ranking 69º	3,76 Ranking 104º	4,57 Ranking 35º
2013	4,18 Ranking 69º	3,87 Ranking 94º	4,60 Ranking 36º
2012	4,20 Ranking 68º	3,99 Ranking 85º	4,52 Ranking 36º

Fuente: (Foro Económico Mundial, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Colombia en los últimos cuatro años no ha tenido variaciones significativas en cuanto al puesto que ocupa en el ranking sin embargo al estudiar sus componentes el primer grupo determinado por el índice de requerimientos básicos a tenido un descenso especialmente en salud y educación en cuanto a los factores de eficiencia en el mercado de bienes decidió al igual que la preparación tecnológica a diferencia del mejoramiento que ha tenido el desarrollo del mercado financiero junto a educación superior y capacitación y en los factores de innovación y sofisticación teniendo un descenso en innovación pero pese a las variaciones que han sufrido sus componentes el ranking casi no ha variado en los últimos años. (Foro Económico Mundial, 2013)

Argentina ha tenido grandes descensos en cuanto al Índice de Competitividad Global, esto se debe principalmente a la mala estatización de la economía, producida porque las decisiones de gobierno no se han tomado basándose en la eficiencia económica por el contrario se han tomado de acuerdo al favoritismo político para llevar la contra a los que no son del mismo grupo político que ha llevado como consecuencia grave que el país no sea competitivo y que descienda muchos lugares en el ranking. (Latinoamérica Libre, 2013)

España tiene un alto ranking en el Índice de Competitividad Global, pero este se ha visto afectado por la crisis que atraviesa el cual ha hecho que tenga un descenso de algunos puestos en el ranking internacional de economías más competitivas, esto se dio porque el gobierno no ha corregido los errores que tiene su estructura económica, por otra parte España ha descendido por el deterioro de seis indicadores de los doce que estudia este índice y ha hecho que pierda competitividad de ahí en adelante se ha mantenido y no ha bajado o subido significativamente. (Libre Mercado, 2013)

♣ Oportunidades para hacer negocios (Doing Business)

Es un índice que permite medir la factibilidad que ofrecen un país para hacer negocios este ranking lo conforman 189 países, donde se incluyen normas que establecen y clarifican los derechos de propiedad y reduzcan los costos de resolver conflictos, incrementen la previsibilidad de las interacciones económicas y entreguen a los socios contractuales protección básica contra los abusos en los negocios internacionales, este índice permitirá determinar qué país da mayor factibilidad para realizar negociaciones para la exportación de higuera. (Datosmacro, 2014)

Tabla N° 12: Doing Business Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2014	53°	124°	32°
2013	42°	40°	46°
2012	44°	50°	42°

Fuente: (Datosmacro, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Colombia desde hace años atrás ha comenzado a mejorar su entorno regulatorio fortaleciendo políticas e instituciones para aumentar la productividad, acelerar el crecimiento económico y estimular la competitividad, estas reformas estuvieron constituidas por mejoras en tecnologías de información lo que hizo que las transacciones sean más eficientes y los costos disminuyan y se ha convertido en el país que más ha trabajado en mejorar este índice de Latinoamérica, gracias a los avances antes mencionados que ha tenido este país se le han abierto algunas puertas internacionales como el hecho de convertirse en miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (Banco Mundial & Corporación Financiera Internacional, 2013)

Argentina para el último año estudiado a decaído completamente en el Índice de Facilidad Para Hacer Negocios del puesto 40 en el 2013 al 124 en el 2014, esto se debe a múltiples irregularidades que se han dado en el país entre las cuales se menciona a costos laborales alto, paros, baja productividad, leyes laborales inflexibles, conflictividad, presión tributaria, alta inflación, dificultad para girar dividendos y también para importar y en algunos casos exportar productos, además esto ha conllevado a una salida de capitales grave del país.(Urien, 2014)

España a pesar de tener un índice de Facilidad Para Hacer Negocios alto también tiene su lado negativo en los indicadores que lo componen por ejemplo en el que mide la facilidad para comenzar un negocio, España se sitúa en el puesto 136 porque existe muchas trabas y puede demorar varios días y semanas para lograrlo, otro punto negativo es la imposición de impuesto que hace que este indicador descienda aunque ha habido políticas positivas como el cambio en la legislación laboral a pesar de esto según los analistas esperan que pueda empeorar porque España ocupa, en todos los índices, uno de los peores puestos de la OCDE (Grupo de Países Avanzados) y de la UE. (Soriano, 2013)

♣ **Situación del Biodiesel en Mercados Alternativos**

La situación del biodiesel en los diferentes países no es igual porque se puede presentar diferentes situaciones de acuerdo a las políticas y situación actual del procesamiento de materia prima para la fabricación del mismo, además, es indispensable determinar que un litro de diesel es equivalente a 0,85 kg, es decir, no tiene la misma densidad del agua que es la equivalencia de un litro a un kg.

Tabla N° 13: Situación de Biodiesel en Mercados Alternativos

		Colombia	Argentina	España
Producción Toneladas	2011	508 000	2 500 000	647 199
Consumo Interno Toneladas		431 345,57	700 000	1 632 782
Exportaciones Toneladas		7,65	1 700 000	225.813, 21

Fuente: (Flores, 2012)/(CARBIO, 2011)/(COBUSGROUP, 2011)/(Muñoz,2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Para Colombia la situación del biodiesel es muy diversificado porque permite el consumo del mismo mezclado con el diesel carburante logrando así un índice alto de consumo, para comenzar con el consumo se inicio con el 5% de biodiesel de mezcla y ha ido aumentando progresivamente de 5 en 5 llegando en la actualidad a un 20% para vehículo nuevos de mezcla con la nueva ley que implemento el gobierno para que se incremente el consumo del mismo.

En Argentina la producción de biodiesel ha ido en ascenso constante desde sus inicios a tenido un gran potencial logrando convertir al país en uno de los principales productores de biodiesel a nivel mundial con una gran instalación tecnológica, para este país su principal materia prima es la soja de la cual un tercio de su aceite total producido ha sido transformado en biodiesel ya sea para exportarlo o para su consumo internamente.

La producción de biodiesel en España no es tan elevada, pero si son elevadas las exportaciones que realiza, esto se da por la competencia desleal que existe del biodiesel importado desde Argentina e Indonesia y esto ha influido además en que no se pueda utilizar toda la capacidad instalada de las plantas procesadoras de este producto en el país, llegando solo a producirse el 10% de su capacidad instalada, en adhesión a lo anterior dicho el gravamen para la importación de biodiesel es menor que el de las materias primas para transformarlo. (Rico, 2013)

Tabla N° 14: Leyes que Incentivan al Consumo de Biodiesel en Mercados Alternativos

<p>Colombia</p>	<p>LEY 939 de 2004, Exceptúa del pago de tributos e incentiva la producción de biocombustibles a partir de aceites vegetales y animales para uso de motores a diesel en Colombia por un periodo de 10 años.</p> <p>CONPES 3510 / Marzo del 2008, (Lineamientos de Política Para Promover la Producción Sostenible de Biocombustibles en Colombia). Algunos ministerios deberán:</p> <p>Dar continuidad a la política de mezclas de biocombustibles con combustibles carburantes.</p> <p>Hacer investigaciones para determinar que el parque automotor esté en condiciones de utilizar porcentajes de mezclas superiores a los reglamentados, que la oferta nacional de biocombustibles cubra la demanda adicional de estos energéticos y que los estudios realizados permitan concluir que los beneficios son mayores que los costos que esto genera para la Nación y para los consumidores.</p>
<p>Argentina</p>	<p>Ley 26093 (2006), Régimen de Regulación y Promoción para la promoción y uso sustentable de biocombustibles.</p> <p>Resolución 7/2010, mediante la cual establece el abastecimiento del mercado interno y sus precios.</p> <p>Resolución 554/ 2010 Julio, por la cual establece el aumento del biodiesel en el diesel del 7%.</p> <p>Resolución 56/2012, en la cual se ratifica el abastecimiento del mercado interno y los precios.</p>
<p>España</p>	<p>Ley 34/1998 del Sector de Hidrocarburos (LSH), es una de las principales leyes que fomentan el consumo de biodiesel con un objetivo de consumo 5, 83% a partir del 2010 de acuerdo al Plan de Energías Renovables.</p> <p>Real Decreto-Ley 6/2000, promueve la utilización de los biocombustibles y se crea la Comisión para el uso de los biocombustibles.</p> <p>Real Decreto 61/2006, incorporación de hasta el 5% de biodiesel y bioetanol en combustibles carburantes con fines de transporte sin la obligación de dar especificaciones al consumidor.</p> <p>Real Decreto Legislativo 4/2004, donde permite la deducción del 10% de las inversiones realizadas en activos con el aprovechamiento de productos agrícolas, forestales o aceites usados para su transformación en biocarburantes.</p>

Fuente:(Ministerio de Minas y Energía, 2004)/ (Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2010)/(Carlos, 2012)/(Lozano, 2009)

Elaborado por: Jesenia Pozo

3.8.1.3. Factores Políticos

♣ La Política Comercial o Acuerdos Comerciales

Es el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo. Sirve como un mecanismo protector y de captación de recursos a través de la imposición de impuestos, se lo puede aplicar a la investigación a través del análisis de los acuerdos existentes en los diferentes países a los cuales se pretende exportar el producto y determinando si estos acuerdos comerciales le benefician al producto porque puede existir múltiples acuerdos pero estos a su vez no pueden generar ningún beneficio para la exportación de Higuierilla a estos países es por tal motivo que solo se menciona los acuerdos que benefician a la investigación. (Padilla, 2008)

Tabla N° 15: Política Comercial Mercados Alternativos

Colombia	Argentina	España
Comunidad Andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia)	Tratado de libre Comercio Colombia, Ecuador, Venezuela y MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	En negociaciones para firmar convenios comerciales (CAN-UE)

Fuente: (SICE, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

♣ Riesgo País

Se lo define como el grado de estabilidad económica y política de una nación, es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras, los conflictos más significativos están directamente relacionados con el mercado, el tipo de cambio, los riesgos de tipo laboral, los precios en esos países o los de tipo fiscal. Además, este índice cuando es elevado provoca una salida de capitales y esto conlleva a

la disminución de la demanda agregada, la caída del PIB y el aumento de desempleo porque los inversionistas sacan sus negocios del país por miedo a la pérdida total o parcial del mismo por las políticas generadas del gobierno. Este indicador es indispensable para la investigación porque permite determinar la estabilidad de un país ya sea económica o políticamente donde se puede establecer que riesgos se puede tener al momento de realizar la exportación ya sean provocados por grupos irregulares o también por leyes de gobierno que pueden afectar tanto a los inversionistas como a las relaciones comerciales del país. (Díaz-Gallego & Pallicera, 2008)

Tabla N° 16: Riesgo País Mercados Alternativos

		Colombia	Argentina	España
Riesgo Comercial				
Riesgo Político	CP			
	M/LP			
Situación Política		Estable	Relativamente Estable	Muy Estable
Economía Interna		Estado: Favorable Evolución: Estable	Estado: Regular Evolución: Negativa	Estado: Desfavorable Evolución: Negativa
Economía Externa		Estado: Regular Evolución: Estable	Estado: Desfavorable Evolución: Negativa	Estado: Desfavorable Evolución: Negativa

Fuente: (CESNET, 2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Colombia a pesar de los grupos irregulares como las FARK tiene una situación política estable y en la actualidad trata de llegar a un acuerdo de paz que termine con el constante conflicto, por otra parte Colombia y Ecuador mejoran sus relaciones al igual que con otros países, en cuanto a su economía es diversificada con una articulación favorable, este país posee

un entorno macroeconómico estable y datos de crecimiento sólidos, además posee un buen nivel de reserva monetaria. (CESCE, 2013)

En tanto a Argentina el gobierno se ha caracterizado por el carácter populista, en el país existe confrontación con la oposición y políticas de corte heterodoxo, acentuadas en los últimos años debido al deterioro de los saldos fiscal y exterior, complementándose con las movilizaciones populares a favor y en contra de gobierno, en cuanto a relaciones exteriores no es estable y tiene algunos conflictos y la imposición de licencias de importación a algunos países, este país puede sufrir un descontrol inflacionario, fuga de capitales y la caída del valor del peso generado por su situación económica. (CESCE, 2013)

España es un país muy estable en cuanto a su situación política pero en su economía interna no porque en la actualidad han llegado a caer los financiamientos por parte del sector público a causa de un endeudamiento que tiene el país el cual se ha triplicado para el 2014 eso hace que no tenga una buena economía interna y en relación a la situación externa este país tiene la necesidad de un financiamiento, además su cuenta comercial presenta un déficit que se ha mantenido por algunos años y se ha incrementado en algunos periodos por tal motivo se espera un empeoramiento de su economía. (CESCE, 2014)

3.8.1.4. Factores Legales

♣ Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. Estos impuestos o aranceles sirven de protección para los productos nacionales y es necesario conocerlos para determinar

que tan factible es la exportación de un producto a estos países, muchos países imponen algunas barreras arancelarias por lo cual resulta muy caro la importación de determinados productos porque se puede duplicar o triplicar su valor original es por tal razón que es necesario conocer las barreras arancelarias de los países alternativos y así determinar qué país brinda mayor factibilidad para realizar la exportación. (Faican, 2011)

Tabla N° 17: Barreras Arancelarias Mercados Alternativos

Colombia	Argentina	España
1207 30 90	1207 30 90	12 07 30 00
Arancel Externo Común 15%	Advalorem 8%	Exención
Acuerdo de Cartagena 0%		

Fuente:(DIAN, 2012)/(ALADI, 2012)/(Diario Oficial de la Unión Europea, 2012)

Elaborado por: Jesenia Pozo

♣ **Barreras No Arancelarias**

Son medidas de carácter administrativo, financiero, cambiario o de cualquier otra naturaleza que impida o dificulte la libre importación o colocación de productos en el mercado local por lo cual el exportador debe cumplir con los requisitos de entrada; esto repercute directamente en los costos y en el tiempo requerido para que el exportador pueda iniciar la comercialización de su producto en ese mercado. (Reyes, 2010)

De acuerdo al Gobierno de España, Ministerio de Economía y Competitividad se ha determinado que existen barreras no arancelarias que se aplican a las importaciones de ciertos productos en los países alternativos pero estas medidas no aplican para la importación del producto que se pretende exportar denominado en el Arancel Externo Común como Ricino. (Gobierno de España, 2014)

3.8.1.5. Factores Geográficos

♣ Índice de Desempeño Logístico

Refleja las percepciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos, y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño, este índice permitirá determinar qué país realiza mejores procesos logísticos de comercio exterior y cuál es el más factible para la exportación desde este ámbito, por otra parte con este índice se puede medir el desempeño de las aduanas, la calidad de la infraestructura y la puntualidad de los envíos de la mercancía de acuerdo a lo pactado en la negociación, además de otros factores como el transporte, el despacho de cargas y el almacenamiento de la mercancía. (Banco Mundial, 2014)

Tabla N° 18: Índice de Desempeño Logístico Mercados Alternativos

	Colombia	Argentina	España
2014	2,64	2,99	3,72
2012	2,87	3,05	3,70
2010	2,77	3,10	3,63

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Colombia tiene un Índice de Desempeño Logístico bajo porque cada vez empeora en los indicadores que se toman en cuenta para medirlo, en especial en infraestructura, rastreo de los embarques y tiempo requerido para el arribo de la carga al destino final, por tal motivo es que ha descendido 47 posiciones, por otra parte este país no ha tratado de mejorar

el indicador por el contrario se ha preocupado de establecer aranceles bajos el cual ha sido la única preocupación mercantil de las autoridades nacionales responsables del comercio exterior. (Espinosa, 2014)

En Argentina el nivel de Desempeño Logístico se lo considera bueno porque está a nivel mundial alto aunque se ha mantenido en el mismo puesto los analistas de este país piensan que debería emprender estrategias de mejora porque mientras se encuentra estable los demás países siguen mejorando y hacen que este nivel descienda, además el gobierno ha realizado una gran inversión en carreteras para mejorarlo porque este es una parte fundamental para el estudio del presente índice, por otra parte en cuanto a fronteras este país tiene una política pública que dificulta la movilidad y acelera el retroceso de este índice. (Barbero, 2014)

España se ha situado en el puesto 20 un nivel muy alto, esto se debe a que el país ha implementado mejoras de los recursos y su infraestructura, por otra parte este país cuenta con rutas de transporte más eficiente y una buena gestión logística, aprovechando bien los avances tecnológicos para la ampliación de su mercado internacional. (Jamart, 2012)

Tabla N° 19: Ponderación del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

TABULACIÓN	COLOMBIA				ARGENTINA				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB Per cápita	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
La Inflación			Medio	2			Alto	3			Bajo	1
Balanza Comercial	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
IDH índice de desarrollo humano	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
Índice de Competitividad Global	Medio	2			Bajo	1			Alto	4		
Doing Business	Alto	3			Bajo	1			Medio	1		
Biodiesel en Mercados Alternativos	Alto	3			Medio	2			Bajo	1		
	SUMA	13	SUMA	2	SUMA	9	SUMA	3	SUMA	14	SUMA	1
	PROMEDIO	2,17	PROMEDIO	2	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	3	PROMEDIO	2,333	PROMEDIO	1
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
La Política Comercial o Acuerdos Comerciales	Alto	3			Medio	2			Bajo	1		
Riesgo País			Bajo	1			Alto	3			Medio	2
	SUMA	3	SUMA	1	SUMA	2	SUMA	3	SUMA	1	SUMA	2
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	1	PROMEDIO	2	PROMEDIO	3	PROMEDIO	1	PROMEDIO	2
FACTORES LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Barreras Arancelarias	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
Barreras No Arancelarias	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0
	PROMEDIO	3,00	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Índice de Desempeño Logístico	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
	SUMA	1	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0

Fuente: (Lerma,2010) / (UPEC)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 20: Resultado del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

	COLOMBIA		ARGENTINA		ESPAÑA	
	OPORT.	AMENAZA	OPORT.	AMENAZA	OPORT.	AMENAZA
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2,17	2,00	1,50	3,00	2,33	1,00
FACTORES POLÍTICOS	3,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00
FACTORES LEGALES	3,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00
FACTORES GEOGRÁFICOS	1,00	0,00	2,00	0,00	3,00	0,00
SUMA	9,00	3,00	6,40	6,00	8,60	3,00
PROMEDIO	2,25	0,75	1,60	1,50	2,15	0,75
(O-A) SALDO	1,54		0,13		1,33	

Elaborado por: Jesenia Pozo
 Fecha: 05 de Enero del 2015

Con los resultados obtenidos a través de la matriz de ponderación del perfil de oportunidades y amenazas del medio y los resultados que la misma ha generado, se puede establecer muy claramente que el país más idóneo para la exportación de higuera es Colombia porque tiene un mayor puntaje en la ponderación de los factores analizados.

3.9. ANALISIS DE MERCADO

3.9.1. Demanda

El promedio de la demanda de las empresas colombianas que a continuación se detalla y que requieren de la higuera para su procesamiento, es de 155 000 a 165 000 toneladas anuales, mismas que no podrían ser satisfechas con las primeras producciones que se pretendería realizar en el Ecuador en la Provincia del Carchi, pero si se considera acertado manifestar que podríamos cubrir en un determinado porcentaje dicha demanda, además en la actualidad en la provincia del Carchi se está promocionando el cultivo de este producto porque presenta bajos costos en la producción y de esta manera contribuir a satisfacer la demanda insatisfecha del mencionado producto.

Tabla N° 21: Demanda de Empresas Colombianas Comercializadoras de Higuierilla (2010)

EMPRESAS NACIONALES	DEMANDA ESTIMADA (aprox.) Ton/año
Higeroil de Medellín	40.000
Gobernación de Caldas	10.000 a 20.000
Castor Oil Colombia	10.000
Green Oil	15.000
Colombiana de Biocombustibles S.A	10.000
FedeBiocombustibles	20.000
Corpoica	40.000
Alteagro	10.000
TOTAL	155.000 a 175.000

Fuente: (Rodríguez & Duque, 2010)

Adaptado por: Jesenia Pozo

Por otra parte también, se sabe que Colombia es el país idóneo para la venta de la higuierilla, por ser un país procesador de la misma de la cual obtiene el biodiesel que es utilizado en el parque automotor.

Y siendo el Ecuador un país vecino facilita la comercialización de este producto y satisface la demanda requerida. De ahí que en la actualidad existen dos empresas las cuales son más factibles para la exportación como Higeroil de Medellín y Agronegocios de Colombia, estas empresas tienen la siguiente demanda de higuierilla:

Tabla N° 22: Demanda de Higuierilla Empresas Destino (Ton/Año)

AÑO	HIGUEROIL	AGRONEGOCIOS
2010	40 000,00	8 000,00
2011	52 000,00	8 800,00
2012	64 000,00	9 680,00
2013	76 000,00	10 648,00
2014	88 000,00	11 713,00
2015	100 000,00	12 883,00

Fuente: Higeroil /Agronegocios

Elaborado por: Jesenia Pozo

3.9.1.1. Perfil del Consumidor

De acuerdo a una investigación realizada a las diferentes empresas demandantes de higuera para el presente proyecto se tomó en cuenta a dos empresas Higueroil de Medellín y Agro Negocios de Colombia porque no son muy exigentes a la hora de adquirir el producto, dan mayor información sobre la disponibilidad de compra del mismo a diferencia de las empresas que no son muy accesibles y son más rigurosas en la calidad de la misma.

