

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



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

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

“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”

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

AUTORA: Verónica Yomaira Castro Villarreal

ASESORA: Msc. Beatriz Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

## CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Verónica Yomaira Castro Villarreal con el número de cédula 0401634662 ha elaborado bajo mi dirección el trabajo de titulación de grado: “La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”.

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

-----

Msc. Beatriz Realpe

Tulcán, 18 de Julio de 2016

## **AUTORÍA DE TRABAJO.**

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

Yo, Verónica Yomaira Castro Villarreal con cédula de identidad número 0401634662 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

**Verónica Yomaira Castro Villarreal**

Tulcán, 18 de Julio de 2016

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Yo, Verónica Yomaira Castro Villarreal declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 18 de Julio de 2016

-----  
Verónica Yomaira Castro Villarreal

CI 0401634662

## DEDICATORIA

*Esta tesis se la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.*

*A mi familia por ellos soy lo que soy, para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, amor ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a mis padres, por el apoyo y amor que siempre me han brindado, a mi esposo e hijos, por su cariño y apoyo incondicional, a todos mis amigos. Y por último, y no por eso menos importante, a Msc. Beatriz Realpe mi tutora, que siempre me brindó su apoyo y conocimientos.*

# ÍNDICE

CERTIFICADO .....	i
AUTORÍA DE TRABAJO .....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE .....	vi
INDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xx
ABSTRACT .....	xxi
INTRODUCCIÓN .....	xxii
CAPÍTULO I .....	- 1 -
EL PROBLEMA .....	- 1 -
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	- 1 -
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	- 2 -
1.3 DELIMITACIÓN .....	- 2 -
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	- 3 -
1.5 OBJETIVOS .....	- 4 -
1.5.1 Objetivo general.....	- 4 -
1.5.2 Objetivos específicos.....	- 4 -
CAPÍTULO II .....	- 5 -
MARCO TEÓRICO .....	- 5 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	- 5 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	- 6 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	- 8 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	- 9 -

2.4.1. Comercialización .....	- 9 -
2.4.1.1. Canales de distribución.....	- 9 -
2.4.1.1.1. Canales para productos de consumo .....	- 9 -
2.4.1.1.2. Canales para productos industriales o de negocio.....	- 10 -
2.4.1.2. La oferta: definición y determinantes.....	- 12 -
2.4.1.3. La demanda: definición y determinantes .....	- 12 -
2.4.2. Nivel de Calidad de vida.....	- 13 -
2.4.2.1. Medición del nivel de calidad de vida .....	- 14 -
2.4.3. Tomate riñón .....	- 15 -
2.4.3.1. Clima y suelo .....	- 16 -
2.4.3.2. Preparación del suelo .....	- 16 -
2.4.3.3. Siembra .....	- 17 -
2.4.3.4. Recolección .....	- 18 -
2.4.3.5. Limpieza .....	- 18 -
2.4.3.6. Selección.....	- 18 -
2.4.3.7. Envasado .....	- 18 -
2.4.3.8. Almacenaje .....	- 19 -
2.4.3.9. Estacionalidad de la producción.....	- 19 -
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO.....	- 19 -
2.6. IDEA A DEFENDER.....	- 20 -
2.7. VARIABLES.....	- 20 -
CAPITULO III .....	- 21 -



MARCO METODOLÓGICO .....	- 21 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 21 -
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	- 21 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	- 22 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 23 -
3.5. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN .....	- 26 -
3.5.1. Entrevista.....	- 26 -
3.5.2. Encuesta.....	- 26 -
3.6. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	- 26 -
3.6.1. Guía de entrevista.....	- 26 -
3.6.2. Guía de encuesta.....	- 26 -
3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 26 -
3.8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 27 -
3.8.1. Tabulación de la entrevista aplicada al presidente de la junta parroquial. -	27 -
3.8.2. Tabulación de la encuesta aplicada a los productores de tomate riñón....	- 29 -
3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MACRO ENTORNO .....	- 43 -
3.9.1. Colombia.....	- 43 -
3.9.1.1. Análisis del factor político .....	- 44 -
3.9.1.1.1. Barreras arancelarias .....	- 44 -
3.9.1.1.2. Barreras no arancelarias.....	- 45 -
3.9.1.2. Análisis del factor económico .....	- 46 -
3.9.1.2.1. Pib per cápita .....	- 46 -

3.9.1.2.2.	Doing bussiness(facilidad para hacer negocios).....	- 47 -
3.9.1.2.3.	Balanza comercial.....	- 47 -
3.9.1.2.4.	Riesgo país. ....	- 49 -
3.9.1.2.5.	Inflación.....	- 50 -
3.9.1.2.6.	Distribución de Ingresos.....	- 51 -
3.9.1.3.	Análisis del factor social .....	- 52 -
3.9.1.3.1.	Tamaño de la población.....	- 52 -
3.9.1.3.2.	Estructura de edad.....	- 53 -
3.9.1.3.3.	Ocupación .....	- 53 -
3.9.1.4.	Análisis del factor Tecnológico .....	- 54 -
3.9.1.5.	Análisis del factor ecológico.....	- 54 -
3.9.1.6.	Análisis del factor Legal.....	- 55 -
3.9.1.7.	Análisis del factor Cultural.....	- 55 -
3.9.1.7.1.	Lenguaje.....	- 55 -
3.9.1.7.2.	Valores y actitud.....	- 56 -
3.9.1.8.	Análisis del factor geográfico.....	- 56 -
3.9.1.8.1.	Clima .....	- 56 -
3.9.2.	Ecuador.....	- 57 -
3.9.2.1.	Análisis del factor político .....	- 57 -
3.9.2.2.	Análisis del factor económico .....	- 58 -
3.9.2.3.	Análisis del factor social .....	- 61 -
3.9.2.4.	Análisis del factor tecnológico .....	- 62 -

3.9.2.5. Análisis del factor ecológico.....	- 62 -
3.9.2.6. Análisis del factor legal .....	- 64 -
3.9.2.7. Análisis del factor cultural.....	- 64 -
3.9.2.8. Análisis del factor geográfico.....	- 65 -
3.10. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL TOMATE RIÑÓN.....	- 66 -
3.10.1. Clientes .....	- 66 -
3.10.2. Competidores.....	- 67 -
3.10.3. Proveedores.....	- 68 -
3.10.4. Productos sustitutos.....	- 68 -
3.10.5. Rivalidad entre los competidores.....	- 70 -
3.11. CADENA DE VALOR.....	- 71 -
3.11.1. Participantes en la cadena de valor del tomate riñón.....	- 72 -
3.11.2. Soportes de la Cadena.....	- 73 -
3.11.3. Vinculación entre elementos de la cadena.....	- 75 -
3.12. ANÁLISIS FODA .....	- 76 -
3.12.1. Fortalezas .....	- 76 -
3.12.2. Oportunidades .....	- 76 -
3.12.3. Debilidades.....	- 76 -
3.12.4. Amenazas.....	- 77 -
3.13. ESTRATEGIAS.....	- 77 -
3.14. ANÁLISIS DEL INGRESO ECONÓMICO DE LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA LA CONCEPCIÓN .....	- 78 -

3.14.1. Datos generales.....	- 78 -
3.14.2. Sector agrícola de la parroquia .....	- 79 -
3.14.2.1. Producción de tomate riñón.....	- 80 -
3.14.3. Análisis financiero de la comercialización de tomate riñón .....	- 81 -
3.15. ANÁLISIS DE MERCADO .....	- 92 -
3.15.1. Oferta de tomate riñón parroquia La Concepción .....	- 93 -
3.15.1.1. Características de producto Tomate Riñón.....	- 93 -
3.15.1.2. Precio de la oferta .....	- 94 -
3.15.1.3. Temporada de producción .....	- 95 -
3.15.1.4. Formas de comercialización del tomate riñón .....	- 96 -
3.15.1.5. Producción de tomate riñón para la exportación.....	- 96 -
3.15.2. Demanda de tomate riñón mercado de Ipiales.....	- 97 -
3.15.2.1. Perfil Consumidor Colombiano .....	- 97 -
3.15.2.2. Consumo recomendado .....	- 97 -
3.15.2.3. Precio de la demanda.....	- 98 -
3.15.2.4. Consumidores Potenciales .....	- 98 -
3.15.2.5. Importaciones y exportaciones de tomate riñón.....	- 99 -
3.15.2.6. Producción colombiana de Tomate riñón .....	- 100 -
3.15.3. Demanda insatisfecha .....	- 100 -
3.15.4. Competencia Internacional .....	- 101 -
3.15.5. Canal de Distribución en Colombia .....	- 101 -
3.16. PROYECCIONES DEL ESTUDIO.....	- 102 -