Perfil 1.- Higueroil de Medellín es una empresa que se dedica a la distribución de la higuera en el país, producto que puede ser obtenido de la producción nacional o internacional para satisfacer parte de la demanda existente para la producción de biodiesel, para lo cual compra gran cantidad de higuera de cualquier variedad sin especificaciones ni solicitudes de muestras, además no es exigente en la calidad, por otra parte al ser las primeras siembras de higuera que se pretende impulsar en el Carchi no se puede asegurar una excelente calidad de la producción y conviene enviar el producto a un mercado que no sea exigente. La mencionada empresa en el 2010 registró una demanda de 60 toneladas de higuera mensuales mientras que en la actualidad puede demandar 100 toneladas de higuera al mes, este requerimiento resulta muy grande pero en la Provincia del Carchi se pretende sembrar de manera progresiva para satisfacer el requerimiento en un porcentaje que beneficie a productores y compradores. (Higueroil, 2015)

Perfil 2.- AgroNegocios de Colombia es una empresa que se dedica al fomento del cultivo de plantas oleaginosas y entre ellas toma muy en cuenta el cultivo de higuera para lo que la empresa ofrece asesoramiento y financiamiento para la compra de semillas, maquinaria, asistencia técnica dentro del país como también a en América Latina, todo lo anteriormente mencionado lo hace con el objetivo de obtener un buen producto y a la vez garantizar la compra del mismo a través de firmas de contratos de compra venta y conseguir aliados para cubrir

parte de su demanda, cabe mencionar además que la empresa tiene semillas mejoradas para el incentivo de la siembra lo que hace que la producción tenga un mayor rendimiento y exista una rentabilidad más elevada para el agricultor. (Agro Negocios de Colombia, 2015)

De lo anteriormente mencionado se desprende que el consumo de biodiesel en Colombia ha aumentado paulatinamente esto se debe a los planes de incentivo del gobierno y al fomento de leyes que determinan un consumo obligatorio de biodiesel mezclado con el diesel carburante, en la actualidad se pretende establecer un porcentaje de 15 y 20% de mezcla de biodiesel con diesel carburante (B15 y B20) lo que hace que la demanda de materia prima para la producción del mismo aumente, según Jens Mesa, (2014) de Fedepalma manifiesta que el consumo de biodiesel en el mundo ha aumentado en un 23% de dos millones de toneladas de biodiesel en el año 2000, a cerca de 30 millones en 2013, este aumento determina que los biocombustibles son una oportunidad de negocio no solo en algunos países sino a nivel mundial el cual está en constante crecimiento por la conservación ambiental del planeta.

3.9.1.2. Factores que afectan la demanda

Entre dichos factores encontramos al precio, consumo, nivel de ingreso, calidad, competencia, leyes de incentivo y productos sustitutos.

Tabla N° 23: Factores que Afectan la Demanda

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Precio	El precio de la tonelada de Higuierilla es de un millón de pesos.
Calidad	Exigencias de calidad como tamaño, peso, grado de humedad, entre otros.
Competencia	Para la higuierilla la principal competencia son los productos sustitutos porque existe una mayor cantidad de los mismos en el mercado y las demás empresas que se dedican a la producción y comercialización del producto.
Leyes de Incentivo	LEY 939 de 2004 (Promueve el consumo de biocombustibles)

Productos Sustitutos	Aceite de palma africana, aceite de girasol, la soja entre otros.
Consumo	Consumo obligatorio de un porcentaje de biodiesel mezclado con diesel carburante en el parque automotor que a diesel.
Nivel de ingreso	No afecta porque el precio del combustible se mantiene estable y los consumidores que tienen vehículos a diesel pueden comprar cualquier cantidad al igual que lo hacían antes de implementar la ley en vigencia.

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Jesenia Pozo

Así, observamos en una investigación realizada a Higueroil, Agronegocios y otras fuentes secundarias que el precio de la tonelada de higuierilla es constante y algunas empresas son exigentes con la calidad, tamaño, peso, grado de humedad, entre otros, dificultando la demanda del producto, de ahí que existen muchas empresas en el mercado nacional e internacional que se dedican a la siembra y comercialización de higuierilla aunque no puedan satisfacer completamente el mercado de los biocombustibles; en la actualidad a incrementado el consumo de biocombustibles debido a las leyes del Gobierno Colombiano que impulsan la utilización de mayor cantidad del mencionado producto, motivo por el cual la mayoría de empresas que se dedican a su producción utilizan productos sustitutos como el aceite de palma africana, aceite de girasol, la soja entre otros.

3.9.2. Oferta

3.9.2.1. Consumo Nacional Aparente

El consumo nacional aparente de higuierilla fue calculado con información acerca de la producción nacional, importaciones y exportaciones de aceite de ricino, con los datos obtenidos se aplicó la respectiva fórmula sumando la producción nacional y las importaciones y restando las exportaciones de esta forma se obtuvo el consumo nacional aparente de aceite de ricino y el cual se transformó a higuierilla multiplicándolo por dos (2) por la equivalencia de

producción del aceite que consiste en que cada dos kilogramos de higuierilla se obtiene un kilogramo de aceite, al terminar la transformación se realizó una equivalencia en toneladas, de esta forma se determinó la cantidad de higuierilla que está siendo utilizada en Colombia.

Tabla N° 24: Consumo Nacional Aparente de Higuierilla

Años	ACEITE DE HIGUERILLA (KG)				HIGUERILLA	
	P. Nacional	Import.	Export.	C.N.A	C. N. A. (KG)	C.N.A (TN)
2010	79.050,62	564.647,31	5.349,04	638.348,89	1.276.697,79	1.276,70
2011	90.715,56	647.968,29	9.802,05	728.881,80	1.457.763,60	1.457,76
2012	106.103,17	757.879,79	21.635,11	842.347,85	1.684.695,70	1.684,70
2013	124.639,68	890.283,40	2.066,88	1.012.856,20	2.025.712,39	2.025,71
2014	97.199,45	694.281,77	183,13	791.298,09	1.582.596,18	1.582,60

Fuente: (Cobusecuador)/(Mesa & Londoño, p 26, 2009)

Elaborado por: Jesenia Pozo

El cuadro anterior demuestra el consumo de higuierilla en Colombia y observamos que no solo es utilizada para el biodiesel sino también para otros productos como los cosméticos específicamente, lo que ha generado un aumento en la producción nacional y en las importaciones permitiendo a las empresas volverlas más competitivas por su producción.

De acuerdo a Rodríguez & Duque (2010) los principales competidores a nivel colombiano lo conforman algunas empresas como Higueroil de Medellín, Gobernación de Caldas, Castor Oil Colombia, Green Oil, Colombiana de Biocombustibles S.A, FedeBiocombustibles, Corpoica, Alteagro, entre otras las cuales poseen gran demanda de higuierilla para la extracción de su aceite y la fabricación de múltiples derivados.

El crecimiento de la producción de biodiesel a tomado cada vez más importancia a nivel mundial obteniendo para el 2010 una producción estimada de 20 mil litros proveniente de los principales productores como son: Estados Unidos, Argentina, Alemania, Francia y Brasil lo que ha motivado a que otros

países como Tailandia, Malasia y Colombia se dediquen a la producción de biodiesel a partir de la soya y palma africana pero en algunos países como Colombia han puesto a prueba la producción de biodiesel a partir de productos no comestibles como la higuera.(CEPAL,2011)

En Colombia existen algunas plantas procesadoras de biodiesel registradas en la Federación Nacional de Biocombustibles las cuales utilizan en su mayor parte productos similares a la higuera como la palma africana, motivo por el cual este país tiene un nivel alto de importaciones de aceite de palma, por otra parte de acuerdo a la Resolución 40520 del 30 de Abril de 2015 se ha establecido que el precio del galón de biodiesel se encuentra en 9708,76 pesos y el litro en 2565,06 pesos equivalente a 1,02 dólares. (FedeBiocombustibles, 2015)

Tabla N° 25: Plantas Procesadoras de Biodiesel en Colombia

Región	Empresa	Capacidad (T/Año)	Área sembrada (ha)	Empleos directos	Empleos indirectos	Fecha entrada en operación
Norte, Codazzi	Oleoflores	70.000	15.555	2.222	4.444	Enero 2008
Norte, Santa Marta	Odin Energy	36.000	8.000	1.142	2.284	Junio 2008
Norte, Santa Marta	Biocombustibles Sostenibles del Caribe	100.000	22.222	3.174	6.348	Marzo 2009
Oriental, Facatativá	Bio D	100.000	22.222	3.174	6.384	Febrero 2009
Central, B/bermeja	Ecodiesel de Colombia	100.000	22.222	3.174	6.384	Junio 2010
Oriental, San Carlos de Guaroa, Meta	Aceites Manuelita	100.000	22.222	3.174	6.348	Julio 2009
TOTAL		506.000	112.443	16.060	32.120	

Fuente: (FedeBiocombustibles, 2011)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Colombia en la actualidad tiene una alta demanda de biodiesel debido a que el consumo del producto es obligatorio de acuerdo a las leyes del gobierno que utilizan el 10% de biodiesel mezclado en diesel carburante es por tal motivo que casi la totalidad de biodiesel que produce es consumido, y de acuerdo a las leyes colombianas que dan la facultad de aumentar el consumo de este producto la capacidad instalada que tiene el país no abastecería la demanda que se generaría.

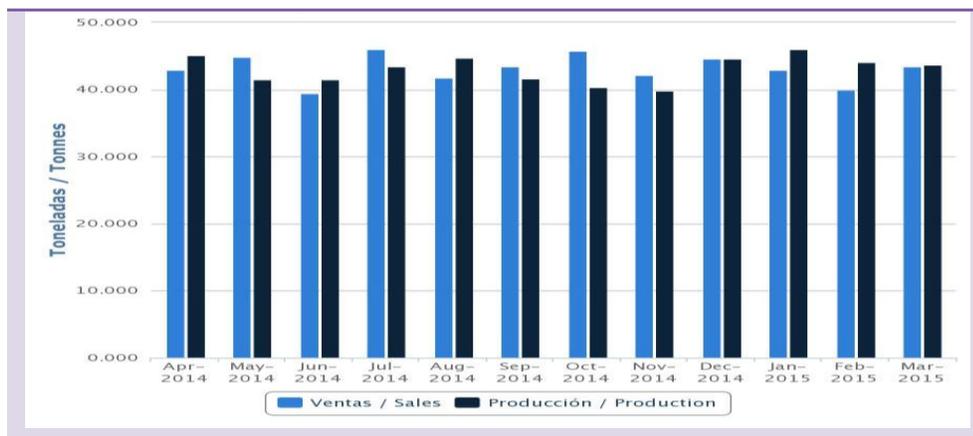


Figura N° 3: Producción y Venta de Biodiesel en Colombia
Fuente: (FedeBiocombustibles, 2015)
Elaborado por: Jesenia Pozo

3.10. SITUACIÓN ACTUAL DEL PAÍS DE ORIGEN

3.10.1. Factores socioeconómicos

Balanza comercial Ecuador- Colombia

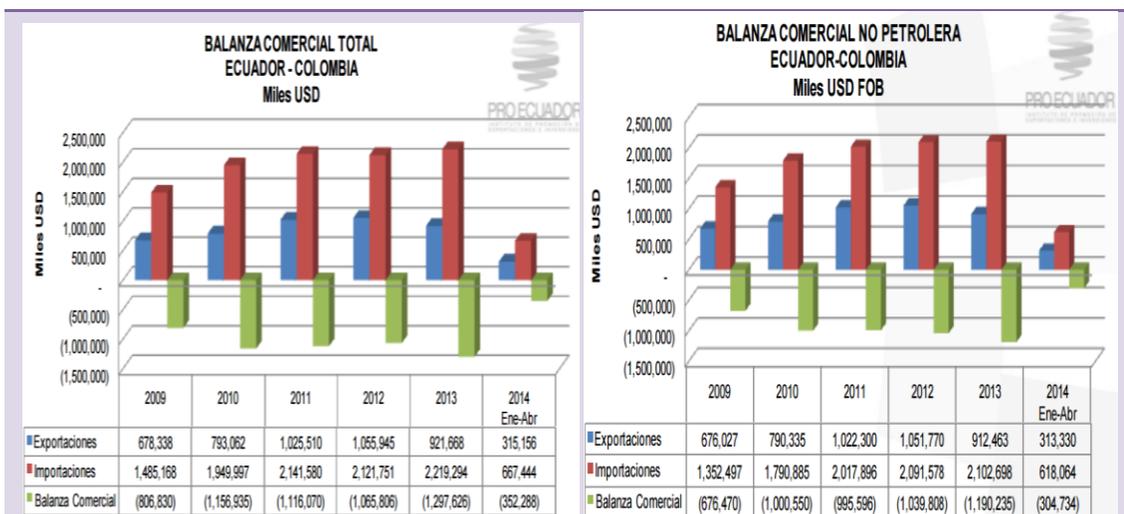


Figura N° 4: Balanza Comercial Ecuador - Colombia
Fuente: (Pro Ecuador, 2014)
Elaborado por: Jesenia Pozo

De acuerdo a Pro Ecuador la balanza comercial de Ecuador con relación a Colombia es negativa y lo ha sido por muchos años porque se ha realizado, mayor cantidad de importaciones que exportaciones, los principales productos importados por el Ecuador son energía eléctrica, medicamento de consumo humano, insecticidas, algunas clases de vehículos, pañales para bebés, entre otros, mientras que Ecuador la mayor parte de exportaciones que realiza a Colombia consisten en atunes, vehículos, aceite de palma, sardinas, camarones, langostinos, harina de pescado y más, de ahí que Colombia realiza la importación de aceite de palma para la fabricación de biodiesel y es por tal motivo que se encuentra en tercer lugar entre los más importados desde este país y es establecido como un producto estrella nombrado así porque representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo.

Desempleo.

El desempleo es el porcentaje obtenido del resultado entre el número de desocupados y la Población Económicamente Activa. Los datos expresados a continuación se encuentran hasta julio del 2014 dichas cifras muestran la ocupación y desocupación de las personas en el Ecuador, la mayor parte de la población ecuatoriana está dedicada al subempleo es decir no pueden trabajar el tiempo completo y no tienen un trabajo estable de ahí que existe un alto porcentaje de personas que tienen pleno empleo bien remunerado e incluso superior a salario básico unificado y a pesar de que en los últimos años el país ha disminuido el desempleo a partir del 2013 este ha ido incrementando.

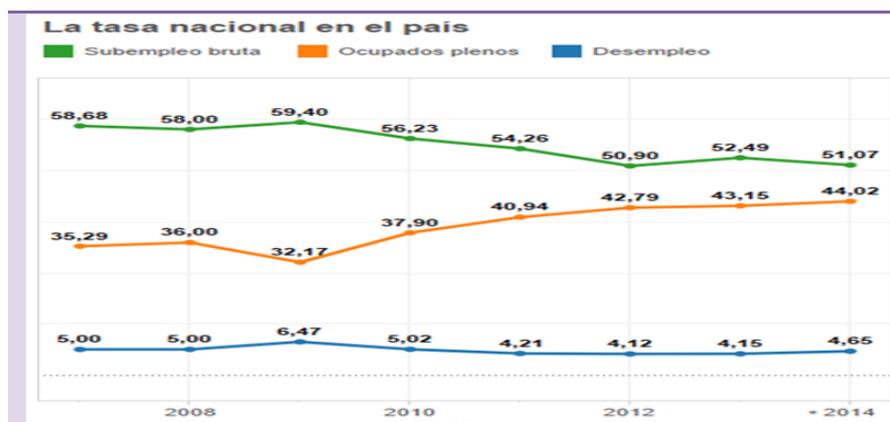


Figura N° 5: Cifras de Desempleo en el Ecuador

Fuente: (INEC, 2014)(EL COMERCIO, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2014), en el Ecuador de cada diez plazas de trabajo, ocho son generadas por el sector privado y tan solo dos por el sector público, relación que a su vez es estable en los últimos años, de ahí que las variaciones que se han presentado tanto en el subempleo, ocupación plena y desempleo no son significativas. (p, 6)

3.10.2. Factores político legales

Acuerdos Comerciales

Tabla N° 26: Acuerdos Comerciales de Ecuador

Acuerdos Multilaterales	Miembro de la OMC
Uniones Aduaneras	Comunidad Andina de Naciones
Acuerdos Comerciales Preferenciales	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Guatemala (AAP.A25TM N°42) ♣ Chile (AAP.CE N° 65) ♣ Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59) ♣ Uruguay (AAP.CE 28) ♣ México (AAP 29)

Fuente: (SICE)

Elaborado por: Jesenia Pozo

El acuerdo que tiene mayor relación con las negociaciones comerciales que se realizan con Colombia es el de la CAN en especial cuando son productos originarios de los países pertenecientes y es ahí en donde los países miembros reciben mayores beneficios siempre y cuando cumplan con la normativa de origen del acuerdo, por otra parte Ecuador y Colombia pertenecen al acuerdo entre la CAN y Mercosur en donde Ecuador ha dado y logrado preferencias a otros países pero no a Colombia por tal motivo es que el acuerdo que mayor relaciona y beneficia a los países es el de la Comunidad Andina de Naciones.

Posición Arancelaria

De acuerdo al Arancel Externo Común de la comunidad Andina de Naciones, Ecuador y Colombia tienen la misma clasificación del ricino por pertenecer a este Bloque Comercial, que especifica en las notas del capítulo doce, primer literal que las semillas de ricino se consideran semillas oleaginosas de la partida 12.07.

Tabla N° 27: Clasificación Arancelaria Ecuador-Colombia

12	Semillas y frutos oleaginosos
12.07	Las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrados
12.07.30	Semillas de ricino
12.07.30.90	Las demás

Fuente:(REFORMAS AL ARANCEL NACIONAL DE IMPORTACIONES, 2012)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Por otra parte la higuera o también conocida como ricino es considerada un bien industrial que puede ser clasificado de acuerdo a su uso en la empresa en los procesos productivos, el cual se encuentra en el grupo de los materiales y partes por ser materia prima que se someterá a procesos productivos o a transformaciones.

Además la higuera tiene algunos productos sustitutos que pueden hacer competencia en el mercado entre los principales son la soya, palma africana y

demás frutos oleaginosos los cuales contiene aceite pero no pueden ser utilizados en grandes cantidades para la industrialización porque pueden dejar insatisfecho el mercado alimenticio.

3.11. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

Tabla N° 28: Ficha Técnica de la Higuera

HIGUERILLA	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Ricino
Posición arancelaria en el país exportador	1207.30.90
Unidad comercial de venta	Kg
Moneda de transacción.	Dólar
ESPECIFICACIONES DE LA SEMILLA DE HIGUERILLA	
Tamaño	0,5 a 1,5 cm de largo
Superficie	brillante y lisa
Color	Gris con manchas rojizas
Forma	oval aplastada, redondeadas en un extremo
COMPOSICIÓN QUÍMICA	
Aceite	46,19 %
Almidón	20,00 %
Albumina	0,50 %
Goma	4,31 %
Resina Bruta y Principio Amargos	1,91 %
Fibra Leñosa	20,00 %
Agua	7,09 %
PROCESO DE PRODUCCIÓN	
Cosecha	Frutos secos
Secado	Al sol en una superficie lisa
Empacado	Cuando el fruto está seco en sacos
OTRAS ESPECIFICACIONES	
Empaque	Sacos de yute
Condiciones de transporte	Mantener las semillas en un lugar seco para evitar que sufran algún daño
Vida útil	2 años
Uso principal	Producción de biocombustibles, abono orgánico y balaceado para animales

Fuente: COLBIO

Elaborad por: Jesenia Pozo

3.11.1. FODA

Tabla N° 29: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Es una Asociación legalmente constituida. ♣ Tiene grandes hectáreas de terreno. ♣ Tiene maquinaria que puede ser utilizada en el cultivo de higuierilla. ♣ Tiene convenios con el MAGAP ♣ Todo el terreno que posee la Asociación es tractorable ♣ Riego abundante de 18 litros por segundo. ♣ Posee un riego por aspiración y gravedad. ♣ Producto con alto número de utilidades. ♣ Mano de obra y materia prima barata. ♣ El producto no necesita de grandes cuidados y gastos para su cultivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ No está registrada como exportadora ♣ No tiene producción de higuierilla para la exportación. ♣ No existe experiencia en la siembra de la higuierilla ♣ Baja producción proyectada para la demanda insatisfecha existente. ♣ Poca diversificación de cultivos porque solo se siembra productos tradicionales. ♣ Desconocimiento de uso de tecnología en los cultivos. ♣ Desconocimiento de la demanda potencial de la higuierilla y sus utilidades
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Tiene una excelente aceptación del producto en el mercado destino. ♣ En el país destino existen leyes que incentivan a la comercialización del biodiesel. ♣ Leyes que fomentan al consumo de biodiesel mezclado con diesel carburante. ♣ Disponibilidad de algunas empresas para la compra del producto. ♣ Ubicación geográfica buena entre Ecuador y Colombia ♣ 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Existencia de competencia en el país destino ♣ Existencia de productos sustitutos a la higuierilla en el mercado. ♣ Mayores exigencias de calidad en el producto de algunas empresas que pueden adquirirlo. ♣ Empresas compradoras en Colombia alejadas de la frontera con Ecuador.

Elaborado por: Jesenia Pozo

Fecha: 05 de Enero del 2015

Al analizar las características de la matriz FODA se puede determinar que en el ámbito interno la asociación está bien equipada para llevar a cabo el cultivo de higuierilla porque tiene maquinaria y equipos que pueden ser utilizados en el mismo, además de poseer con grandes extensiones de terreno y mano de obra suficiente para implementar el cultivo asimismo es una asociación legalmente constituida.