3.16.1. Proyección de oferta .....	- 102 -
3.16.2. Proyecciones de demanda .....	- 103 -
3.17. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	- 104 -
CAPITULO IV.....	- 106 -
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	- 106 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 106 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 107 -
CAPITULO V.....	- 107 -
PROPUESTA.....	- 107 -
5.1. TITULO.....	- 107 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	- 108 -
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	- 109 -
5.4. OBJETIVOS .....	- 110 -
5.4.1. Objetivo General.....	- 110 -
5.4.2. Objetivos Específicos.....	- 110 -
5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 110 -
5.6. ESTUDIO TÉCNICO .....	- 111 -
5.6.1. Localización del centro de acopio.....	- 111 -
5.6.1.1. Macro localización .....	- 111 -
5.6.1.2. Micro localización.....	- 112 -
5.6.2. Nombre del centro de acopio .....	- 113 -
5.6.3. Propuesta administrativa.....	- 113 -
5.6.3.1. Misión .....	- 113 -

5.6.3.2. Visión .....	- 113 -
5.6.3.3. Políticas .....	- 113 -
5.6.3.4. Organigrama estructural .....	- 114 -
5.6.3.5. Manual de funciones .....	- 114 -
1.5.2.1.1 Descripción de puestos de trabajo .....	- 115 -
5.6.4. Propuesta Operativa .....	- 121 -
5.6.4.1. Mapa de procesos .....	- 121 -
5.6.4.2. Diagramas de Procesos .....	- 121 -
5.6.5. Infraestructura y equipamiento.....	- 125 -
5.6.5.1. Tamaño de Instalaciones .....	- 126 -
5.6.5.2. Requerimiento de activos fijos.....	- 126 -
5.6.6. Propuesta de comercialización .....	- 127 -
5.6.6.1. Producto .....	- 127 -
5.6.6.2. Precio.....	- 129 -
5.6.6.3. Plaza.....	- 130 -
5.6.6.4. Promoción.....	- 130 -
5.6.7. Propuesta legal.....	- 131 -
5.7. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.....	- 132 -
5.7.1. Datos básicos del embarque .....	- 133 -
5.7.2. Calculo del cubicaje .....	- 134 -
5.7.3. Costos directos país de exportación .....	- 136 -
5.7.3.1. Empaque.....	- 136 -

5.7.3.2. Unitarización .....	- 137 -
5.7.3.3. Manipuleo en el local del exportador .....	- 137 -
5.7.3.4. Documentación .....	- 137 -
5.7.3.5. Transporte interno .....	- 138 -
5.7.3.6. Manipuleo Embarque .....	- 138 -
5.7.3.7. Agentes .....	- 139 -
5.7.4. Costos Indirectos País de Exportación .....	- 139 -
5.7.4.1. Bancarios .....	- 139 -
5.7.4.2. Capital e inventario país de origen.....	- 139 -
5.7.5. Total Costo – Tiempo de la DFI del país exportador .....	- 140 -
5.7.6. Costos directos en el tránsito internacional.....	- 140 -
5.7.6.1. Flete Internacional .....	- 140 -
5.7.6.2. Seguro Internacional .....	- 141 -
5.7.7. Costos indirectos en el tránsito internacional .....	- 141 -
5.7.7.1. Capital e Inventario.....	- 141 -
5.7.8. Total Costo – Tiempo de la DFI en el tránsito internacional.....	- 142 -
5.7.9. Costos directos en el país de Importación .....	- 142 -
5.8. ESTUDIO FINANCIERO .....	- 142 -
5.8.1. Inversión Inicial .....	- 142 -
5.8.2. Proyección de Costos.....	- 145 -
5.8.3. Proyección de Gastos.....	- 145 -
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	- 147 -

5.9.1. Balance de Situación Inicial.....	- 147 -
5.9.2. Estado de Resultados.....	- 148 -
5.9.3. Flujo de Efectivo Neto.....	- 148 -
5.9.4. Valor Actual Neto.....	- 149 -
5.9.5. Tasa Interna de Retorno .....	- 150 -
5.9.6. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	- 150 -
5.9.7. Punto de Equilibrio .....	- 151 -
5.10.       CONTRIBUCIÓN A INGRESOS ECONÓMICOS.....	- 152 -
5.11.       CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA .....	- 155 -
5.12.       RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA.....	- 156 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 157 -
ANEXOS.....	- 161 -