Por otra parte esta asociación no está registrada como exportadora ni conoce los procesos de exportación de productos debido a que es una asociación netamente agrícola que no tiene experiencia necesaria en el cultivo de la higuierilla ni en la utilización de maquinaria para dicho cultivo es por tal razón que para poner en marcha el proyecto debe recibir capacitación.

En cuanto al ámbito internacional la higuierilla tiene un amplio mercado para ser vendida y gran aceptación de algunas empresas sin exigencias de calidad pero también tiene una amplia competencia de productos similares que tienen características semejantes de los cuales se puede obtener los mismo beneficios o productos al ser procesado más específicamente el biodiesel.

3.11.2. Cinco Fuerzas de Porter

3.11.2.1. La rivalidad entre los competidores existentes

De acuerdo a la investigación realizada en Colombia se consideran competidores a todas aquellas empresas que se dedican al cultivo y comercialización de la higuierilla entre las cuales se menciona a Colombiana de Biocombustibles, Gobernación de Caldas, Castor Oil Colombia, Green Oil, FedeBiocombustibles, Corpoica, Alteagro, entre otras; las empresas antes señaladas se encuentran posicionadas en el mercado y han logrado acaparar gran parte del mismo pero no han logrado satisfacer la demanda completa que se les genera.

Por otra parte al ser la higuierilla un producto primario no tiene un grado de diferenciación con el cual se pueda competir en el mercado excepto la calidad que algunas empresas si lo requieren en su comercialización como Colombiana de Biocombustibles, pero hay otras empresas que adquiere cualquier cantidad de higuierilla sin especificación alguna, además, cada una de las empresas

tienen su propio cultivo de higuera y importan el producto o su derivado como es el aceite de ricino para cubrir parte de su demanda total.

Asimismo estas empresas no cuentan con estrategias de promoción atractivas que haga que otras empresas se interesen en el producto solo Corpoica a través de sus investigaciones para mejorar las especies de higuera en donde saco la nueva variedad nombrada Nila Bicentenario para el clima frío realizó la promoción de su producto a través de documentos informativos y conferencias a países y empresas interesadas en su cultivo.

3.11.2.2. Amenazas de ingreso de productos sustitutos

Tabla N° 30: Productos Sustitutos de la Higuera

Sustituto Primario	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Palma Africana
Sustituto Secundario	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Semilla de girasol ♣ Soja ♣ Colza ♣ Coco ♣ Jatropha Curcas
Sustituto Terciario	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Aceites y grasas utilizadas en la cocina ♣ Sebo de vaca ♣ Grasa de pollo ♣ Grasa de pescado

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jesenia Pozo

En el mercado de la higuera hay una gran amenaza de productos sustitutos porque ellos acaparan la mayor parte del mercado ya que existe mayor disponibilidad, son conocidos y consta de gran cantidad de producción ya sea a nivel nacional e internacional.

De ahí que el principal producto sustituto utilizado en Colombia es el aceite de palma africana mismo que es importado en grandes cantidades desde algunos países uno de ellos es Ecuador, producto del cual se produce la mayor cantidad

de biodiesel que se comercializa en Colombia, en cuanto a productos sustitutos secundario encontramos a la semilla de girasol, la soja, Colza, Coco, Jatropha Curcas entre otros, en donde la soja y la semilla de girasol son las más utilizados para hacer el biodiesel en pocas cantidades, mientras que los demás productos nombrados son diseños experimentales que permiten producir biodiesel pero no existen cultivos suficientes que representen un riesgo en el mercado y en cuanto a productos sustitutos terciarios encontramos a los aceites y grasas utilizados en la cocina, sebo de vaca, grasa de pollo y de pescado de los cuales se obtiene el biodiesel pero con un procesamiento diferente al de los demás productos.

3.11.2.3. Amenazas de nuevos competidores

Los nuevos competidores que se pueden generar en el mercado colombiano para la higuerrilla serían los productos sustitutos de los cuales se han realizado diseños experimentales e investigaciones para la fabricación de biodiesel con la utilización de productos que no sean comestibles como la Jatropha Curcas, Colza, entre otros porque el aceite de palma, soja o girasol puede ocasionar en muchas ocasiones desabastecimiento del mercado alimenticio por satisfacer la demanda de biodiesel.

Otro competidor nuevo que pueden generarse son los productores de biodiesel a partir de grasas animales y aceites de cocina usados ya que son productos que no son aptos para el consumo humano y que favorecerían al cuidado del medio ambiente porque el biodiesel fabricado a partir de desechos ya sea de la industria de la carne como puede ser de todos aquellos lugares de venta de comida e incluso de todos los hogares del país.

3.11.2.4. Poder de negociación de los clientes

De acuerdo a una investigación realizada el 100 % de los clientes que adquieren la higuerrilla conocen los usos y beneficios del producto, de ahí que

solo el 22% de las empresas que lo compran son exigentes con la calidad, mientras que el 78 % de las empresas compran la higuera sin discriminación alguna por la gran demanda del producto que existe en el país para poder cubrir parte de ella.

Además se puede afirmar que todas estas empresas no pueden satisfacer su demanda con la producción que tienen es por tal motivo que realizan importaciones de higuera o su derivado el aceite de ricino, como también, implementan planes de siembra para el país y a nivel internacional.

Así mismo se puede dar constancia que la mayoría de los clientes realizan la compra de higuera a través de contactos que se generan por internet mediante sus páginas virtuales o a través de sitios web de compra venta de productos agrícolas o de cualquier tipo, por ende algunos clientes dan especificaciones del tipo de producto y la especie de higuera que necesitan pero otros están dispuestos a comprar cualquier cantidad sin exigencia alguna estableciendo así que la necesidad de compra de la higuera es muy latente por lo cual se puede realizar negociaciones que mejoren el precio de compra si fuera necesario.

3.11.2.5. Poder de negociación de los proveedores

El proveedor para el presente proyecto es la Asociación Agroindustrial San Isidro del Cantón Espejo de la Provincia del Cachi, asociación que se encuentra bien constituida y puede llegar a ser muy competitiva porque está equipada con maquinaria, infraestructura y grandes extensiones de terreno para implementar el cultivo de higuera.

Por ende tiene algunas deficiencias las cuales no le permitirían implementar el cultivo inmediatamente, entre ellas tenemos que la asociación no ha realizado cultivos de higuera motivo por el cual necesita de capacitación e investigación

para poder realizarlo, además la asociación no conoce totalmente los usos y beneficios de la higuierilla lo que disminuye su capacidad de negociar y por último la asociación tendría que buscar ayuda de personas que conozcan de comercio exterior para poder realizar la exportación del producto.

3.12. PROYECCIONES DE ESTUDIO

En el presente proyecto se utilizar el método de regresión lineal para realizar las diferentes proyecciones de estudio mediante la ecuación de la línea recta donde $y = a + bx$ fórmula con la cual nos permitirá obtener los resultados expresado a continuación:

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

$$y = a + bx$$

Proyecciones de la demanda

Para la proyección de demanda se obtuvo como resultados de a y b los siguientes:

$$a = 28\ 000$$

$$b = 12\ 000$$

Estos resultados los reemplazamos en la fórmula antes mencionada

$$y = a + bx$$

$$y = 28\ 000 + 12\ 000 x$$

Donde x es el número de años que se requiere proyectar y la tabla se generará desde el año 7 que representa al 2016 al año 11 que representa al 2020, esto en el caso de la empresa Higueroil.

Para el caso de la empresa Agronegocios se ha obtenido el porcentaje de crecimiento que es del 10% con el que se ha logrado obtener la proyección para los demás años.

Tabla N° 31: Demanda Proyectada de Higuera (Ton/Año)

AÑOS	HIGUEROIL	AGRONEGOCIOS
2016	112.000	14.172
2017	124.000	15.590
2018	136.000	17.149
2019	148.000	18.864
2020	160.000	20.750

Fuente: Higueroil / Agronegocios

Elaborado por: Jesenia Pozo

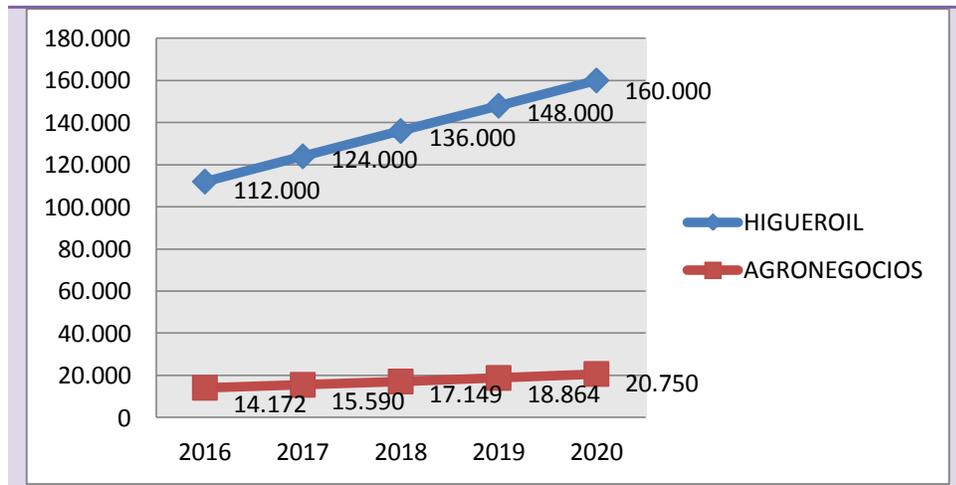


Figura N° 6: Proyección Demanda de Higuera (Ton/Año)

Fuente: Higueroil / Agronegocios

Elaborado Por: Jesenia Pozo

Proyecciones de la oferta

La demanda fue calculada por el método antes mencionado obteniendo los siguientes resultados:

$$a = 1\,251,57$$

$$b = 117,98$$

Estos resultados los reemplazamos en la fórmula antes mencionada

$$y = a + bx$$

$$y = 1\,251,57 + 117,98 x$$

Donde x es el número de años que se está proyectando y la tabla se generará desde el año 6 que representa al 2015 al año 11 que representa al 2020.

Tabla N° 32: Oferta de Higuierilla en Colombia (Ton/Año)

AÑOS	OFERTA
2015	1959,42
2016	2077,39
2017	2195,37
2018	2313,34
2019	2431,32
2020	2549,29

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Jesenia Pozo

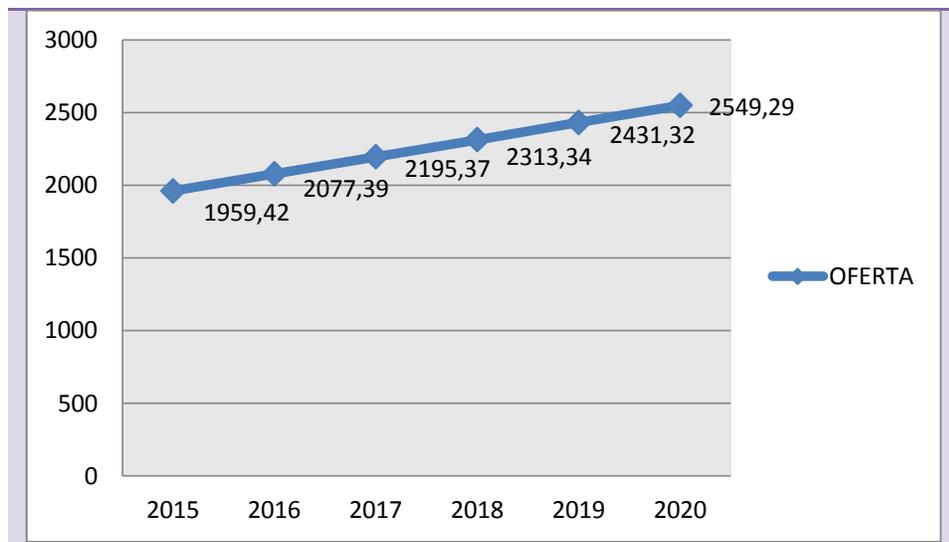


Figura N° 7: Proyección de la Oferta de Higuierilla (Ton/Año)

Fuente: Investigación realizada
Elaborado Por: Jesenia Pozo

Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha solo se necesita aplicar la siguiente fórmula:

$$DI = Oferta\ Projectada - Demanda\ Projectada$$

Tabla N° 33: Demanda Insatisfecha de Higuierilla en Colombia (Ton/Año)

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	D.I.
2015	1959,42	112 884	-110 924,58
2016	2077,39	126 172	-124 094,61
2017	2195,37	139 590	-137 394,63
2018	2313,34	153 149	-150 835,66
2019	2431,32	166 864	-164 432,68
2020	2549,29	180750	-178 200,71

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Oferta exportable

Para el cálculo de la oferta exportable se ha tomado como base las hectáreas de siembra que la Asociación Agroindustrial San Isidro está dispuesta a cultivar en su primera siembra, de ahí que hay que tener en cuenta que cada siembra sale a los 6 meses y la asociación iría aumentando su cultivo cinco hectáreas cada año.

Tabla N° 34: Oferta Exportable de la Asociación

AÑO	HECTAREAS SIEMBRA	HIGUERILLA (Ton/año)
2016	30	180
2017	35	210
2018	40	240
2019	45	270
2020	50	300

Fuente: Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tomando en cuenta que el rendimiento por hectárea fuera de tres toneladas, se multiplicó el número de hectáreas por tres y ese resultado a la vez por dos porque podríamos tener dos cultivos de higuierilla al año.

3.13. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Teniendo en cuenta que la idea a defender determina la Identificación de oportunidades de mercados internacionales para la exportación de higuera desde la Provincia del Carchi, se ha realizado una investigación bibliográfica acerca de las oportunidades de mercados internacionales para la importación de higuera estos mercados son Colombia, Argentina y España en los cuales se aplicó la matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) que estudia los factores socioeconómico, políticos legales y geográficos, estableciéndole un valor mediante una ponderación de acuerdo al estado de cada indicador, mediante la cual se ha establecido que Colombia es el país más idóneo para la comercialización de higuera, además se ha logrado hacer contacto con algunas empresas interesadas en comprar higuera las cuales están dispuestas a comprar gran cantidad de la misma sin exigencias de calidad alguna.

Por otra parte se ha realizado una investigación de campo con la aplicación de una encuesta a los miembros de la Asociación Agroindustrial San Isidro, donde ellos manifiestan que estarían dispuestos a sembrar este producto para la exportación, estableciendo un cierto número de hectáreas para cultivar el producto en el primer año de siembra e ir incrementando el número de hectáreas progresivamente cada año.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES

- ♣ Colombia es un país que tiene un alto índice de Oportunidades Para Hacer Negocios porque ha implementado políticas para incrementar la productividad, crecimiento económico y competitividad a través de mejoras tecnológicas de información, logrando así disminuir costos y ser más eficientes en las transacciones comerciales.
- ♣ Colombia tiene una diversificación en la producción de biodiesel, porque no solo busca la fabricación del mismo a través de productos tradicionales que son aptos para el consumo humano, por el contrario trata de diversificar la elaboración del producto a través de programas de investigación sobre otros productos que no son aptos para el consumo humano como la higuierilla, corza, aceites de cocina utilizado, entre otros con el fin ayudar a la preservación del medio ambiente.
- ♣ Colombia a establecido leyes de incentivo para el consumo de biodiesel logrando el consumo obligatorio de biodiesel mezclado con diesel carburante, el cual en la actualidad se encuentra en un porcentaje del 10%, pero tiene un equipo de trabajadores los cuales buscan alternativas para incrementar el consumo de biodiesel a través de una mezcla de 15 al 20%.
- ♣ Ecuador y Colombia pertenecen a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) lo que permitirá que la comercialización de higuierilla sea más factible porque el producto tendría una tarifa arancelaria del 0% tan solo con la presentación del certificado de origen de acuerdo a la Decisión 416 Normas de Origen de la CAN.

4.2. RECOMENDACIONES

- ♣ El Ecuador y la Asociación Agroindustrial San Isidro deben aprovechar la implementación de tecnología de información que ha realizado Colombia, la cual permite efectuar transacciones comerciales más ágiles, en especial cuando se va a negociar con dicho país, siempre y cuando esta beneficie la negociación.
- ♣ La Asociación Agroindustrial San Isidro debe aprovechar la oportunidad para exportar higuierilla que se presenta en el mercado colombiano por la alta acogida de este producto, esto se debe a la producción de biodiesel a partir de productos no tradicionales como la higuierilla y a la demanda insatisfecha elevada que este producto representa en el país.
- ♣ Los productores deben estar dispuestos a sembrar gran cantidad de higuierilla para poder satisfacer parte de la demanda de las empresas que la solicitan en Colombia y mucha más cantidad si se establece el incremento de mezcla de biodiesel en el 15 o 20%, o buscar estrategias de vinculación con otras asociaciones para incrementar la oferta del producto y ser más competitivos.
- ♣ Los productores y a la vez exportadores deben averiguar los beneficios que pueden obtener con los convenios internacionales como es el caso de la CAN que permite la liberación del 100% del Advalorem a través de la presentación de un Certificado de Origen, esto de acuerdo a la Decisión 416 de dicho tratado.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA.

5.1. TÍTULO

Estudio de factibilidad para la comercialización de higuera a Colombia desde el Cantón Espejo Provincia del Carchi

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Con la exportación de higuera los agricultores tendrán un modo de ingreso para sus familias y no dependerán de productos tradicionales como frejol, arveja, papa, los cuales tiene precios muy variados y hacen que la gente tenga un alto riesgo en la venta de su producto porque si existe gran oferta del producto sus precios bajan y los agricultores tiene que poner dinero para solventar los gastos y si la oferta es poca los precios suben pero pocas personas se acoge a este beneficio.

Además en la Provincia del Carchi la agricultura es una de las principales fuentes de ingreso para la mayoría de sus habitantes, es por tal motivo que mediante este tipo de actividad se pretende impulsar el desarrollo de la misma a través del cultivo de productos de exportación como la higuera que permita buscar el desarrollo en el Cantón Espejo y en toda la provincia, siendo la exportación un objetivo mucho más elevado que cualquier actividad que la asociación haya pretendido llevar a cabo, logrando así mejorar en parte los estilos de vida de sus miembros, teniendo en cuenta que este producto tiene una gran demanda en el mercado exterior y que además se puede conseguir clientes fijos y potenciales que comprarían cualquier cantidad de higuera.

5.3. JUSTIFICACIÓN

Con la investigación realizada se ha determinado que Colombia es el mercado ideal para la comercialización de la higuera por su extensa demanda del producto para la producción de biodiesel, producto que es conveniente producirlo de materia prima que no sea comestible como la higuera la cual tiene un alto porcentaje de aceite y sustituye a productos que son útiles para el consumo humano como el aceite de palma, además existen algunas empresas que requieren la higuera, entre ellas se encuentran Higueroil de Medellín, Gobernación de Caldas, Castor Oil Colombia, Green Oil, Colombiana de Biocombustibles S.A, FedeBiocombustibles, Corpoica y Alteagro, estas empresas poseen una demanda global aproximada de higuera de 155 a 165 mil toneladas, para lo cual se pretende fomentar la producción masiva de este producto en el Cantón Espejo y lograr satisfacer parte de esta demanda. (Rodríguez, 2010)

Por otra parte en la actualidad está muy de moda la protección del medio ambiente y el consumo de productos cada vez mas naturales por tal motivo en Colombia se han desarrollado estudios sobre la higuera para adaptarla a diferentes tipos de climas como son clima cálido, medio y frio para impulsar su producción, además en este país el consumo de biodiesel es normado ya que permite la mezcla del diesel tradicional con el biodiesel para reducir la contaminación ambiental de acuerdo al Ministerio de Minas y Energías.

Por tal motivo y de acuerdo a las condiciones geográficas que existe entre Ecuador y Colombia y en especial entre la Provincia del Carchi y Colombia se ha decidido impulsar la producción de higuera en la Asociación Agroindustrial San Isidro del Cantón Espejo, este lugar ha sido tomado por sus condiciones geográficas para la producción de la higuera y los requerimientos que la planta necesita, además permitirá fomentar la exportación de productos no tradicionales en el país y el proyecto podría ser extendido a nivel de la

provincia en sus diferentes cantones porque existen diferentes clases de higuera para diferentes tipos de clima para incrementar la exportación.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General

- ♣ Determinar la factibilidad de comercializar higuera desde el Cantón Espejo provincia del Carchi hacia el mercado de Colombia.

5.4.2. Objetivos Específicos

- ♣ Fundamentar bibliográficamente el estudio de factibilidad
- ♣ Determinar los requerimientos técnicos para la comercialización de higuera desde el Cantón Espejo provincia del Carchi hacia el mercado de Colombia.
- ♣ Establecer mediante un análisis económico y financiero la factibilidad de exportación de higuera desde el Cantón Espejo hacia Colombia.

5.5. FUNDAMENTACIÓN

5.5.1. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de todas las características y procesos que se pueden presentar para llegar a un fin determinado estableciendo los recursos que se necesitará para lograrlo, además sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación con el objetivo de dar apoyo a organizaciones para que puedan cumplir sus metas a través de la utilización de los recursos técnicos, económicos y operativos, estableciendo así ventajas para una organización. (Angelfire, 2010)

5.5.2. Exportación

Es un régimen aduanero que permite la salida definitiva y libre circulación de las mercancías fuera del territorio aduanero ecuatoriano, la exportación se la realiza a través de negociaciones entre proveedores en el país de origen y clientes en el exterior a través de contratos de compra y venta en los cuales se establecen algunos puntos como el término de negociación, forma de pago, plazos, fecha de envío y recepción de mercancía entre otros planteando así los lineamientos que se realizaran en el proceso de la exportación del producto determinado.(SENAE,2012)

5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

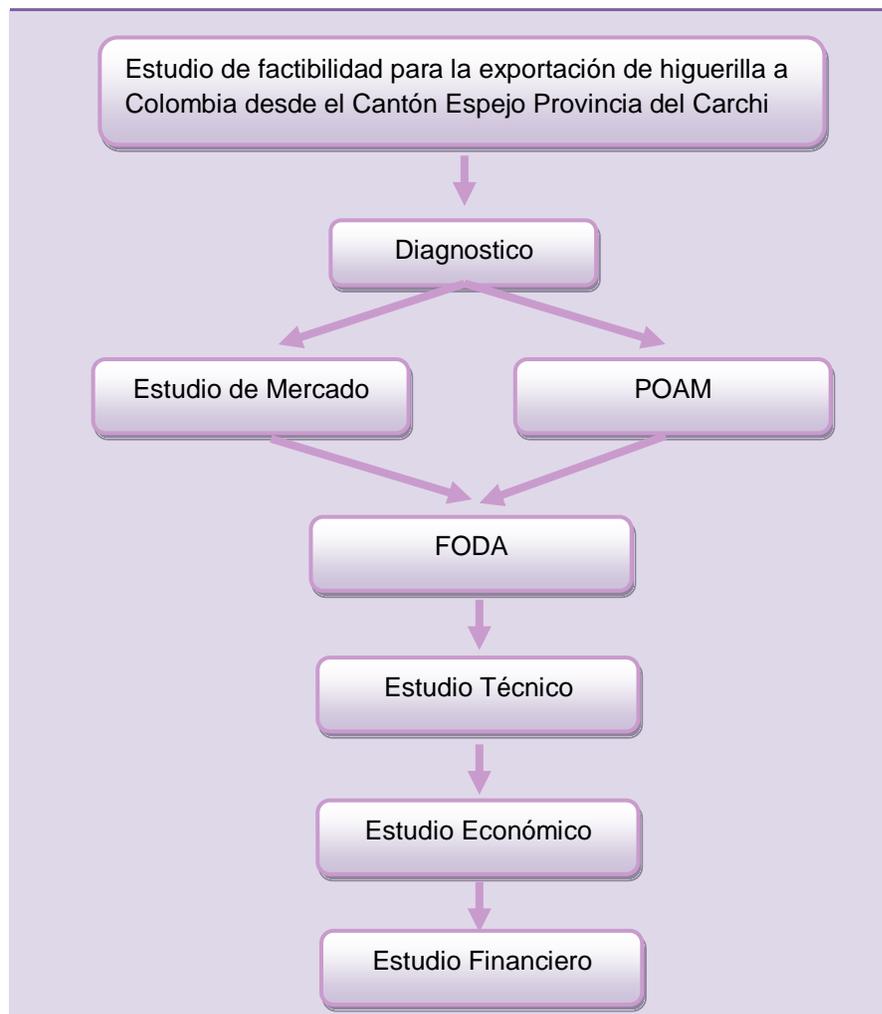


Figura N° 8: Modelo Operativo de la Propuesta

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.1. ESTUDIO TÉCNICO

5.6.1.1. Macro localización

La localización óptima es el lugar idóneo donde se produciría la higuera y el lugar del cual estará listo para la exportación, esta localización depende de las condiciones que necesita el producto, en el caso de la higuera se ha

determinado que el lugar idóneo para el cultivo de la misma y para la disponibilidad de exportación es el Cantón Espejo de la Provincia del Carchi el cual reúne con las condiciones adecuadas para que se dé la producción normal de una planta de higuera sin necesitar de muchos requerimientos.



Figura N° 9: Localización Gráfica Para el Cultivo de Higuera

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 35: Localización Para el Cultivo de Higuera

INDICADOR	DESCRIPCIÓN
UBICACIÓN	Al norte del Ecuador y al Sur Oeste de la provincia del Carchi
EXTENSIÓN	553.5 Km ²
POBLACIÓN	La población actual del cantón Espejo es de 13.364 habitantes
DIVISIÓN POLÍTICA	Su cabecera cantonal es la ciudad de El Ángel, posee las parroquias de: La Libertad, San Isidro, El Goaltal
ALTURA	Desde los 1800 m.s.n.m. en el valle del Chota, hasta los 3200 m.s.n.m. en los páramos de Mondragón. La cabecera cantonal se encuentra a 2503 m.s.n.m. (aproximadamente)
TEMPERATURA	Es variada dependiendo de la altura. Con un promedio de: 11° C. a 15° C en zonas altas y puede llegar a 26°C.

Fuente: (AME, 2012)

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.1.2. Micro localización

Para realizar la micro localización se ha tomado en cuenta tres sectores en los cuales se podría implementar el cultivo de higuera, entre ellos están San Isidro, San Gabriel y Huaca estos sectores fueron analizados en diferentes factores que influyen en el cultivo de la misma y en las condiciones más adecuadas para implementarlo, posteriormente se ha realizado una ponderación de acuerdo al nivel de cumplimiento de los factores existentes en estos lugares y se ha determinado el lugar más idóneo para el cultivo de la higuera.

Tabla N° 36: Matriz de Ponderación por Puntos

		SAN ISIDRO		SAN GABRIL		HUACA	
INDICADOR	PESO	CALF.	%	CALF.	%	CALF.	%
Cercanía al Mercado	0,15	8	1,2	9	1,35	10	1,5
Condiciones del suelo para la siembra	0,20	10	2	9	1,8	7	1,4
Disponibilidad de suelo para el cultivo	0,35	10	3,5	6	2,1	6	2,1
Disponibilidad de maquinaria y equipo	0,10	10	1	9	0,9	9	0,9
Condiciones climáticas adecuadas	0,20	10	2	8	1,6	7	1,4
TOTAL	1,00		9,7		7,75		7,3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jesenia Pozo

Una vez realizados los cálculos de ponderación y sumatoria se ha determinado que el sector más idóneo para la implementación del cultivo de higuera es San Isidro porque reúne la mayor parte de las condiciones adecuadas para poner en marcha la siembra de la higuera y los requerimientos que esta exige.

5.6.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está constituido por el número de ventas anuales de higuierilla al año y el número de envíos al año, esta estimación se la a realizado en toneladas y se la ha convertido en número de sacos listos que se pretenderá exportar.

Tabla N° 37: Ventas Estimadas de Higuierilla (Tn Y Sacos)

DESCRIPCIÓN		TIEMPO					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS ESTIMADAS	TN	150	180	210	240	270	300
	SACOS	3000	3600	4200	4800	5400	6000

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.2.1. Generalidades de la Higuierilla

La higuierilla es una planta oleaginosa perteneciente a la familia de las 6 Euphorbiaceae y puede adaptarse fácilmente a diversos ambientes, una de las principales características de la higuierilla es su gran tolerancia a la sequía, esta condición permite su cultivo de forma económicamente viable en ambiente semiáridos donde hay pocas alternativas de uso agrícolas. (COLBIO, 2012)

El clima ideal para el cultivo de la higuierilla se da desde el nivel del mar hasta los 2500 m de altura en especial los climas cálidos, medio y frío moderado pero conforme aumenta la altitud, decrece el contenido de aceite, esta planta requiere una época seca definida después de la floración para su producción. (Ministerio de Agricultura y Ganadería)

Para empezar a cosechar la higuierilla se debe esperar hasta los ciento veinte días cuando las variedades son precoces y a los ciento cincuenta días en las más tardías, la cosecha se la puede realizar tanto de forma manual como de

forma mecánica, de forma mecánica de la puede hacer con la utilización de la cosechadora de arroz adaptándola a este producto, pero para este tipo de cosecha se necesita una variedad de higuera que sea pequeña para que la máquina pueda trabajar en ella, de ahí que tiene tres etapas para su comercialización en la cual se distingue el secado que consiste en secar la semilla ya sea al sol o de cualquier otra forma, la limpieza para eliminar impurezas del producto y el empaquetado de la misma. (Ministerio de Agricultura y Ganadería)

De la semilla de la higuera se puede obtener el aceite de ricino o castor oil el cual sirve de materia prima para la fabricación de diversos productos como pinturas, barnices, cosméticos, lubricantes, combustibles de aviones, plásticos, biodiesel, entre otros, es por esta razón que se ha designado una rama para el estudio y fabricación de productos a base del aceite de higuera, esta rama se denomina ricino química. (COLBIO, 2012)

5.6.2.2. Proveeduría

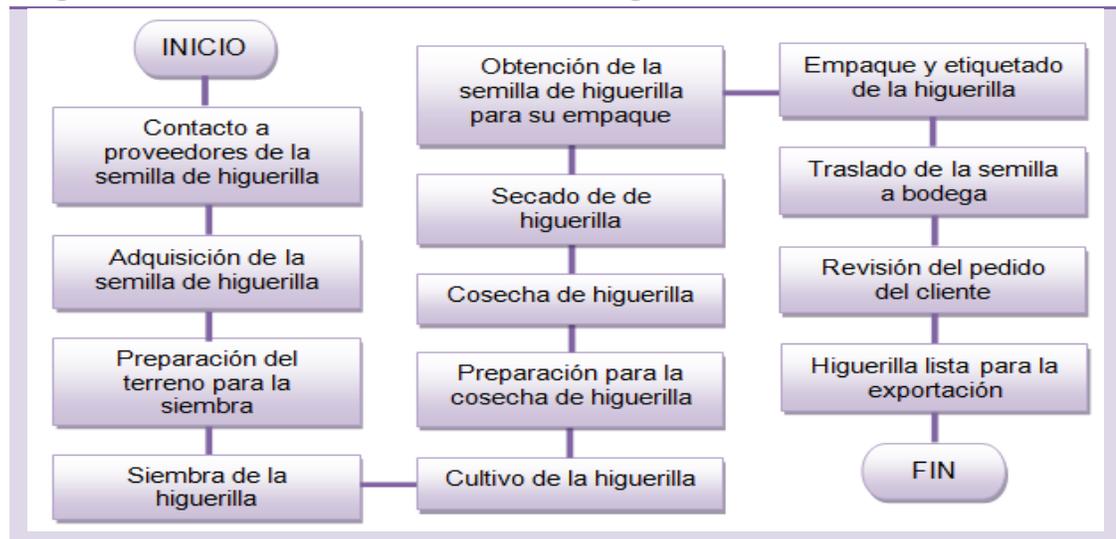
Para el abastecimiento de la asociación y la exportación de la higuera se aplicará una economía de escala porque si se siembra una sola hectárea de higuera los costos pueden incrementarse mientras que si se siembra varias hectáreas se puede hacer uso de todos los recursos de la asociación y producir mayor cantidad de higuera para la exportación, además es necesario que la higuera sea sembrada en diferentes tiempos para tener una producción continua y poder realizar las exportaciones en periodos similares a corto plazo. Por lo general para la producción de higuera no se necesita grandes inversiones y excesiva mano de obra es por tal motivo que esta resulta rentable además una asociación está constituida por varias personas las cuales pueden dedicar su tiempo completo a la producción de la misma y pueden conseguir la especialización en la producción de la higuera y alcanzar un mejor rendimiento.

Por otra parte para el empaque de la misma se lo realizará en sacos de yute de 50 kilogramos para facilitar su manipulación y almacenaje además de que en este tipo de materia del embalaje ayuda a la conservación de la misma.

5.6.2.3. Proceso productivo

El proceso productivo de la higuera comienza con la obtención de la semilla en el extranjero es decir la importación de la misma la cual viene exenta de tributos porque es destinada para la siembra para a continuación seguir con el cultivo de la misma desde la preparación del terreno hasta cuando ya está lista para la cosecha y su proceso de secado para que las vainas de la higuera se abran y pueda salir la semilla de la higuera que estaría lista para ser empacada, etiquetada y esté lista para la exportación, donde serán revisados los pedidos de los clientes en el extranjero y se determinará que parte de su demanda se podrá satisfacer con la producción obtenida.

Figura N° 10: Proceso Productivo de Higuera



Elaborado por: Jesenia Pozo
 Fecha: 04 de Diciembre del 2014

5.6.2.4. Costos de producción

El costo de la mano de obra para la producción de higuera está especificado de acuerdo a las etapas de producción de la higuera desde la preparación del suelo hasta su empaque especificando el número de personas necesarias en cada actividad y el precio de un diario que ellos ganarían además que se calcula el monto total en mano de obra para el cultivo de higuera el cual es considerado y calculado para cada hectárea de la misma, pero si se siembra mayor cantidad de hectáreas se podría hacer mayor uso de los recursos que posee la asociación y obtener una mayor competitividad.

Tabla N° 38: Costos Mano de Obra en Producción de Higuera (Hect.)

ACTIVIDAD	Q PERSON.	CARACTERIST	PRECIO JORNAL	ETAPA DEL CULTIVO	TOTAL
Preparación terreno	10	Según la calidad son el número de jornales	10	Preparación terreno	100
Fertilización	2	Se hace de forma orgánica o inorgánica	10	Preparación terreno	20
Siembra	1	Depende de la variedad y cantidad de plantas	10	Establecimiento del cultivo	10
Trazado	1		10	Establecimiento del cultivo	10
Trasplante	2	Mortalidad y porcentaje de germinación	10	Establecimiento del cultivo	20
Controles	2	Plagas limitantes o no, enfermedades o malezas	10	Manejo del cultivo	20
Podas	2		10	Manejo del cultivo	20
Preparación cosecha	1	Manejo y beneficio de la higuera	10	Cosecha	10
Cosecha	10	Depende de la variedad y cantidad de plantas	10	Cosecha	100
Clasificación cosecha	2	Separación de la vaina y la semilla	10	Cosecha	20
Empaque	4	Empacado en máximo 50 Kg.	10	Cosecha	40
TOTAL	79				370
10% IMPREVISTOS					37
TOTAL					407

Fuente: (Rodríguez & Duque, 2010)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Por otra parte a más de los costos de la mano de obra para el cultivo de higuera se incrementan otros gastos entre los cuales están los insumos necesarios para que la producción de higuera sea la esperada y la planta obtenga lo que necesite en su etapa de crecimiento los cuales se detallan a continuación

Tabla N° 39: Insumos Para la Producción de Higuera por Hectárea

TIPO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Semilla de higuera	Kilo	3	30,00	90,00
Cal	Bulto	10	4,00	40,00
Gallinaza	Bulto	12	4,00	48,00
Fertilizante (Triple 15)	Bulto	2	35,00	70,00
Abono (Agrimins)	Bulto	2	45,00	90,00
Control de Plaga (Trichoderma)	Bulto	1	30,00	30,00
TOTAL				368,00

Fuente: (Rodríguez & Duque, 2010)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Con los resultados anteriores podemos obtener el costo de producción de la higuera por hectárea sembrada y con este resultado se puede hacer proyecciones para la siembra de muchas hectáreas más y calcular las posibles utilidades que puede generar dicha siembra, tomando en cuenta que la producción por hectárea es de 3 a 4 toneladas de higuera pero para el cálculo se lo realizó con tres toneladas de producción por hectárea.

Tabla N° 40: Costo de Producción de Higuera

	Hectárea	Tonelada	Quintal	Kilogramo
Costo de Producción	775	258,33	12,92	0,26

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.3. Cadena de Valor

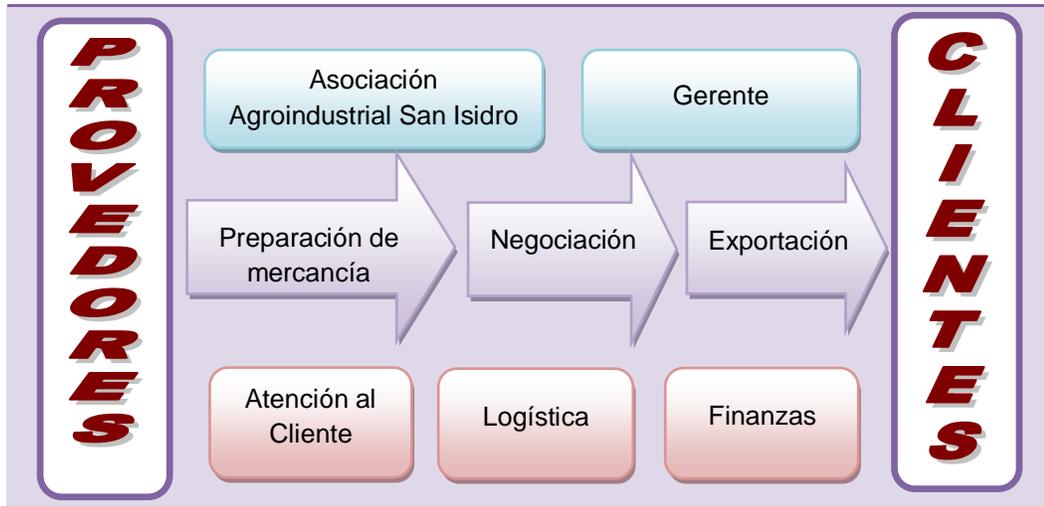


Figura N° 11: Mapa de Procesos Para la Exportación de Higuerilla
Elaborado por: Jesenia Pozo

La Cadena del Valor está constituida por los procesos que se realizarán para la comercialización de la higuerilla, tomando en cuenta los siguientes procesos:

Preparación de la mercancía es cuando la higuerilla ha sido cosechada, secada, obtenido el grano, limpiada y colocada en su respectivo empaque de cincuenta kilogramos, la cual deberá estar etiquetada antes de realizar la exportación.

En la negociación se establecerán diálogos entre el vendedor y el cliente para llegar a un acuerdo que permita a las partes obtener un beneficio, para lo cual se deberá realizar un plan de estrategias que serán planteadas en el momento de una reunión pactada, sellando dicho acuerdo con la firma de un contrato de compra venta.

La exportación de la mercancía estará conformada por todo el plan logístico que analiza los costos de dicha operación.

Tabla N° 41: Ficha de Procesos de la Preparación de la Mercancía

PREPARACIÓN DE LA MERCANCÍA PARA EXPORTACIÓN		Código:	PO-001
		Páginas	1-1
		:	
Responsable:	Asociación Agroindustrial San Isidro		
Objetivo:	Realizar el acondicionamiento de la mercancía para la exportación		
Alcance:	El encargado deberá preparar la mercancía para la exportación en las medidas y términos señalados		
1.DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
Asociación Agroindustrial San Isidro	<ol style="list-style-type: none"> Determinar cuántas toneladas de mercancía se ha cosechado Socializar las medidas del empaque de la mercancía que se necesita Adquirir el empaque que se necesita Llenar el empaque con la mercancía y sellar Llevar a bodega la mercancía para la exportación Realizar conteo de los sacos listos para la exportación Notificar que la mercancía esta lista al exportador 	<ol style="list-style-type: none"> Informe de ingreso de mercancía a bodega Solicitud de tipo y medidas de empaque Factura adquisición de empaque Lista de empaque de la mercancía Notificación de sacos listos para la exportación 	
2. FLUJOGRAMA			
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Determinar número de toneladas de mercancías cosechadas] A --> B[Socialización de requerimientos de empaque] B --> C[Adquisición de empaque] C --> D[Empacar la mercancía] D --> E[Ingreso a bodega de mercancía] E --> F[Conteo de sacos para la exportación] F --> G[Notificar al exportador que la mercancía esta lista para la exportación] G --> FIN([FIN]) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Q MERCANCÍA EXPORTABLE	N° de kilogramos Cosechados/Q de Kilogramos por empaque	Semestrales	Asociación
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO			
TALENTO HUMANO	INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Asociación	Cosedora, Bodega, etc.	NINGUNO	
REVISADO		APROBADO	FECHA
Exportador		Exportadordedel 201...

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 42: Ficha de Procesos de la Negociación

NEGOCIACIÓN		Código:	PO-002
		Páginas:	1-1
Responsable:	Exportador		
Objetivo:	Realizar la negociación para la venta de higuera a Colombia		
Alcance:	El encargado deberá realizar el proceso de negociación de la higuera desde el contacto con el cliente hasta la firma de contrato de compra venta		
1.DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
Exportador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar el producto a ser exportado 2. Realizar la búsqueda de posibles clientes 3. Establecer al Cliente 4. Establecer la demanda del producto para el Cliente 5. Establecer la oferta exportable 6. Establecer los gustos y preferencias del cliente 7. Establecer estrategias de negociación 8. Realizar la negociación 9. Firma del contrato de compraventa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informe de Estudio de Mercado 2. Informe de Estudio de Factibilidad de Exportación 3. Contrato de Compra- Venta 	
2. FLUJOGRAMA			
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Determinar el producto a ser exportado] A --> B[Búsqueda de posibles clientes] B --> C[Establecer al Cliente] C --> D[Establecer la demanda del producto] D --> E[Establecer la oferta exportable] E --> F[Establecer los gustos y preferencias del cliente] F --> G[Establecer estrategias de negociación] G --> H[Realizar la negociación] H --> I[Firma del contrato de compraventa] I --> FIN([FIN]) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
CANTIDAD EXPORTABLE	Q de mercancía exportada en TN/Q de mercancía planificadas	Semestrales	Exportador
NUMERO DE EXPORTACIONES	N° exportaciones Planificadas/N° exportaciones realizadas	Semestrales	Exportador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO			
TALENTO HUMANO	INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Exportador	Computadora, teléfono, vehículo, internet	NINGUNO	
REVISADO		APROBADO	FECHA
GERENTE		GERENTEdedel 201...