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipo de producto que se cultiva.....	- 29 -
Tabla 2: Variedad de tomate sembrada .....	- 30 -
Tabla 3: Hectáreas disponibles para producción.....	- 31 -
Tabla 4: Frecuencia de cosecha .....	- 32 -
Tabla 5: Cantidad de tomate cosechado .....	- 33 -
Tabla 6: Presentación del producto para la venta .....	- 34 -
Tabla 7: Tipo de embalaje que utiliza .....	- 35 -
Tabla 8: Principales clientes.....	- 36 -
Tabla 9: Precio de venta por kilogramo .....	- 37 -
Tabla 10: Ciudades donde se comercializa .....	- 38 -
Tabla 11: Capital de trabajo que ocupa para la producción .....	- 39 -
Tabla 12: Producción de tomate riñón es rentable .....	- 40 -
Tabla 13: Disposición para exportar .....	- 41 -
Tabla 14: Producción de tomate riñón .....	- 81 -
Tabla 15: Ingresos por comercialización de tomate riñón.....	- 82 -
Tabla 16: Ingresos agricultores de tomate riñón.....	- 82 -
Tabla 17: Egresos productor Miguel Chala .....	- 83 -
Tabla 18: Egresos productor Rosaura Guama.....	- 84 -
Tabla 19: Egresos productor Ángel Oviedo.....	- 84 -
Tabla 20: Egresos productor Víctor Méndez.....	- 85 -
Tabla 21: Egresos productor Luis Urresta .....	- 85 -
Tabla 22: Egresos productor Guido León.....	- 86 -
Tabla 23: Egresos productor Daniel Angulo.....	- 86 -
Tabla 24: Egresos productor Vicente Calderón.....	- 87 -
Tabla 25: Egresos productor Ana Villegas.....	- 87 -
Tabla 26: Flujo de efectivo actual comercialización de tomate riñón .....	- 88 -
Tabla 27: Valor Actual Neto .....	- 90 -
Tabla 28: Tasa Interna de Retorno.....	- 91 -
Tabla 29: Beneficiarios de producción de tomate riñón.....	- 91 -
Tabla 30: Precio de la oferta de tomate riñón .....	- 94 -
Tabla 31: Oferta de tomate riñón .....	- 96 -
Tabla 32: Déficit total de consumo .....	- 100 -
Tabla 33: Principales Exportadores de Tomate Riñón .....	- 101 -
Tabla 34: Déficit total de consumo .....	- 102 -
Tabla 35: Consumo nacional aparente .....	- 103 -
Tabla 36: Requerimiento de activos Fijos .....	- 127 -
Tabla 37: Cálculo de cubicaje .....	- 135 -
Tabla 38: Cálculo de cubicaje .....	- 135 -
Tabla 39: Proyección de ventas.....	- 136 -
Tabla 40: Costo de empaque por envió (Total Trimestre) .....	- 136 -
Tabla 41: Costo de Unitarización por envió (Total Trimestre) .....	- 137 -
Tabla 42: Costo de manipuleo en el local del exportador ( Total Trimestre) .....	- 137 -
Tabla 43: Costo documentación (Total Trimestre) .....	- 138 -

Tabla 44: Costo Transporte Interno (Total Trimestre) .....	- 138 -
Tabla 45: Costo manipuleo de embarque ( Total Trimestre).....	- 138 -
Tabla 46: Costo Agentes (Total Trimestre) .....	- 139 -
Tabla 47: Costos bancario ( Total Trimestres) .....	- 139 -
Tabla 48 :Capital e Inventario - País Origen ( Total Trimestre).....	- 140 -
Tabla 49: Costos directos país de exportación .....	- 140 -
Tabla 50: Costo Flete Internacional (Total Trimestre) .....	- 141 -
Tabla 51: Costo Seguro Internacional (Total Trimestre) .....	- 141 -
Tabla 52: Costo del Capital e Inventario - Transito Internacional (Total Trimestre) .....	- 142 -
Tabla 53: Análisis de costos en el Tránsito Internacional (Total Trimestre) .....	- 142 -
Tabla 54: Activos Fijos.....	- 143 -
Tabla 55: Capital de Operación.....	- 143 -
Tabla 56: Gastos de Constitución.....	- 144 -
Tabla 57: Inversión inicial.....	- 144 -
Tabla 58: Estructura de Financiamiento .....	- 145 -
Tabla 59: Proyección de costos.....	- 145 -
Tabla 60: Proyección de gastos.....	- 146 -
Tabla 61: Proyección gastos de exportación .....	- 146 -
Tabla 62: Estado de Resultados .....	- 148 -
Tabla 63: Flujo de Efectivo Neto .....	- 149 -
Tabla 64: Tasa interna de retorno.....	- 150 -
Tabla 65: Periodo de recuperación .....	- 151 -
Tabla 66: Punto de equilibrio.....	- 152 -
Tabla 67: Datos históricos producción de tomate riñón .....	- 153 -
Tabla 68: Aplicación de la fórmula de rendimiento.....	- 153 -
Tabla 69: Datos exportación de tomate riñón .....	- 153 -
Tabla 70: Aplicación de la fórmula de rendimiento.....	- 154 -