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 43: Ficha de Procesos de la Exportación

EXPORTACIÓN		Código:	PO-003
		Páginas:	1-1
Responsable:	Exportador		
Objetivo:	Realizar la documentación y el proceso para la venta de higuera a Colombia		
Alcance:	El encargado deberá realizar todos los tramites y documentación necesaria para la exportación de higuera		
1.DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
Exportador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las mercancías a ser exportadas 2. Buscar la clasificación arancelaria de las mercancías 3. Establecer si la mercancía necesita certificado fitosanitario y de origen 4. Obtener el certificado fitosanitario 5. Obtener el certificado de origen 6. Revisar que las mercancías se encuentren en aptas condiciones para la exportación 7. Contratar el medio de transporte (nacional-internacional) 8. Detallar al transportista lugar de embarque de las mercancías. 9. Cargue de las mercancías al vehículo de transporte 10. Generación y entrega de documentos de transporte al transportista 11. Ingreso de la mercancía a zona primaria 12. Presentación de la DAE 13. Asignación de aforo de la mercancía 14. Presentación de documentos de soporte y acompañamiento ante el SENA 15. Salida de la mercancía de zona primaria y del territorio aduanero ecuatoriano 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Documentos de Soporte (Carta Porte, Manifiesto de Carga, Factura Comercial, Certificado de Origen) 2. Documentos de Acompañamiento (Lista de Empaque, Certificado Fitosanitario, etc.) 	
2. FLUJOGRAMA			
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Determinar mercancías a ser exportadas] A --> B[Clasificación Arancelaria de las Mercancías] B --> C[Obtención certificado fitosanitario y de origen] C --> D[Mercancías aptas para la exportación] D --> E[Contratación medio de transporte] E --> F[Dar instrucciones de cargue al transportista] F --> G[Cargue de las mercancías] G --> H[Generación y entrega de doc. De transporte al transportista] H --> I[Ingreso de la mercancía a zona primaria] I --> J[Presentación de la DAE] J --> K[Asignación de aforo] K --> L[Presentación de la documentación correspondiente ante el SENA] L --> M[Salida de mercancías de zona primaria y del territorio aduanero] M --> FIN([FIN]) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
CANTIDAD EXPORTABLE	Q de mercancía exportada en TN/Q de mercancía planificadas	Semestrales	Exportador
NUMERO DE EXPORTACIONES	N° exportaciones Planificadas/N° exportaciones realizadas	Semestrales	Exportador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO			
TALENTO HUMANO	INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Exportador	Computadora, teléfono, vehículo, internet	NINGUNO	
REVISADO	APROBADO	FECHA	
GERENTE	GERENTEdedel 201...	

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.3.1. Estructura Administrativa

La Asociación Agroindustrial San Isidro cuenta con la siguiente estructura administrativa para su normal funcionamiento

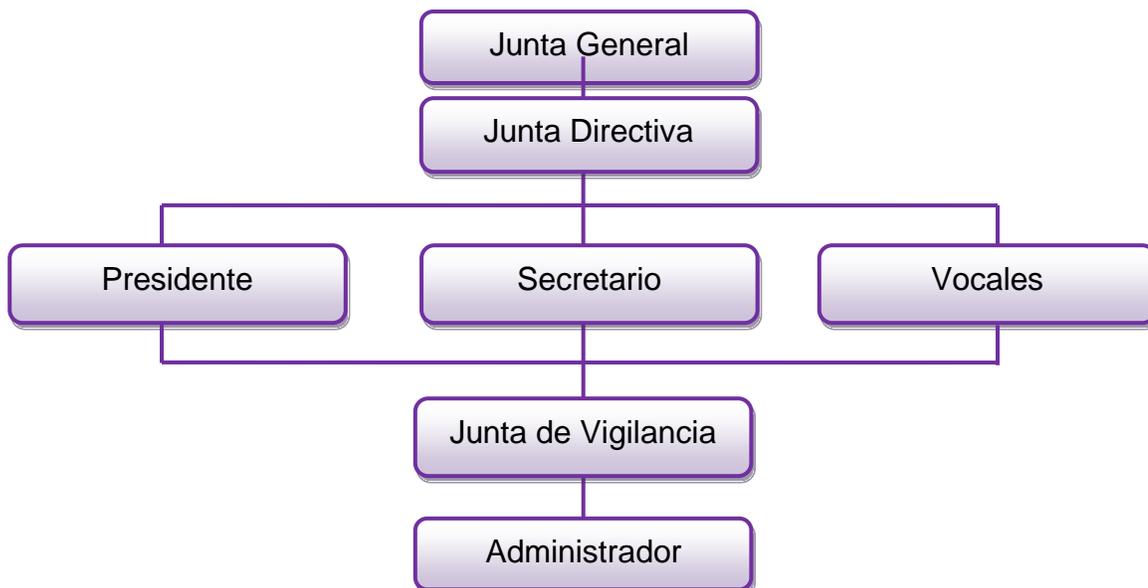


Tabla N° 44: Junta General

DESCRIPCIÓN	ATRIBUCIONES Y DEBERES
La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno. 2. Elegir y renovar a los miembros de la Junta Directiva y de Vigilancia y el Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes. 3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables. 4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva. 5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación. 6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador. 7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva. 8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 45: Junta Directiva

DESCRIPCIÓN	ATRIBUCIONES Y DEBERES
La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y 3 Vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constaran en el Reglamento interno de la Asociación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la asociación. 2. Aceptar o rechazar las solicitudes e ingreso o retiro de la asociación. 3. Autorizar la celebración de contratos en los que Intervenga la Asociación, hasta por el 30% de presupuesto anual. 4. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecido en el Reglamento Interno 5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos. 6. Presentar para aprobación de la Junta General, los estatutos financieros, balance social y su informe de labores. 7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

TABLA N° 46: Junta de Vigilancia

DESCRIPCIÓN	ATRIBUCIONES Y DEBERES
La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por 3 vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos contantes en el Reglamento Interno.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación. 2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada. 3. Conocer el informe administrativos, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador. 4. Presentar su informe anual de labores a la Junta General.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 47: Presidente

ATRIBUCIONES
<p>El presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General Durante 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo tendrá las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva.2. Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones.3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación.4. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 48: Secretario

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.
<p>El Secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación.2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones.3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del presidente.4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación.5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo.6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que este a su cargo y que le sea requerida.7. Notificar las resoluciones8. Llevar el registro autorizados de la nomina de asociados, con sus datos personales.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 49: Administrador

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.
<p>El administrador será elegido por la Junta General, por un periodo de dos años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Representar legalmente a la Asociación2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y directiva3. Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.

Fuente: Estatutos Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.3.2. Objetivos y Fines de la Asociación

- a. Tratar por los medios legales la obtención de tierras, créditos, donaciones ante entidades pública y privadas nacionales e internacionales para el progreso de la asociación.
- b. Generara la producción agropecuaria de productos tradicionales y no tradicionales que se adapten a la zona, su industrialización y comercialización a nivel local y nacional.
- c. Promover la integración de granjas integrales para sus asociados.
- d. Fomentar la instalación de maquinaria respectiva para el procesamiento de la producción de sus asociados.
- e. Buscar apoyo técnico, económico y coordinar con otras instituciones especializadas para dar soluciones a las necesidades de la asociación.
- f. Buscar la afiliación con entidades nacionales que persigan la misma finalidad.
- g. Mejorar la producción agropecuaria industrializada, en distintas actividades con técnicas adecuadas y manejo de conservación que no atente contra el medio ambiente.
- h. Mejorar las condiciones socioeconómicas de sus asociados y familias, y de esta manera frenar la migración campesina.
- i. Fomentar la seguridad alimentaria de los socios y la comunidad. "ibídem"

5.6.3.3. Constitución legal

En la actualidad toda organización ya sea familiar o colectiva que se integra por actividad económica o por cualquier otro fin se realiza en relación a la Ley de Economía Popular y Solidaria ya sea que tenga calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios buscando el bienestar del ser humano para lograr el buen vivir de los mismos en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Con lo anterior mencionado se puede decir que de acuerdo al artículo dos de la presente ley literal c), se establecería que la Asociación Agroindustrial San Isidro es una organización económica constituida por agricultores del cantón San Isidro, los cuales se han asociado con la finalidad producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, lo cual lo reitera y especifica de mejor manera en el artículo 24 de la presente ley.

Constitución de la empresa

Art. 1 Con domicilio en la Parroquia San Isidro, Cantón Espejo, Provincia del Carchi se constituye la Asociación Agroindustrial San Isidro, con una agrupación de derecho privado, sin fines de lucro de los regulados por el Título XXX del Libro del Código Civil.

Art.2 La Asociación Agroindustrial San Isidro, está constituida por agricultores, ganaderos de clase media y bajos recursos económicos de la Parroquia y sus Caseríos, que suscribieron el Acta Constitutiva de la Asociación, así como lo manifestaron voluntariamente el deseo de participar en las actividades de la organización y se afiliaron posteriormente.

Art. 3 La Asociación tendrá una duración indefinida, se disolverá solo por causa mayor luego de haber cumplido sus objetivos y obligaciones adquiridas, por

resolución de la Asamblea General y el consentimiento de las dos terceras partes de la Asamblea General o por mandato legal. Sin embargo podrá disolverse por disminuir sus socios a menos de cinco o comprometer la seguridad o los intereses del Estado, tal como contravenir reiteradamente las disposiciones emanadas de los Ministerios u Organismos de Control y Regulación.

5.6.3.4. Misión Empresarial

Consolidarse como asociación de familias para practicar el mundo solidario dando un paso de lo individual a lo colectivo practicando el pensamiento humanista con solidaridad para ayuda de sus socios en la solución de problemas logrando su bienestar y el de la ciudadanía. (ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL SAN ISIDRO, 2013)

5.6.3.5. Imagen

La Asociación Agroindustrial San Isidro tiene su propio logotipo y es el que será utilizado en el embalaje de la higuera para su comercialización el cual dará constancia de que es un producto carchense, además este logotipo es utilizado para cualquier trámite que realice la asociación.

Figura N° 12: Logotipo de la Asociación Agroindustrial San Isidro



5.6.3.6. Activos fijos

Se refiere a los bienes que posee la Asociación Agroindustrial San Isidro, los cuales son utilizados constantemente en la producción de cualquier producto en el uso constante sus suelos con el fin de obtener un bien.

Tabla N° 50: Activos Asociación Agroindustrial San Isidro

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			1 036 00
Terreno	Hect.	91	936 000
Construcción			103 000
Casa de hacienda	Unidad	1	80 000
Casa de vivienda	Unidad	1	8 000
Establo	Unidad	1	15 000
MAQUINARIA			235 000
Riesgo por aspersión	Unidad	1	150 000
Tractor	Unidad	1	30 000
Motocultores	Unidad	3	15 000
Equipos de fumigación	Unidad	1	10 000
Reservorio	Unidad	1	30 000
TOTAL ACTIVOS			1 271 000

Fuente: Asociación Agroindustrial San Isidro

Elaborado por: Jesenia Pozo

Los activos de la Asociación son indispensables para la producción de higerilla, esto se debe a que algunos de ellos pueden facilitar la mano de obra en el cultivo del producto y ahorrar recursos para obtener un productos a menor precio y más competitivo en el mercado.

5.6.3.7. Envase del Producto

Para la exportación de la higerilla se utilizará sacos de yute de 50 kilogramos los cuales permitirán conservar el producto y protegerlo de cualquier agente externo, además brindará las características físicas idóneas para facilitar su manipulación transporte y almacenamiento, también es necesario la utilización de pallet como embalaje el cual permitirá copilar un número determinado de

bultos y a la vez protegerlos para el transporte internacional de la mercancía de plagas como insectos o de la humedad que se pueda generar en el transporte y su manipulación.

Tabla N° 51: Empaque de la Higuerilla

	Largo	1m			
	Ancho	0,6 m			
	Alto	0.28 m			
Costos de la operación					
Costo del saco	0,3				
Cantidad por envío	1500				
Costo total	450				
Costo Total de la Operación por Envío					
2015	2016	2017	2018	2019	2020
450	561	681	809	946	1051

Elaborado por: Jesenia Pozo

Normas Oficiales

Para la exportación e la higuerilla se necesita dos normas oficiales que deben ser obligatorias para su comercialización entre las cuales mencionamos el certificado de origen y el certificado fitosanitario sin los cuales no se podrá realizar la exportación de la misma.

Certificado de origen

El certificado de origen da fe de que los bienes o servicios exportados son originarios del país del cual se realiza la exportación y a través de este certificado se puede obtener las preferencias arancelarias ya sea totales o parciales para el ingreso del producto, sin embargo para el caso de la

exportación de higuera a Colombia la preferencia es total con el certificado de origen gracias a la Decisión 416 Normas de Origen de la CAN bloque al que pertenecen los dos países negociadores Ecuador y Colombia y que a su vez permite minimizar costos en la comercialización del producto.

Para obtener el certificado de origen es necesario realizar el registro en el Ecuapass, en donde el exportador deberá registrarse en el Ecuapass como tal y para hacerlo deberá contar con su firma electrónica o TOKEN, como segundo paso el exportador deberá generar la Declaración Juramentada de Origen (DJO) del producto que se pretende exportar en este caso la higuera, esta declaración se la debe realizar en el menú Ventanilla Única, la declaración sirve para determinar de forma sistemática si el producto cumple o no con las normas de origen establecidas y por último se debe generar el certificado de origen en la Cámara de la Pequeña Industria del Carchi que se la puede encontrar en la página de FEDEXPORT para realizar el certificado a través de la misma, esto porque se trata de una mercancías que se va a exportar a un país perteneciente a la CAN o también se lo puede hacer si se va a exportar a un país de la ALADI o MERCOSUR pero si la exportación se la fuera hacer a Estados Unidos, la Unión Europea, al Sistema de Preferencias Arancelarias (SGP o SGP+), el certificado se lo debe obtener en el MIPRO. (PRO ECUADOR, 2014)

Certificado Fitosanitario

El certificado fitosanitario es un documento que permite demostrar que el producto a ser exportado no contiene plagas que puedan introducirse al país destino o contaminar otros productos nacionales, este certificado es emitido en Agrocalidad del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MIPRO) y es necesario obtenerlo en todos los productos de origen vegetal.

Para obtener el certificado es necesario realizar la verificación del estatus fitosanitario en donde se constata si el país de destino ha levantado las restricciones sanitarias de acceso al producto de origen vegetal ecuatoriano a

través del Estatus Fitosanitario que es una información detallada del estado fitosanitario del producto de exportación la cual es revisada y aprobada en el país destino, a continuación se debe realizar un registro en Agrocalidad en donde se debe solicitar el registro de operador ya sea como exportador, productor o productor-exportador, como siguiente paso un auditor de Agrocalidad realiza la inspección del producto en los centros de acopio del mismo para constatar el estado del producto el cual es aprobado y con él se aprueba el registro operador en la institución y por último se realiza la solicitud del certificado el cual debe ser obtenido por cada exportación. (PRO ECUADOR, 2013)

Respaldo al producto

La higuera es considerada como un producto básico porque no tiene transformación alguna y no puede satisfacer las necesidades de los consumidores directamente pero si se constituye en la materia prima de grandes bienes siendo el núcleo de los múltiples beneficios que se puede obtener a través de su procesamiento que pueden satisfacer un sinnúmero de necesidades de las personas en especial con su aceite de ricino o castor oil el cual sirve de la materia prima para la fabricación de pinturas, barnices, cosméticos, lubricantes, combustibles de aviones, plásticos, biodiesel, entre otros. (COLBIO)

5.6.4. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

5.6.4.1. Datos básicos del producto, embarque e información adicional

Se refiere a la descripción detallada de todas las características que deben ser tomadas en cuenta para realizar la exportación de higuera a Colombia con el fin de facilitar la información para su posterior utilización.

Tabla N° 52: Información Básica del Producto

Nombre técnico o comercial del producto	Semillas de ricino acepto para siembra
Posición arancelaria en el país exportador	1207.30.90
Posición arancelaria en el país importador	1207.30.90
Unidad comercial de venta	Sacos
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	19,37

Fuente: (REFORMAS AL ARANCEL NACIONAL DE IMPORTACIONES, 2012)

Elaborado por: Jesenia Pozo

En la tabla antes presentada se detallan los datos más relevantes del producto para su comercialización, entre ellos se puede nombrar a el nombre técnico comercial de la higuerrilla es decir el nombre con el cual se clasifica en el arancel de importaciones, la posición arancelaria en el país de origen y destino, la unidad comercial de venta de la mercancía, moneda de transacción y valor en fabrica de la misma.

Tabla N° 53: Información Básica del Embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Pasto
Nº de unidades comerciales por embarque	1500
Valor inicial del embarque (EXW)	29057
tipo de embalaje	Sacos
tipo de unidad de carga	VEHICULOS CARABANADOS
Nº total de embalajes	1500
Nº total de unidades de carga	3,47

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jesenia Pozo

Con relación a la información del embarque que se presenta en la anterior tabla se detalla el país de origen que es Ecuador con la ciudad de embarque Tulcán, de igual forma se detalla el ciudad y país destino siendo esta Pasto Colombia, el número de unidades comerciales por embarque, su valor inicial, tipo de embalaje y número total de empaque y embalajes.

Tabla N° 54: Información Adicional

Termino de negociación	FOB
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	5,37%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	3,95%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	3,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jesenia Pozo

Por ende en la tabla antes ilustrada se presentan los datos adicionales a la negociación que no han sido nombrados anteriormente como: termino de negociación, forma de pago, tipo de cambio, etc.

5.6.4.2. Cubicaje de la mercancía

Se debe mencionar que el cubicaje depende del tipo de mercancía que se pretenda exportar y los requerimientos que la misma necesite, para el caso de la higuera no es necesario de mucha tecnificación para su manipulación y traslado de un lugar a otro, porque no es un producto frágil es por tal motivo que los sacos de higuera son cargados directamente al tráiler sin ningún tipo de palatización ni cuidados excesivos, la única protección que tiene es la caravana de la unidad de carga y su empaque.

Tabla N° 55: Cálculo del Cubicaje del Vehículo de 30 Tn

Unidad de Carga (TRAILER 30TN)			Envases (SACOS)		
					
Largo (m)	12,00	Largo (m)	1,00		
Ancho (m)	2,40	Ancho (m)	0,60		
Alto (m)	2,60	Alto (m)	0,28		
Estimación de Espacio					
Largo (m)					12 Sacos
Ancho (m)					4 Sacos
Alto (m)					9 Sacos
Capacidad Total de Unidad de Carga			432 Sacos		
Número de Tráileres por Envío Año Actual y Proyectados					
2015	2016	2017	2018	2019	2020
3,47	4,17	4,86	5,56	6,25	6,94

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Jesenia Pozo

El cálculo del cubicaje para el vehículo de treinta toneladas se lo ha realizado en base a las medicas de largo, ancho y alto de la unidad de carga y del saco de higuerrilla con estos datos se ha obtenido la estimación de espacio del vehículo, que muestra que a lo largo entran doce sacos de higuerrilla, a lo ancho cuatro y a lo alto nueve, logrando así una capacidad de carga del vehículo de 432 sacos por envío, con esta información y los datos de la investigación se ha realizado una proyección de vehículos que se necesitarán en cada envío durante cinco años posteriores.

5.6.4.3. Resultados de Cubicaje y Datos de la Investigación Relevantes

En el cuadro que se encuentra a continuación se detallan los datos utilizados para el cálculo del cubicaje y los resultados que se obtuvieron con el manejo de la oferta exportable, demanda insatisfecha y el porcentaje de cobertura de dicha

demanda, además se estableció el número de envíos al año, tamaño del embarque, estimaciones de venta por envío y anuales en unidades comerciales o sacos, proyecciones a cinco años.

Tabla N° 56: Datos Relevantes

DATOS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Oferta Exportable (TN)	150	180	210	240	270	300
Demanda Insatisfecha (TN)	110.925	124.095	137.395	150.836	164.433	164.433
% Cobertura de la Demanda	0,14%	0,15%	0,15%	0,16%	0,16%	0,18%
Frecuencia de Envío	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral
Número de Envíos al Año	2	2	2	2	2	2
Tamaño del Embarque (TN)	75	90	105	120	135	150
N° de Sacos por Envío	1.500	1.800	2.100	2.400	2.700	3.000
N° Tráileres 30 TN	3,5	4,2	4,9	5,6	6,3	6,9
Estimación de Ventas Según Unidad Comercial por Envío	1500	1800	2100	2400	2700	3000
Estimación de Ventas Según Unidad Comercial Anuales	3000	3600	4200	4800	5400	6000
Sacos Sobrantes o Excedentes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.4.4. Análisis de Costos

La presente investigación busca la comercialización de higuierilla a Colombia desde Cantón Espejo Provincia del Carchi, donde se tomara en cuenta los costos que se generan en la exportación desde el país de origen hasta su destino final, estos datos se encuentran proyectados a cinco años lo que dara un plus al presente proyecto.

Manipulación en Origen

Tabla N° 57: Manipulación en el Local del Exportador

Descripción	Costo por vehículo	Cantidad	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cargue de los Sacos al Vehículo 30 TN	51,84	3,5	180	225	272	323	378	437
TOTALES			180	225	272	323	378	437

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

La manipulación en el local del exportador está dada por el costo de cargue de los sacos al vehículo que en la actualidad fluctúa en trece centavos por saco cargado al tráiler, este valor se ha multiplicado por el número de sacos que entran en el mismo de acuerdo al cubicaje realizado anteriormente.

Documentación en Origen

Tabla N° 58: Documentación de Exportación

DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Q.	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
Factura Comercial	0,25	1	0,25	0,26	0,28	0,32	0,37	0,45
Certificado de Origen	11,20	1	11,20	11,64	12,58	14,13	16,49	20,01
Certificados Fitosanitario	15,00	1	225	234	252	284	331	402
otros	20,00	1	20,00	20,79	22,46	25,23	29,45	35,74
TOTALES			256,45	266,57	288,02	323,48	377,63	458,25

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Los documentos necesarios para la exportación de higuera son la factura comercial, certificado de origen para la liberación de aranceles y el certificado fitosanitario para dar constancia que la mercancía se encuentra libre de plagas, con los mencionados documentos se puede realizar la exportación en adhesión a los de transporte que son emitidos por la empresa transportista.

Es importante mencionar que el cálculo del valor del certificado fitosanitario se lo realiza en base al número de kilogramos que se vaya a exportar y la equivalencia de cálculo es la siguiente: por cada 100 kilogramos de higuierilla se paga 30 centavos de certificado fitosanitario.

Transporte Interno en Origen

Tabla N° 59: Transporte Interno en Origen

DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Q Tráileres	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flete interno vehículos de 30 TN	200	3,47	694,44	866,21	1050,46	1247,89	1459,27	1685,39
TOTALES			694,44	866,21	1050,46	1247,89	1459,27	1685,39

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El transporte interno se realiza desde el Cantón Espejo hasta la ciudad de Tulcán en un vehículo que cumpla con las condiciones necesarias para el correcto traslado de la mercancía desde lugar de origen hasta su destino final.

Manipulación de embarque

Para el caso del presente proyecto no se realizará la manipulación de embarque porque la mercancía transita en el mismo vehículo tanto para transporte interno como para transporte internacional sin necesidad de transbordo.

Agentes Para la Exportación

Tabla N° 60: Agentes de Exportación

AGENTES		COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
Descripción	HONORARIOS PROFESIONALES	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Agente de aduana	0	0	0	0	0	0	0
OTROS	30	30	31	34	38	44	54
TOTALES		30	31	34	38	44	54

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

En la actualidad para el caso de la exportaciones ya no se paga agente de aduana es por tal motivo que el valor de agente de aduana expresado en la tabla anterior se encuentra en cero pero se ha colocado un valor denominado otros por cualquier omisión de algún procesos.

Flete Internacional

Tabla N° 61: Flete Internacional de las Mercancías

Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad de vehículos	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flete Internacional vehículos de 30 TN	300	3,47	1041,667	1299	1576	1872	2189	2528
TOTALES			1041,7	1299	1576	1872	2189	2528

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El flete internacional para la exportación de higuera se lo realizará en el mismo vehículo del transporte interno en origen es por tal motivo que dicho transporte deberá estar habilitado para transitar tanto en el territorio ecuatoriano como también a en territorio colombiano para lo cual contará con el certificado de habilitación, mismo que le servirá para realizar el transporte internacional sin

necesidad de realizar el transbordo de las mercancías a otro vehículo y con el fin de reducir costos a la exportación.

De acuerdo a la empresa de transporte contratada en el caso de la exportación en el mismo vehículo hasta destino ella se encarga de generar los documentos de transporte en origen y en destino, este servicios está incluido en el costo de la tabla antes expuesta.

Seguro Internacional

Tabla N° 62: Seguro Internacional de las Mercancías

Descripción	Valor asegurado	Prima	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
cobertura de todo riesgo	62522,83	2%	1250,46	1513,45	1779,81	2066,38	2374,88	2704,70
TOTALES			1250,46	1513,45	1779,81	2066,38	2374,88	2704,70

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El seguro de las mercancías ha sido calculado a través del porcentaje obligatorio que la aduana exige, no se contrata otro seguro porque el producto no posee características que lo hagan susceptible a daños en el transporte de origen a destino además la mercancía no tiene un valor comercial elevado para adquirir un seguro para la misma.

Almacenamiento

Tabla N° 63: Almacenamiento de la Mercancía

Descripción	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Almacenamiento temporal (Ticket de Bascula)	5,00	5,15	5,30	5,46	5,63	5,63
N° TRAILERS	3,47	4,17	4,86	5,56	6,25	6,94
TOTALES	17,36	21,46	25,79	30,35	35,17	39,08

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Para el caso del almacenamiento de la mercancía por ser el trayecto de transporte corto el vehículo que transporta la higuera ingresa a bodega para obtener el ticket de bascula y sale enseguida de la almacenadora es por ese motivo que en la tabla anterior se expresan datos muy bajos debido a que solo es tomado en cuenta el valor del ticket, posteriormente el vehículo se dirige hasta su lugar de destino establecido.

Documentación en Destino

Tabla N° 64: Documentos en Destino

DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
Documento de Recepción de Carga	50	1	50	52	53	55	56	58
TOTALES			50	52	53	55	56	58

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El documento que se deberá generar en destino es la recepción de la carga en donde se establecerá que la mercancía ha llegado en óptimas condiciones a su destino final y se notifica en caso de que haya alguna irregularidad con la misma.

Agentes en Destino

Tabla N° 65: Agentes en Destino

Descripción	HONORARIOS PROFESIONALES	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Agente de aduana	150	150	156	168	189	221	268
TOTALES		150	156	168	189	221	268

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

En el país destino se necesitara los servicios de un agente de aduana para la importación de la mercancía, él será el encargado de realizar el trámite respectivo de nacionalización exceptuando el pago de los impuesto que genere la importación.

Costos Aduaneros

Tabla N° 66: Impuestos que se Generan a la Importación

AÑO	DESCRIPCIÓN	% DE IMPUESTO	BASE IMPONIBLE	Costo total USD
2015	ADVALOREM	15%	63773,29	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		10203,73
2016	ADVALOREM	15%	77185,70	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		12350
2017	ADVALOREM	15%	90770,32	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		14523
2018	ADVALOREM	15%	105385,35	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		16862
2019	ADVALOREM	15%	121119,13	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		19379
2020	ADVALOREM	15%	137939,87	0
	ICE	0%		0
	IVA	16%		22070

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Para que la mercancía pueda circular libremente por el territorio colombiano es necesario que se realice el pago de los impuesto que genera la importación en este caso la importación genera el valor del IVA y generaría el valor Advalorem pero este va en cero (0) porque la mercancía tiene certificado de origen y según

la normativa de la CAN establece que si es originaria y se dirige a un país miembro dicha mercancía se libera del 100% del valor Advalorem.

5.6.4.5. Incoterms

Para la exportación de higuera es necesario establecer términos de negociación con los cuales determinaran las obligaciones, costos y riesgos tanto del exportador como del importador en todo el proceso logístico desde que la mercancía esta lista para su despacho en fábrica hasta la bodega de descarga en el país destino.

Tabla N° 67: Costos de los Términos de Negociación hasta Destino

INCOTERMS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Valor del embarque	58.113	70.291	82.544	95.703	109.839	124.901
EXW	58.113	70.291	82.544	95.703	109.839	124.901
Manipulación local X	360	449	545	647	756	874
Unitarización	0	0	0	0	0	0
FCA/FAS	58.473	70.740	83.088	96.349	110.596	125.775
Transporte interno	1.389	1.732	2.101	2.496	2.919	3.371
Manipuleo Embarque	0	0	0	0	0	0
Agentes	60	62	67	76	88	107
Documentación	513	533	576	647	755	916
Capital e inventario país de origen	5	5	6	7	9	10
Bancarios	0	0	0	0	0	0
FOB	60.439	73.074	85.839	99.575	114.366	130.179
Flete Internacional	2.083	2.599	3.151	3.744	4.378	5.056
CFR	62.523	75.672	88.991	103.319	118.744	135.235
Seguro Internacional	1.250	1.513	1.780	2.066	2.375	2.705
CIF	63.773	77.186	90.770	105.385	121.119	137.940
Capital e inventario tránsito internacional	10	12	14	16	18	21
Manipuleo desembarque	0	0	0	0	0	0
DAT	63.783	77.197	90.784	105.401	121.137	137.960
Almacenamiento temporal	35	43	52	61	70	78
Documentación	100	103	106	109	113	116
Agentes	300	312	337	378	442	536
Transporte interno	0	0	0	0	0	0

DAP	64.218	77.655	91.278	105.949	121.762	138.691
Aduaneros	10.204	12.350	14.523	16.862	19.379	22.070
Capital e inventario país de destino	38	46	54	63	73	83
DDP	74.460	90.051	105.856	122.874	141.214	160.844
Costo Unitario	24,82	25,01	25,20	25,60	26,15	26,81
Utilidad	3,72	3,75	3,78	3,84	3,92	4,02
Precio de Venta DDP	28,54	28,77	28,98	29,44	30,07	30,83

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

A través de los Incoterms se puede tener una visión clara del precio del producto en el exterior y de acuerdo al término de negociación teniendo así una visión más clara de la competitividad del producto que se está exportando con relación al mismo producto ya existente en el mercado.

Tabla N° 68: Precio del Producto al Término de Negociación

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
COSTO EXWORK	19,37	19,53	19,65	19,94	20,34	20,82
COSTO FOB	20,15	20,30	20,44	20,74	21,18	21,70
UTILIDAD	3,02	3,04	3,07	3,11	3,18	3,25
PRECIO FOB	23,17	23,34	23,50	23,86	24,36	24,95

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

La tabla anterior muestra el precio de cada saco en el término de negociación establecido agregándole una utilidad del 15% obteniendo así el precio de venta de la mercancía en el termino de negociación FOB, además muestra el costo de la mercancía en fábrica sin adhesión de ningún costo de exportación, dicha información se encuentra con proyecciones a cinco años.

5.6.5. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.5.1. Inversión Inicial

Es el estudio de todos aquellos costos y gastos que se generarán al poner en marcha el proyecto ya sean activos fijos, capital de operación y gastos de constitución.

Tabla N° 69: Inversión Inicial del Proyecto

Concepto	Valor
Inversión Fija	3.095
Capital de Operación	37.230
Gastos de Constitución	1.000
Total Inversión Inicial	41.325

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

La inversión inicial cuenta con la inversión fija y es ahí en donde se detalla todos aquellos bienes que serán necesarios para poner en marcha el funcionamiento del proyecto.

Tabla N° 70: Inversión Fija

Activos Fijos - Inversión Fija			2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Muebles y Enseres			1.945
Escritorio	2	150,00	300
Sillón ejecutivo	1	120,00	120
Sillas	8	80,00	640
Mesas	2	150,00	300
Archivadores	2	130,00	260
Estantería metálica	1	200,00	200
Teléfono	1	50,00	50
Calculadoras	3	25,00	75
Equipo de Computo			1.150
Computadora	1	850,00	850
Impresora	1	300,00	300
Total Activos Fijos - Inversión Fija			3.095

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Además la inversión inicial también está formada por el capital de operación y se esté a su vez se constituye por gastos de producción, gastos administrativos y gastos de exportación.

Tabla N° 71: Capital de Operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	42.170
Gastos Administrativos	15.943
Gastos de Exportación	1.326
Total Costo Anual	60.439
Total Costo Diario	168
Ciclo de caja	180
Capital de Operación	30.220

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 72: Costos de Producción

Año Base			Proyección Costos de Producción					
Concepto	Cant.	V. Un.	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima			39.000	48.647	58.994	70.082	81.953	94.652
Sacos de higuierilla de 50 kg	3.000	13	39.000	48.647	58.994	70.082	81.953	94.652
Mano de Obra			0	0	0	0	0	0
Obreros	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos Indirectos de Fabricación:			3.170	3.482	3.814	4.167	4.541	4.856
Agua	12	20	240	249	259	270	280	291
Energía	12	15	180	187	194	202	210	218
Suministros	12	100	1.200	1247	1297	1348	1401	1456
Asistencia Técnica	1	600	600	624	648	674	700	728
otros	1	50	50	52	54	56	58	61
Total Costo de Producción			42.170	52.129	62.808	74.248	86.494	99.507

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 73: Gastos Administrativos

Año Base			Proyección Gastos Administrativos					
Concepto	Q.	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos	1	15.223	15.223	16.636	18.180	19.868	21.712	23.727
Servicios Básicos	12	25,00	300	312	324	337	350	364
Suministros de Oficina	12	15,00	180	187	194	202	210	218
Suministros de Limpieza	12	20,00	240	249	259	270	280	291
Depreciaciones			0	578	578	578	593	593
Amortizaciones			0	200	200	200	200	200
Total Gastos Administrativos			15.943	18.162	19.736	21.454	23.345	25.394

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Tabla N° 74: Gastos de Exportación

AÑO BASE			Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Envíos	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Unitarización	2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Manipuleo en el Local de Exportador	2	360,00	449,05	544,56	646,91	756,49	873,71
Documentación	2	512,90	533,14	576,04	646,95	755,26	916,50
Transporte Interno	2	1.388,89	1.732,43	2.100,92	2.495,79	2.918,54	3.370,78
Manipuleo de Embarque	2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Agentes	2	60,00	62,37	67,39	75,68	88,35	107,21
Costos Bancarios	2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Por último para determinar la inversión inicial es necesario colocar los gastos de constitución de la empresa en los cuales se detalla el costo la investigación a realizar y los permisos y licencias.

Tabla N° 75: Gastos de Constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015
Investigación	1	500,00	500
Permisos	1	500,00	500
Licencias	0	400,00	0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1.000

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

Obtención de la Inversión Inicial

Para realizar el proyecto se ha determinado que la inversión no se la realizará solo con capital propio sino que se sacará un préstamo para completar el capital necesario es por tal motivo que del total de la inversión se pondrá el 70% de capital propio y el 30% de capital ajeno.

Tabla N° 76: Estructura Financiera del Proyecto

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	24.020
Capital Ajeno	30%	10.294
Total	100%	34.315

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

5.6.5.2. Estados Financieros

Balance General

Es el documento que muestra la situación económica y financiera actual de una empresa u organización y para el caso del proyecto muestra la evolución del mismo a través de datos financieros.

Tabla N° 77: Balance General Año 2015

Balance General -Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	30.220	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	30.220	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificio e infraestructura	0		
Maquinaria y Equipo	0		
Muebles y Enseres	1.945	Préstamos Bancarios	10.294
Equipo de Computo	1.150	Total Pasivos Largo Plazo	10.294
Total Activos Fijos	3.095	Total Pasivos	10.294
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.000	Capital Social	24.020
Total Activos Diferidos	1.000	Total Patrimonio	24.020
Total Activos	34.315	Total Pasivo + Patrimonio	34.315

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El Balance muestra la situación actual del proyecto con todas las pertenencias de la empresa que fueron obtenidas como inversión inicial y las deudas que la misma posee, teniendo en cuenta que para la puesta en marcha del proyecto se inicio con el 70% de capital propio y el 30% fue capital financiado.

Estado de Resultados

Muestra la rentabilidad y la capacidad de vender las unidades establecidas para cada año proyectado, así mismo presenta los resultados de los ingresos y gastos del proyecto con el fin de establecer si los ingresos superan a los gastos que ha generado el proyecto y se ha logrado obtener una utilidad neta.

Tabla N° 78: Estado de Resultados Año 2015

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	69.505	84.035	98.715	114.512	131.521	149.706
Cantidad	3.000	3.600	4.200	4.800	5.400	6.000
Precio FOB	23,17	23,34	23,50	23,86	24,36	24,95
- Costo de Ventas	42.170	52.129	62.808	74.248	86.494	99.507
Utilidad Bruta en Ventas	27.335	31.906	35.907	40.263	45.027	50.198
- Gastos Operacionales	18.269	20.945	23.031	25.327	27.872	30.672
Gastos Administrativos	15.943	18.162	19.736	21.454	23.345	25.394
Gastos de Exportación	2.326	2.782	3.295	3.873	4.527	5.278
Utilidad Operacional	9.066	10.961	12.876	14.936	17.155	19.527
- Gastos Financieros	0	996	637	235	0	0
Interés Bancario	0	996	637	235	0	0
U.A.T.I	9.066	9.965	12.239	14.701	17.155	19.527
- 15% Particip. Trabajadores	1.360	1.495	1.836	2.205	2.573	2.929
Utilidad Antes de Impuestos	7.706	8.470	10.403	12.496	14.582	16.598
- 23% Impuesto a la Renta	1.772	1.948	2.393	2.874	3.354	3.817
Utilidad Neta	5.934	6.522	8.010	9.622	11.228	12.780

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

En adhesión a lo antes mencionado se puede concluir que el proyecto es favorable porque en cada año proyectado deja un margen de ganancia considerable teniendo en cuenta que solo se realizan dos envíos anuales.

Flujo de Efectivo Neto

Es un indicador que permite conocer los movimientos del dinero a través de entradas y salidas, considerando a entradas todos aquellos montos de utilidad neta y los préstamos bancarios y a salidas las inversiones, amortizaciones y reposición de activos.

Tabla N° 79: Flujo de Efectivo Neto

FE - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Utilidad Neta		6.522	8.010	9.622	11.228	12.780
+ Depreciaciones		578	578	578	593	593
+ Amortizaciones		200	200	200	200	200
Liquidación del Proyecto						1.371
Recuperación Capital de Operación						30.220
Préstamos Bancarios	10.294					
Total Entradas	10.294	7.300	8.788	10.400	12.021	45.164
Salidas de Efectivo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Inversión Inicial	34.315					
Amortización de la Deuda		3.058	3.417	3.819		
Reposición de Activos				1.195		
Total Salidas	34.315	3.058	3.417	5.015	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-24.020	4.242	5.371	5.385	12.021	45.164

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

El presente flujo muestra que a pesar de existir una alta inversión inicial y una amortización del préstamo realizado, el flujo de efectivo es positivo lo que significa que el proyecto es rentable.

TIR, VAN, PR y CB

La Tasa Interna de retorno es la tasa de rendimiento que se genera por la reinversión total de las ganancias dentro de la empresa año tras año sin la influencia de factores externos.

El valor presente es calculado mediante la suma de los flujos de efectivo descontados restándole la inversión inicial, si el resultado de esta operación es positivo el proyecto es rentable.

Periodo de recuperación es el número de años que se necesita para recuperar la inversión realizada.

Costo beneficio es un método de evaluación de proyectos que consiste en dividir todos los costos de proyecto para los beneficios generados por el proyecto en tiempos actuales.

Tabla N° 80: TIR, VAN, PR y CB

Año		FE	Factor Descuento	FE Descontado
2015	0	- 24.020,32		
2016	1	4.241,85	0,9336	3.960,28
2017	2	5.370,87	0,8716	4.681,49
2018	3	5.385,19	0,8138	4.382,39
2019	4	12.020,88	0,7598	9.133,06
2020	5	45.163,99	0,7093	32.036,29
			SFE	54.193,51
			- Inversión Inicial	24.020,32
			VAN	30.173,18
			TIR	31,77%
			Periodo de Rec.	2,00
			Costo-Beneficio	2,26

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Jesenia Pozo

De acuerdo a los indicadores antes mencionados el proyecto es rentable porque tiene un periodo de recuperación de la inversión corto de dos años, un costo- beneficio de que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio mayor a dos dólares, una VAN positivo lo que significa que el proyecto es rentable al igual que un TIR elevado.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio refleja el número de unidades comerciales que se debe producir para no obtener ganancias ni pérdidas de ahí que si se produce más cantidad son ganancias y si se produce menos cantidad son déficits.

Tabla N° 81: Punto de Equilibrio con Financiamiento

Costo de Producción	2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Fijos	Varia.										
MPD		39.000		48.647		58.994		70.082		81.953		94.652
MOD		0		0		0		0		0		0
Envases		900		1.123		1.361		1.617		1.891		2.101
Agua	240		249		259		270		280		291	
Energía	180		187		194		202		210		218	
Suministros	1.200		1.247		1.297		1.348		1.401		1.456	
Asistencia Técnica	600		624		648		674		700		728	
otros	50		52		54		56		58		61	
Total Costo Producción	2.270	39.900	2.360	49.769	2.453	60.355	2.549	71.699	2.650	83.844	2.755	96.753
Gastos Operacionales	15.943	2.326	18.162	2.782	19.736	3.295	21.454	3.873	23.345	4.527	25.394	5.278
Gastos Administrativos	15.943		18.162		19.736		21.454		23.345		25.394	
Gastos de Exportación		2.326		2.782		3.295		3.873		4.527		5.278
Gastos Financieros	0		996		637		235		0		0	
Interés Bancario			996		637		235					
Costos y Gastos Totales	18.213	42.226	21.518	52.552	22.826	63.650	24.239	75.572	25.995	88.371	28.148	102.031
Unidades	3.000		3.600		4.200		4.800		5.400		6.000	
Costos y Gastos Unitarios	6,07	14,08	5,98	14,60	5,43	15,15	5,05	15,74	4,81	16,37	4,69	6,07
Total Costos y Gastos Unitarios	20,15		20,58		20,59		20,79		21,18		20,15	
% Utilidad	15%											
Precio de venta Unitario	23,17		23,66		23,68		23,91		24,36		23,17	
P. Eq. Unidades	2.003		2.374		2.678		2.967		3.253		2.003	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jesenia Pozo

En el cuadro anterior muestra el número de sacos de higuierilla que deben ser exportados para no perder ni ganar de ahí que si se exporta mas sacos eso será ganancias para la empresa este método sirve para obtener una referencia de hasta qué número de sacos debemos exportar para no perder la inversión.

6. Bibliografía

- ♣ Acevedo-Ariza-Barrios J. *Estudio de factibilidad de un proyecto hoy* en <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>
- ♣ ALADI, (2013) *Indicadores Socioeconómicos hoy* en http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/indicadores_socioeconomicos
- ♣ ALADI. (2012). *Sistema de Información de Comercio Exterior hoy* en http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel_vigente_item_arancelario_resultado.seam?retorno=tree&cid=3418
- ♣ AME. (2012). *Ecuadorianas, Asociación de Municipalidades hoy* en <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/339-canton-espejo>
- ♣ América Economía, (2013) *Inflación Cedería en Diciembre y Datos Para 2013 Serían Positivos hoy* en <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/colombia-inflacion-cederia-en-diciembre-y-datos-para-2013-serian-positivo>
- ♣ Angelfire, (2010) *Estudio de Factibilidad hoy* en http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm
- ♣ Arancibia, Y., & Calero, T. (2011). *Biotecnología Ambiental. Obtención de biodiesel a Partir del Aceite de Semillas Oleaginosas de la Provincia de Chimborazo*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- ♣ ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL SAN ISIDRO. (2013). *Estatuto de la Asociación Agroindustrial San Isidro*. Carchi, Ecuador
- ♣ Banco Mundial & Corporación Financiera Internacional, (2013) *Doing Business en Colombia 2013 hoy* en http://www.doingbusiness.org/Reports/Subnational-Reports/~/_/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Subnational-Reports/DB13-Colombia-Spanish.pdf
- ♣ BANCO MUNDIAL. (2013). *Banco Mundial hoy* en <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- ♣ Banco Mundial. (2014). *El Banco Mundial. Hoy* en <http://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ>
- ♣ Barbero J, (2014) *Retos de la Logística Para el Desarrollo Argentino. Presentación de José Barbero, Decano del Instituto del Transporte de la Universidad Nacional de San Martín hoy* en

http://www.webpicking.com/contenidos/jose-barbero-logistica-transporte-comercio_exterior-supply_chain.htm

- ♣ BODIESELSpain. (2006). Hoy en <http://www.biodieselspain.com/que-es-el-biodiesel/>
- ♣ Biodisol. (2008) *Energías alternativas, energías renovables, energías limpias, bioenergías* hoy en <http://www.biodisol.com/biodiesel-que-es-el-biodiesel-definicion-de-biodiesel-materias-primas-mas-comunes/>
- ♣ Cabot, P. *Gestión.org* hoy en <http://www.gestion.org/formacion-empresarial/1254/el-analisis-de-las-oportunidades-de-mercado/>
- ♣ Caldentey-Haro(2004). *Comercializaación de productos agrarios*, España, Madrid, Quinta edición
- ♣ CARBIO, (2011) *Industria Argentina de Biodiesel: Actualidad y Perspectivas* hoy en <http://sustentator.com/jornada2012/pres/En2-Carbio.pdf>
- ♣ Carlos Q, (2012) *Seminario Internacional Sobre Energías Renovables* hoy en <http://grupomontevideo.org/ndca/caenergia/wp-content/uploads/2013/06/Biodiesel-Situaci%C3%B3n-en-Argentina.pdf>
- ♣ CEPAL. (2011). *Estudio regional sobre economía de los biocombustibles 2010* hoy en <http://www.cepal.org/ddpe/agenda/2/42932/EstEconomiaBiocombustiblesDialPol.pdf>
- ♣ CESCE, (2013) *Ficha Riesgo País Argentina* hoy en <http://www.cesce.es/material/riesgopais/doc60845523.pdf>
- ♣ CESCE, (2013) *Ficha Riesgo País Colombia* hoy en <http://www.cesce.es/material/riesgopais/doc60631638.pdf>
- ♣ CESCE, (2014) *Ficha Riesgo País España* hoy en <http://www.cesce.es/material/riesgopais/doc64724518.pdf>
- ♣ CESNET, (2013) *Riesgo País* hoy en <https://cesnet.cesce.es/serviciosVA/?ticket=ST-12301-UeocylbSwToDhpoHMkVR-cas>
- ♣ COBUSGROUP, (2011) *Exportaciones de Biodiesel Colombiano* hoy en http://www.cobusecuador.ec/html2/busca_colexp_adv.html
- ♣ Coello, M. (2012). *Euroamericano* hoy en www.euroamericano.edu.ec/contenido/.../Balanza%20comercial.docx
- ♣ Colbio (2012) *Ricino* hoy en <http://www.colbio.com/productos-y-servicios/higuerilla-o-ricino/>
- ♣ COLBIO. *COLOMBIANA DE BIOCOMBUSTIBLES SA* hoy en <http://www.colbio.com/productos-y-servicios/higuerilla-o-ricino/>
- ♣ COMITE NACIONAL SISTEMA PRODUCTO OLEAGINOSAS. (2012). *oleaginosas.org* hoy en http://www.oleaginosas.org/cat_57.shtml

- ♣ CONVERSOR DE DIVISAS. (2014). *CONVERSOR DE DIVISAS XE* hoy en <http://www.xe.com/es/currencyconverter/>
- ♣ Cordoba, O. (2012). *Comportamiento ecofisiológico de variedades de higuera*. Medellín.
- ♣ Cordova, O. (2012). Ciencias Agrarias. *Comportamiento ecofisiológico de variedades de higuera (Ricinus communis L.) para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agroecosistemas colombianos*. Medellín, Colombia.
- ♣ Corpoica. (2011) *El cultivo de la higuera* hoy en <http://www.corpoica.org.co/SitioWeb/Servicios/ProductosServicios.asp>
- ♣ DANE, (2012) *Comercio Exterior – Importaciones y Balanza Comercial* hoy en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_dic12.pdf
- ♣ DANE, (2013) *Resultados Pobreza Monetaria Año Móvil Julio 2012-Junio 2013* hoy en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/pres_pobreza_juni_2013.pdf
- ♣ Datosmacro. (2013). *datosmacro.com* hoy en <http://www.datosmacro.com/paises/espana>
- ♣ DEFICICIÓN.MX. *definicion.mx* hoy en <http://definicion.mx/negocio/#ixzz38imuFu2U>
- ♣ Definición, (2008) *Concepto* hoy en <http://definicion.de/produccion/#ixzz2rjjjKtHy>
- ♣ DIAN. (2012). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales* hoy en <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- ♣ Diario Oficial de la Unión Europea. (2012) hoy en http://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Aduanas/Contenidos_Privados/Intrastat/nc_2013.pdf
- ♣ Díaz – Gallego & Pallicera Neus. *Riesgo País en Mercados Emergentes* hoy en http://www.idec.upf.edu/documents/mmf/07_01_riesgo_pais_en_mercados_emergentes.pdf
- ♣ Díaz V, (2012) *La Balanza Comercial Española* hoy en <http://golpedefecto.blogspot.com/2012/08/la-balanza-comercial-espanola.html>
- ♣ DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO VOX1. (2009). *Thefreedictionary* hoy en <http://es.thefreedictionary.com/ricino>

- ♣ EL BLOG SALMON. (2009) hoy en <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-los-tipos-de-cambio>
- ♣ EL COMERCIO, (2014) *el Desempleo en el Ecuador subio a 4,65%* hoy en <http://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-ecuador-subempleo-trabajadores-inec.html>
- ♣ El Espectador, (2013) *Colombia, ¿País de Alto Desarrollo Humano?* hoy en <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/vivir/colombia-pais-de-alto-desarrollo-humano-articulo-410396>
- ♣ Ellwood (2006). *Globalización dossiers para entender el mundo*. España, Barcelona
- ♣ Embrapa, (2005) *Curso sobre el cultivo de higuera*, Venezuela.
- ♣ ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA. (2009). *economia48* hoy en <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>
- ♣ Espinosa, (2014) *Colombia Pierde Competitividad* hoy en <http://www.portafolio.co/columnistas/colombia-pierde-competitividad>
- ♣ Faican, A. (2011). *Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador* hoy en <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/qu-son-barreras-arancelarias>
- ♣ FedeBiocombustibles, (2011) *Plantas productoras de Biodiesel* hoy en <http://www.fedebiocombustibles.com/nota-web-id-271.htm>
- ♣ FedeBiocombustibles, (2011) *Producción y Venta de Biodiesel* hoy en <http://www.fedebiocombustibles.com/estadistica-produccion-titulo-Biodiesel.htm>
- ♣ Flores C. (2012) *“El potencial de la Bioeconomía para Colombia” Programa Nacional de Biodiésel de Palma en Colombia y potencial energético de la Palma de Aceite* hoy en http://www.bioeconomy-alcue.org/bioeconomy/doc/Fedepalma_COsorio-Florez.pdf
- ♣ Foro Económico Mundial, (2013) *Reporte Económico Mundial 2013-2014* hoy en <https://pwh.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=-e-XwA2OESM%3D&tabid=1284>
- ♣ Foro Económico Mundial. (2014). *datosmacro.com* hoy en <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/colombia>
- ♣ Forum Libertas, (2011) *España se Descuelga Tres Puestos en el Índice de Desarrollo Humano* hoy en http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=21301
- ♣ Gastón L., (2013) *Informe de Economía Internacional* hoy en http://www.arinternacional.com.ar/informes_2014/informe_economico_marzo_2013.pdf

- ♣ Gobierno de España. (2014) hoy en <http://www.barrerascomerciales.es/Default.aspx>
- ♣ GUIASONLINE. Hoy en http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap2_020.html
- ♣ Hache, (2013) *La Argentina en el Índice de Desarrollo Humano (PNUD)* hoy en <http://yaesta.blogspot.com/2013/03/la-argentina-en-el-indice-de-desarrollo.html>
- ♣ HIGUEROIL. *fresno.org.co.* hoy en www.fresno.org.co/socializacionPG/.../Documento%20Higuerilla.doc
- ♣ IICA. (2010). *repiica.iica.int.* hoy en <http://repiica.iica.int/docs/B1884e/B1884e.pdf>
- ♣ INEC, (2014) *Indicadores Laborales Junio 2014* hoy en http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo_junio_2014/15Anios/Informe%20Econom%EDa%20laboral%20-%20jun14%28rev%29.pdf
- ♣ InfinitaRenobables. (2010). *Informe Sectorial 2010* hoy en file:///C:/Users/MIPC/Favorites/Downloads/Informe%20Infinita_AC_52.pdf
- ♣ Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, (2010) *Los Biocombustibles en Colombia* hoy en <https://www.cbd.int/doc/meetings/agr/rwspubio-01/other/rwspubio-01-biofuel-colombia-es.pdf>
- ♣ Jamart S., (2012) *Puesto 20º Para España en la Clasificación del Índice de Desempeño Logístico (IDL)* hoy en <http://blogistica.es/puesto20-espana-indice-desempeno-logistico-idl/>
- ♣ Jimenes, A. (2013). *Blog Samonhoy* en <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-las-politicas-economicas>
- ♣ La Gran Enciclopedia de Economía. (2009) *Mercado* hoy en <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>
- ♣ Laborda A. (2013) *La Inflación en 2012 y Perspectivas Para 2013* hoy en http://economia.elpais.com/economia/2013/01/18/actualidad/1358528963_845497.html
- ♣ Latinoamérica Libre, (2013) *¿Qué Tan Competitivos Somos en la Región?* hoy en <http://www.latinoamericalibre.org/noticias/que-tan-competitivos-somos-en-la-region/>
- ♣ Lerma-Márquez E.(2010) *Comercio y marketing internacional*, México, Cengage Learning Editores
- ♣ Libre Mercado, (2013) *España Pierde Seis Puestos en el Ranking de Competitividad Global* hoy en <http://www.libremercado.com/2013-09->

04/espana-pierde-seis-puestos-en-el-ranking-de-competitividad-global-1276498622/

- ♣ Lozano Y. (2009) *Viabilidad de los Biocombustibles: Biodiésel y Bioetanol hoy* en <https://www.uclm.es/profesorado/scastillo/NUEVA%20WEB-PAC/cap%EDtulo%201.%20Estudio%20viabilidad%20biocombustibles.pdf>
- ♣ Marmolejo, M. (2007). *Medicina Tradicional Mexicana hoy* en <http://www.medicinatradicionalmexicana.unam.mx/monografia.php?l=3&t=Ricinus%20communis&id=7702>
- ♣ Martín-Martínez R. (2010) *Manual práctico de comercio exterior para saber cómo vender en el exterior*, España, Fundación Confemetal.
- ♣ Mercados.us, (2010) *Comercialización y Mercado hoy* en http://www.mercados.us/financieros/capitales/segmentacion/comercializacion_y_mercado/
- ♣ Mesa & Londoño F, (2009) *Plan de Negocio Para Empresa Productora de Aceite de Higuera en el Suroeste Antioqueño hoy* en <http://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1604/1/ADMO0551.pdf>
- ♣ Mesa J, (2014) *La industria de biodiésel en Colombia perdió dinamismo hoy* en <http://web.fedepalma.org/node/878>
- ♣ Mexicomaxico, (2014) *Porcentaje de Inflación Anualizada de Países Americanos hoy* en <http://www.mexicomaxico.org/Voto/Inflacion.htm>
- ♣ Ministerio de Agricultura y Ganadería, *Higuera* hoy en http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual_ciencia/tec-higuera.pdf
- ♣ Ministerio de Minas y energía, (2004) *Ficha Técnica de la Norma hoy* en http://www.minminas.gov.co/minminas/kernel/usuario_externo_normatividad/form_consultar_normas.jsp?parametro=647&site=17
- ♣ Mizrahi R., (2012) *Desarrolladoras de Oportunidades Internacionales hoy* en <http://opinionsur.org.ar/Desarrolladoras-de-oportunidades>
- ♣ Mojjamad, B. (2011). *principales-teorias-del-comercio-internacional hoy* en <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sintesis-y-resumen-principales-teorias-del-comercio-internacional/sintesis-y-resumen-principales-teorias-del-comercio-internacional.pdf>
- ♣ Muñoz P. (2013) *Estudio Técnico- Económico de una Planta de Producción de Biodiesel hoy* en http://oa.upm.es/15047/1/PFC_Paloma_Munoz_Baena.pdf
- ♣ Noticias, (2012) *Argentina Tiene la Inflación más Alta de América Latina hoy* en <http://noticias.perfil.com/2013-01-31-21283-argentina-tiene-la-inflacion-mas-alta-de-america-latina/>
- ♣ Padilla, H. (2008). *Zona económica hoy* en <http://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>

- ♣ Pampillon, R. (2009). *Economy Weblog* hoy en <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2009/10/%C2%BFque-es-el-indice-de-desarrollo-humano-idh.php>
- ♣ PANORAMA EDUCATIVO DE MEXICO. (2009). *Indicadores del Sistema Educativo Nacional* hoy en http://www.inee.edu.mx/bie/mapa_indica/2009/PanoramaEducativoDeMexico/CS/CS07/2009_CS07__.pdf
- ♣ Pérez C., (2014) *La Renta por Habitante Española Retrocede 16 Años en Comparación con la UE* hoy en http://economia.elpais.com/economia/2014/06/18/actualidad/1403088531_554197.html
- ♣ Pro Ecuador, (2014) *Ficha Técnica País Colombia* hoy en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/Ficha-T%C3%A9cnica-Colombia-Jun-2014.pdf>
- ♣ PRO ECUADOR, (2014) *Requisitos Para Obtener el Certificado de Origen* hoy en <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>
- ♣ PRO ECUADOR, (2013) *Requisitos Para Exportar Productos de Origen Vegetal Frescos y Congelados* hoy en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Flyer-FRESCOS-CORREGIDOS.pdf>
- ♣ Promonegocios, (2012) *Definición de Demanda* hoy en <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- ♣ Reyes, R. (2010). *Economía Internacional* hoy en <http://economaiinternacionaladmon.blogspot.com/2010/02/26-barreras-no-arancelarias.html>
- ♣ Rico J. (2013) *La Producción de Biodiesel en España Está al 10 % de su Capacidad* hoy en <http://www.energias-renovables.com/articulo/la-produccion-de-biodiesel-en-espana-esta-20130516>
- ♣ Rivadeneira, D. (2012). *empresactualidad* hoy en <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- ♣ Rodriguez, D., & Duque, J. (2010). Ciencias Ambientales. *Plan de Negocios Para el Cultivo de Higuera, Estudio de Caso Municipio de Balboa (Risarcaldá)*. Colombia.
- ♣ SENA, (2012) *Para Exportar* hoy en http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- ♣ SICE. (2014). *Sistema de Información Sobre Comercio Exterior* hoy en http://www.sice.oas.org/sitemap_s.asp
- ♣ Soriano D., (2013) *España, Puesto 136 en el Ranking de Facilidad Para Abrir un Negocio* hoy en <http://www.libremercado.com/2012-10-23/la-era->

de-zapatero-hundio-todos-los-indices-de-competitividad-de-espana-1276472267/

- ♣ The Free Dictionary.(2007) *Consumidor* hoy en <http://es.thefreedictionary.com/consumidores>
- ♣ Thompson, I. (2005). *Promonegocios* hoy en <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/oportunidad-de-mercadotecnia-que-es.htm>
- ♣ Thompson, I. (2011). *promonegocios*. Recuperado hoy en <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>
- ♣ Urien P., (2014) *Se Consolida el Éxodo del País de Firmas Extranjeras* hoy en <http://www.cartafinanciera.com/latinoamerica/ranking-doing-business-2014-en-america-latina/>
- ♣ Vargas, V. (2008). Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de <http://ecovictor-lainflacion.blogspot.com/>
- ♣ Vinuesa,R. (2013) *La empresa pública Ecuador estratégico* hoy en <http://www.andes.info.ec/es/economia/empresa-publica-ecuador-estrategico-avanza-806-proyectos-diciembre-2013.html>
- ♣ World Bank, (2015) *Argentina: Política y Economía* hoy en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>
- ♣ (2012). En *REFORMAS AL ARANCEL NACIONAL DE IMPORTACIONES* (pág. 174).

ANEXOS

ANEXO N° 1: Contacto con la Asociación

CONTACTO CON LA ASOCIACIÓN DE ESTUDIO

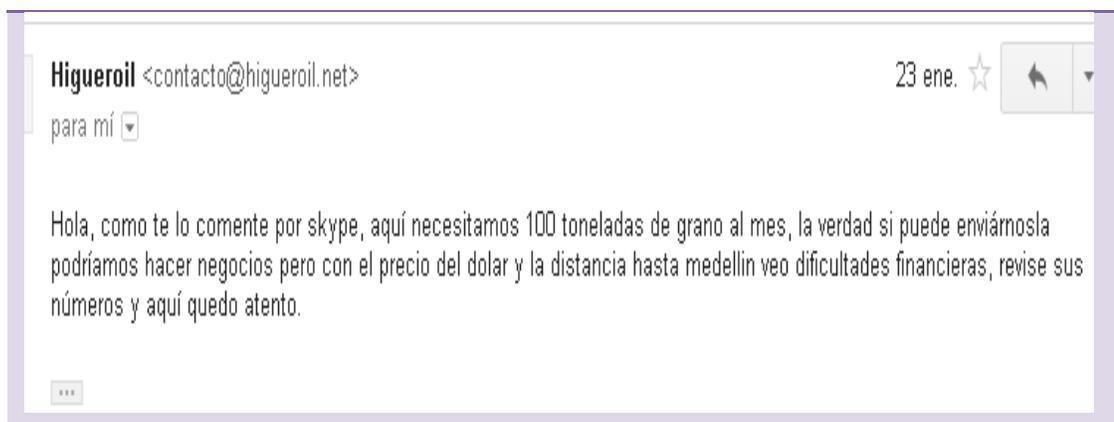
 VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA MAGAP Guayaquil - Ecuador					
NOMINA DE BENEFICIARIOS					
PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	NOMBRE COMPLETO DE ASOCIACIÓN O PERSONA BENEFICIARIA	NUMERO DE SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN QUE PARTICIPARAN DEL PROYECTO	TELEFONO
Carchi	Espejo	San Isidro	Jairo Paul Herrera Pulles (Asociación Agroindustrial San Isidro)	40	0990373477

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Jesenia Pozo

ANEXO N° 2: Contacto con el Cliente

CONTACTO HIGUEROIL



Fuente: HIGUEROIL

Elaborado por: Jesenia Pozo

CONTACTO AGRONEGOCIOS

Re: Jesenia Pozo  Recibidos x

 **manager Agronegocios de Colombia** <manager@agronegociosdecolombia.com> 12 mar. ☆ 

para mí 

Agro Negocios de Colombia, fomenta el cultivo de higuera en regiones donde las condiciones son optimas en todo sentido minimizando riesgos para todas las partes que participan.

Att,

Agro Negocios de Colombia
manager@agronegociosdecolombia.com

El 10 de marzo de 2015, 16:55, <hermanne@sco5.hostdime.com.co> escribió:

nombre:Jesenia Pozo
telefono:0989409273
email.jesenia.pozo@gmail.com
mensaje:Buenos Días
Me interesa mucho el programa de siembra y compra de la higuera que promocionan quisiera saber a como compran la tonelada de higuera y cuales son las condiciones para realizar la siembra de la higuera.

Fuente: AGRONEGOCIOS

Elaborado por: Jesenia Pozo

CONTACTO AGRONEGOCIOS

CONSULTA  Recibidos x  

 **JESENIA PILAR POZO CANDO** <jesenia.pozo@gmail.com> 19 mar. ☆ 

para manager 

Entiendo que ustedes dan asesoramiento este asesoramiento es solo en su país o también a nivel internacional por ejemplo en el Ecuador- Provincia del Carchi

 **manager Agronegocios de Colombia** <manager@agronegociosdecolombia.com> 19 mar. ☆ 

para mí 

Nuestra propuesta es para América Latina, es por ello que hemos contribuido significativamente en proyectos productivos en Costa Rica, Panamá, México, etc

Si hay interés por favor comunicarnos en que producto o servicio estarían eventualmente interesados en contratar.

Att,

AgroNegocios de Colombia
Regional Sur
Jesús Chaves Cadena
CEO-Comercial
Tel [+57 3102349659](tel:+573102349659)
manager@agronegociosdecolombia.com
www.agronegociosdecolombia.com

Fuente: AGRONEGOCIOS

Elaborado por: Jesenia Pozo

ANEXO N° 3: Fotografías del Administrador de la Asociación Agroindustrial San Isidro llenando encuesta piloto. (Sr. Medardo Cadena)



ANEXO N° 4: Imágenes de la planta de higuerilla y el producto de exportación



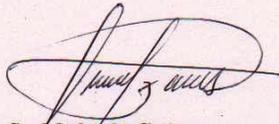
ANEXO N° 5: Autorización de la Asociación Agroindustrial San Isidro para realizar la investigación.

AUTORIZACIÓN

El contenido de la presente autorizo a la Srta. Jesenia Pozo utilizar el documento donde constan los datos estructurales y de su contenido en general de la **Asociación Agroindustrial San Isidro** siempre y cuando haga uso en forma positiva para los intereses que ella creyere conveniente.

San Isidro, 1 de agosto de 2015

Atentamente:



Sr. Medardo Cadena
ADMINISTRADOR DE LA
ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL
SAN ISIDRO



ANEXO N° 6: Artículo Científico

ECEYNCI-UPEC-042-4
OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA
COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI-
ECUADOR

Artículo Científico



JESENIA PILAR POZO CANDO

Suficiencia en el idioma Inglés otorgado por el Centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Egresada de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

**OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA
COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA
DEL CARCHI-ECUADOR**

(Entregado 01/07/2015) – Revisado 03/07/2015)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) - Ecuador

jesenia.pozo@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación se basa en el estudio de la higuierilla o ricino como producto de exportación no tradicional, a través del análisis de las oportunidades de mercado internacionales para la comercialización de higuierilla desde la provincia del Carchi-Ecuador, estableciendo la demanda insatisfecha del producto y estructurando un estudio de factibilidad para su exportación, tomando en cuenta que dicho producto es considerado una maleza en la provincia por el desconocimiento de los beneficios que pueden generarse con su procesamiento e incluso con la comercialización de la semilla sin ningún proceso de transformación.

Palabras Claves: Higuierilla, Comercialización, Mercados Internacionales

Abstract

ECEYNCI-UPEC-042-4

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA
COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI-
ECUADOR

This research is based on studying the castor oil plant (higuerilla) as non-traditional export product, by the analyzing of the international opportunities market for the commercialization of castor oil plant of the Carchi province in Ecuador, establishing the unmet demand for the product and structuring a feasibility study for export, taking into account that this product is considered a weed in the province by the ignorance of the benefits of the product with the processing and the marketing of the seed without any process of transformation.

Keywords: *Castor, Marketing, International Markets*

1. Introducción

En el Ecuador la higuerilla ha sido considerada una plaga a lo largo de muchos años por tal motivo los agricultores se han dedicado a destruir las plantas que han crecido para colocar cultivos de productos tradicionales, sin embargo en Colombia ya se han desarrollado algunos estudios acerca de esta planta, uno de ellos se refiere al comportamiento eco fisiológico de variedades de higuerilla para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agro ecosistemas colombianos, el cual detalla la producción de tres especies de higuerilla en diferentes zonas; entre las cuales tienen un clima cálido, templado y clima frío, además de acuerdo a un Plan de Negocios Para el Cultivo de Higuerilla en el Municipio de Balboa, fueron analizados datos de mercado y comercialización de este producto, realizando un estudio de los costos y gastos que se generan por hectárea.

En adhesión la higuerilla es una planta oleaginosa que sirve para la creación de muchos productos, el principal es el biodiesel que en algunos países en especial en Colombia, Argentina y España se está impulsando el consumo del mismo mezclado con diesel carburante buscando así la protección del medioambiente y una alternativa para dejar de ser dependientes del petróleo, por otra parte el consumo del biodiesel para el parque automotor no dificulta el funcionamiento normal del vehículo, por el contrario lo mejora, además en los países de estudio antes mencionados se han creado leyes que incentivan la producción de biodiesel, pero en Colombia es donde existe mayor relevancia en tema porque es ahí en donde se han realizado mayores investigaciones para la producción de dicho producto a base de productos no comestibles como la higuerilla con el fin de no desabastecer al mercado de dichos productos debido a que en la mayoría de países incluyéndolo, se produce el biodiesel a base de soya, semillas de girasol, aceite de palma, entre otros.

Por otra parte en el Carchi la higuerilla, es un producto nuevo en el mercado pero necesita de investigación para demostrar su factibilidad de exportación, dicha investigación podrá abrir nuevos caminos a las asociaciones de la provincia para que no dependan de productos tradicionales que al momento de su comercialización

ECEYNCI-UPEC-042-4

**OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA
COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI-
ECUADOR**

implican un riesgo inminente porque no hay un precio constante de venta que genere ganancias, brindando con los datos obtenidos una alternativa de producto con el cual puedan obtener un ingreso seguro y precio estable, además se puede instituir la iniciativa para la creación de empresas productoras de biodiesel en el país, que permitan no solo exportar materia prima sino, por el contrario exportar un producto terminado.

2. Materiales y métodos

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, cualitativo porque permite estudiar las características y cualidades de la higuierilla, sus utilidades ventajas y desventajas para su comercialización y cuantitativo mediante el cual se cuantificaran los resultados de la investigación en tablas y gráficos comparativos, además se utilizo una modalidad de investigación de campo para estudiar los hechos sistematizados en el lugar en el que se producen en este caso se aplicaron los instrumentos de investigación y documental porque a través de ella se puede sistematizar información primaria y secundaria que sustentó la presente investigación.

Por otra parte se realizó una investigación exploratoria, que consiste en la búsqueda de información referente al tema como antecedentes, características, origen, producción y proyección, por otra parte utilizaremos también la investigación descriptiva determinando las características del proyecto e identificando las particulares esenciales para la comercialización como son los gustos y preferencias del cliente, la periodicidad de compra del producto, el tipo de higuierilla de preferencia, los competidores, la legislación de los países oferentes y demandantes, restricciones acerca de la importación de higuierilla y de esta manera hacer que la investigación tenga un rumbo determinado hacia la exportación de la higuierilla al país más apto para su comercialización, de igual manera nos apoyamos en la investigación explicativa la cual permitió dar explicación de los fenómenos que se presenten en la investigación además que admitió identificar las causas que los provocan.

3. Resultados y discusión

De acuerdo al análisis de la política comercial de los mercados alternativos se ha establecido los acuerdos comerciales que tiene cada país con Ecuador buscando así la mejor opción para la exportación de la higuierilla, en la tabla que se encuentra a continuación se ilustra los tratados comerciales del país de origen con Colombia en donde aparece el tratado de la Comunidad Andina de Naciones a la cual los dos

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- ECUADOR

países pertenecen y es el de mayor beneficio para la exportación a través de la liberación de aranceles con la presentación del certificado de origen, con Argentina a través del tratado de libre comercio del país de origen y terceros con Mercosur, donde existen múltiples partidas arancelarias que se han beneficiado pero no está incluida la partida arancelaria de la higuera y con relación a España se encuentra en negociaciones con el país de origen pero dichos convenios solo benefician a productos específicos en donde no está incluido el de estudio.

Política Comercial Mercados Alternativos

Colombia	Argentina	España
Comunidad Andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia)	Tratado de libre Comercio Colombia, Ecuador, Venezuela y MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	En negociaciones para firmar convenios comerciales (CAN-UE)

Fuente: (SICE, 2014)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Con lo mencionado y a través de la tabla que se encuentra a continuación se puede identificar los aranceles que tiene la higuera en cada país al que se puede exportar desde Ecuador, teniendo para Colombia un arancel del 15%, estableciéndose como el más elevado de los países analizados, le sigue Argentina con el 8% y España que se encuentra exento del pago de dicho arancel, con lo antes mencionado a pesar de que Colombia tiene un alto arancel se libera del pago del mismo con la presentación del certificado de origen de acuerdo a la Decisión 416 de la Comunidad Andina que manifiesta que las mercancías originarias de acuerdo a las normas de origen establecidas gozarán del Programa de Liberación, independientemente de la forma y destino del pago que realice el país importador.

Barreras Arancelarias Mercados Alternativos

Colombia	Argentina	España
1207 30 90	1207 30 90	12 07 30 00
Arancel Externo Común 15%	Advalorem 8%	Exención
Acuerdo de Cartagena 0%		

Fuente:(DIAN, 2012)/(ALADI, 2012)/(Diario Oficial de la Unión Europea, 2012)

Elaborado por: Jesenia Pozo

En cuanto a la situación del biodiesel en los mercados alternativos se ha logrado determinar que si existe producción y consumo en los países analizados, además Oportunidades de Mercado en Colombia y la Comercialización de Higuera Desde la Provincia del Carchi-Ecuador
Jesenia Pozo-UPEC

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- ECUADOR

existe exportación del producto con una demanda constante del mismo y el país mayor productor de biodiesel es Argentina que lo realiza a base de soja y no posee investigación para la obtención de biodiesel a partir de productos que no sean de consumo humano, por otra parte en España la situación para su producción es muy difícil por los altos aranceles a la materia prima de consumo humano para la fabricación del producto es por tal motivo que este país lo importa, en especial de Argentina, consume una cierta cantidad y su excedente lo exporta y en el caso de Colombia consume casi la totalidad del biodiesel producido y solo su excedente es exportado, la mayor cantidad de su producción a base de aceite de palma africana pero existen investigaciones y estudios para producirlo a base de otros productos como higuera, corza, aceites vegetales, etc.

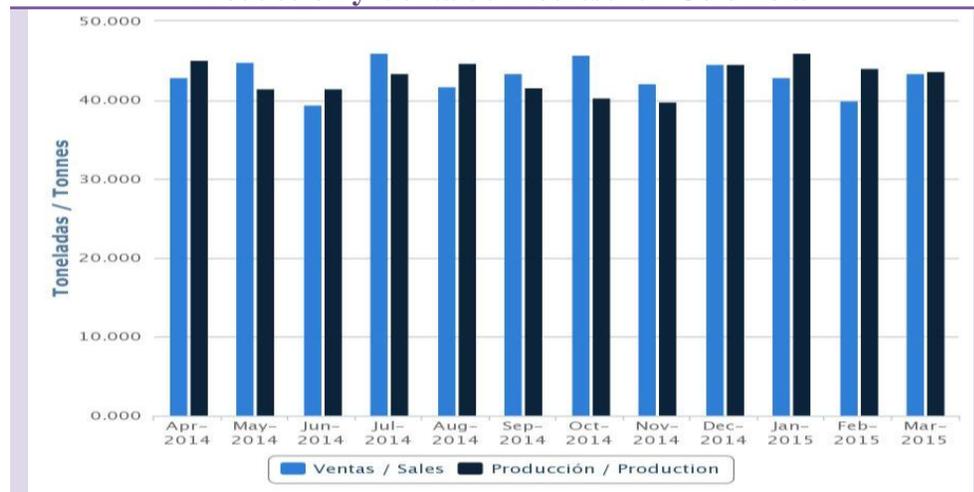
Situación de Biodiesel en Mercados Alternativos

		Colombia	Argentina	España
Producción	2011	508 000	2 500 000	647 199
Toneladas				
Consumo Interno		431 345,57	700 000	1 632 782
Toneladas				
Exportaciones		7,65	1 700 000	225.813, 21
Toneladas				

Fuente: (Flores, 2012)/(CARBIO, 2011)/(COBUSGROUP, 2011)/(Muñoz,2013)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Producción y Venta de Biodiesel en Colombia



Fuente: (FedeBiocombustibles, 2015)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Por su parte en los países de análisis existen leyes de incentivo a la comercialización de biodiesel, por ejemplo en Colombia existe la ley 939 que da el impulso a la Oportunidades de Mercado en Colombia y la Comercialización de Higuera Desde la Provincia del Carchi-Ecuador
Jesenia Pozo-UPEC

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- ECUADOR

producción del mismo y la ley COMPES 3510 la cual establece que se debe realizar más investigaciones y formas de aumentar el consumo mezclado con diesel carburante, por otra parte Argentina establece leyes para la producción y consumo del producto y el aumento de mezcla con el diesel carburante al 7% y España ha implementado leyes que determinan su consumo del 5% al 10% , todos estos países buscan la producción y consumo del producto en su mayor parte de productos tradicionales y muy pocos utilizan los productos no tradicionales que pueden abrir una oportunidad de mercado como lo hace Colombia que no es muy grande la producción a base de estos producto pero si es la demanda muy extensa para poder realizarlo.

Leyes que Incentivan al Consumo de Biodiesel en Mercados Alternativos

Colombia	<p>LEY 939 de 2004, Exceptúa del pago de tributos e incentiva la producción de biocombustibles a partir de aceites vegetales y animales para uso de motores a diesel en Colombia por un periodo de 10 años.</p> <p>CONPES 3510 / Marzo del 2008, (Lineamientos de Política Para Promover la Producción Sostenible de Biocombustibles en Colombia).</p>
Argentina	<p>Ley 26093 (2006), Régimen de Regulación y Promoción para la promoción y uso sustentable de biocombustibles.</p> <p>Resolución 7/2010, mediante la cual establece el abastecimiento del mercado interno y sus precios.</p> <p>Resolución 554/ 2010 Julio, por la cual establece el aumento del biodiesel en el diesel del 7%.</p> <p>Resolución 56/2012, en la cual se ratifica el abastecimiento del mercado interno y los precios.</p>
España	<p>Ley 34/1998 del Sector de Hidrocarburos (LSH), es una de las principales leyes que fomentan el consumo de biodiesel con un objetivo de consumo 5, 83% a partir del 2010 de acuerdo al Plan de Energías Renovables.</p> <p>Real Decreto-Ley 6/2000, promueve la utilización de los biocombustibles y se crea la Comisión para el uso de los biocombustibles.</p> <p>Real Decreto 61/2006, incorporación de hasta el 5% de biodiesel y bioetanol en combustibles carburantes con fines de transporte sin la obligación de dar especificaciones al consumidor.</p> <p>Real Decreto Legislativo 4/2004, donde permite la deducción del 10% de las inversiones realizadas en activos con el aprovechamiento de productos agrícolas, forestales o aceites usados para su transformación en biocarburantes.</p>

Fuente:(Ministerio de Minas y Energía, 2004)/ (Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2010)/(Carlos, 2012)/(Lozano, 2009)

Elaborado por: Jesenia Pozo

Además, a través del la aplicación del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) se ha determinado la situación socioeconómica, política, legal y geográfica de Colombina, España y Argentina logrando así establecer sus oportunidades y amenazas, con las cuales mediante una ponderación y promedios se ha obtenido el país más idoneo para la comercialización de higuierilla, con el porcentaje más elevado y una situación del país más estable.

ECEYNCI-UPEC-042-4
**OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA
 COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI-
 ECUADOR**

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

	COLOMBIA		ARGENTINA		ESPAÑA	
	O	A	O	A	O	A
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2,17	2,00	1,50	3,00	2,33	1,00
FACTORES POLÍTICOS	3,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00
FACTORES LEGALES	3,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00
FACTORES GEOGRÁFICOS	1,00	0,00	2,00	0,00	3,00	0,00
SUMA	9,00	3,00	6,40	6,00	8,60	3,00
PROMEDIO	2,25	0,75	1,60	1,50	2,15	0,75
(Oportunidad-Amenaza) SALDO	1,54		0,13		1,33	

Elaborado por: Jesenia Pozo

Fecha: 05 de Enero del 2015

Por ende, Colombia, tiene conocimiento sobre la utilización de higuierilla en la producción de biodiesel, además estaría dispuesto a adquirir gran cantidad del producto teniendo un consumo de higuierilla muy elevado, debido a que es un producto del cual se puede obtener múltiples derivados.

Consumo Nacional Aparente de Higuierilla en Colombia.

Años	HIGUERILLA	
	C. N. A. (KG)	C.N.A (TN)
2010	1.276.697,79	1.276,70
2011	1.457.763,60	1.457,76
2012	1.684.695,70	1.684,70
2013	2.025.712,39	2.025,71
2014	1.582.596,18	1.582,60

Fuente: (Cobusecuador)/(Mesa & Londoño, p 26, 2009)

Elaborado por: Jesenia Pozo

4. Conclusiones

- ♣ La exportación de higuierilla es muy importante para un país por ser un producto no tradicional, además en los países de análisis se han establecido leyes de incentivo de consumo de biodiesel producto terminado de la higuierilla y se ha establecido porcentajes de consumo mezclados con diesel carburante estableciéndose así una demanda muy elevada del producto.

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI- ECUADOR

- ♣ Los tratados de libre comercio han beneficiado a la comercialización de múltiples productos, en los convenios de Ecuador con Argentina, Colombia y España y han hecho que se obtenga una oportunidad de negocios para su comercialización pero para el caso de la higuera solo ha dado fruto el tratado con Colombia lográndose liberar del cien por ciento de su arancel.
- ♣ La producción de biodiesel en los países analizados se realiza a base de productos comestibles como soja, semilla de girasol, aceite de palma como los principales y casi no se realiza investigación para la obtención de biodiesel a base de productos no tradicionales como la higuera.
- ♣ La producción de biodiesel en Colombia a base de higuera no es muy elevado porque no existe suficiente producto en el mercado que permita satisfacer la demanda existente, es por tal motivo que se utiliza productos comestibles como el aceite de palma para su fabricación.

5. Recomendaciones

- ♣ Se debe realizar la investigación de productos no tradicionales y las oportunidades de negocios que estos generarían tanto a nivel nacional como internacional para tener una economía basada no solo en el cultivo de productos conocidos sino en el experimento con productos que pueden generar menores costos y mayores ganancias con su cultivo como la higuera.
- ♣ También es importante mencionar que para los países de estudio es de gran importancia conocer los tratados que existan entre el país de origen y el de destino para poder obtener los mayores beneficios con la aplicación de los mismos.
- ♣ Los países tanto analizados como todos aquellos que se dediquen a la producción y comercialización de biodiesel deben realizar múltiples investigaciones para la obtención de este producto a base de productos como la higuera, corza, entre otros, productos que no son de consumo masivo para el ser humano e incluso productos que pueden ayudar también a que se reduzca la contaminación ambiental como el aceite de cocina utilizado.

6. Referencias bibliográficas:

- ♣ Cordova, O. (2012). Ciencias Agrarias. *Comportamiento ecofisiológico de variedades de higuierilla (Ricinus communis L.) para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agroecosistemas colombianos*. Medellín, Colombia.
- ♣ Rodriguez, D., & Duque, J. (2010). Ciencias Ambientales. *Plan de Negocios Para el Cultivo de Higuierilla, Estudio de Caso Municipio de Balboa (Risaralda)*. Colombia.
- ♣ SICE. (2014). *Sistema de Información Sobre Comercio Exterior* hoy en http://www.sice.oas.org/sitemap_s.asp
- ♣ DIAN. (2012). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales* hoy en <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- ♣ Diario Oficial de la Unión Europea. (2012). Hoy en http://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Aduanas/Contenidos_Privados/Intrastat/nc_2013.pdf
- ♣ ALADI. (2012). *Sistema de Información de Comercio Exterior* hoy en http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel_vigente_item_arancelario_resultado.seam?retorno=tree&cid=3418
- ♣ Flores C. 2012 “*El potencial de la Bioeconomía para Colombia*” Programa Nacional de Biodiésel de Palma en Colombia y potencial energético de la Palma de Aceite hoy en http://www.bioeconomy-alcue.org/bioeconomy/doc/Fedepalma_COsorio-Florez.pdf
- ♣ CARBIO, 2011 *Industria Argentina de Biodiesel: Actualidad y Perspectivas* hoy en <http://sustentator.com/jornada2012/pres/En2-Carbio.pdf>
- ♣ COBUSGROUP, (2011) *Exportaciones de Biodiesel Colombiano* hoy en http://www.cobusecuador.ec/html2/busca_colexp_adv.html
- ♣ Muñoz P. (2013) *Estudio Técnico- Económico de una Planta de Producción de Biodiesel* hoy en http://oa.upm.es/15047/1/PFC_Paloma_Munoz_Baena.pdf
- ♣ Ministerio de Minas y Energía, (2004) *Ficha Técnica de la Norma* hoy en http://www.minminas.gov.co/minminas/kernel/usuario_externo_normatividad/form_consultar_normas.jsp?parametro=647&site=17



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. 042-AS-CEYNI/2014

A los veinte y cinco días del mes de febrero de 2014, siendo las 15h05, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Edison Caza, PRESIDENTE; Msc. Julio López VOCAL; y Msc. Cecilia Yacelga SECRETARIA para sustentar el Proyecto de Grado: "OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI - ECUADOR" 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 POZO CANDO JESENIA PILAR del IX nivel "B" Nocturno de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante POZO CANDO JESENIA PILAR APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado 3.33
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 3.83
3. Calidad de la Presentación del Trabajo1.00

Obteniendo como nota final 8.16 en la sustentación del Proyecto de Grado.

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

- Replantear el título enfocado a mercados internacionales.
- Replantear el problema en el que se identifique causa y efecto.
- Plantear objetivo general.
- Plantear el índice tentativo en coherencia con los objetivos específicos.

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

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

MSc. Edison Caza
PRESIDENTE

MSc. Julio López
VOCAL

MSc. Cecilia Yacelga
SECRETARIA