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tipo de producto que se cultiva.....	- 30 -
Gráfico 2: Variedad de tomate sembrada .....	- 31 -
Gráfico 3: Hectáreas disponibles para producción.....	- 32 -
Gráfico 4: Frecuencia de cosecha .....	- 33 -
Gráfico 5: Cantidad de tomate cosechado .....	- 34 -
Gráfico 6: Presentación del producto para la venta .....	- 35 -
Gráfico 7: Tipo de embalaje que utiliza .....	- 36 -
Gráfico 8: Principales clientes.....	- 37 -
Gráfico 9: Precio de venta por kilogramo .....	- 38 -
Gráfico 10: Ciudades donde se comercializa.....	- 39 -
Gráfico 11: Capital de trabajo que ocupa para la producción .....	- 40 -
Gráfico 12: Producción de tomate riñón es rentable .....	- 41 -
Gráfico 13: Disposición para exportar.....	- 42 -
Gráfico 14: Porcentaje a exportar de tomate riñón .....	- 43 -
Gráfico 15: Balanza Comercial Colombia – Ecuador .....	- 48 -
Gráfico 16: Principales importaciones de la partida 07020000 .....	- 49 -
Gráfico 17: Riesgo país Colombia .....	- 50 -
Gráfico 18: Distribución de ingresos .....	- 52 -
Gráfico 19: Estructura de la edad .....	- 53 -
Gráfico 20: Balanza Comercial Ecuador - Colombia.....	- 59 -
Gráfico 21: Riesgo País Ecuador.....	- 61 -
Gráfico 22: Principales competidores mercado colombiano .....	- 67 -
Gráfico 23: Cadena de valor .....	- 71 -
Gráfico 24: Fomras de comercialización .....	- 96 -
Gráfico 25: Modelo operativo .....	- 111 -
Gráfico 26: Macro localización del centro de acopio.....	- 112 -
Gráfico 27: Micro localización del centro de acopio .....	- 112 -
Gráfico 28: Organización administrativa .....	- 114 -
Gráfico 29: Mapa de procesos .....	- 121 -
Gráfico 30: Distribución del centro de acopio .....	- 126 -
Gráfico 31: Logotipo del producto .....	- 128 -
Gráfico 32: Etiqueta del producto.....	- 128 -

Gráfico 33: Empaque del tomate riñón ..... - 129 -

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación acerca de la comercialización de tomate riñón desde la Parroquia La Concepción de la Provincia del Carchi hacia el mercado colombiano, arrojó aspectos fundamentales, como la necesidad de la creación de un centro de acopio en donde se utilizará canales de comercialización, mejorando tiempos y costos de la logística internacional.

Sin embargo, la inexperiencia de los agricultores en la comercialización internacional del producto hace que tengan temor al realizar un proceso de exportación, debido a la falta de conocimiento del tema, impidiendo la búsqueda de mejores opciones para la venta del tomate riñón, como el mercado de la ciudad de Ipiales – Colombia, obstaculizando la oportunidad de conocer nuevos ofertantes que existen fuera de las fronteras ecuatorianas, lo cual impide que la economía de los productores crezca.

Se ha visto la oportunidad de realizar la comercialización del tomate riñón desde la Parroquia la Concepción, provincia del Carchi, hacia mercado colombiano, ya que para los productores de tomate riñón de dicha zona simboliza una alternativa de comercialización, para ofrecer una producción con calidad de exportación, sujeta a normas de calidad, la misma que fue evaluada a través de diferentes indicadores financieros.

Los datos demuestran una demanda creciente y sostenida del producto, por lo que existe un mercado viable.

Una vez realizado todo el análisis se ha determinado que la Parroquia La Concepción tiene oportunidad de entrar al mercado colombiano ya que el precio es menor con relación al país de destino.

## **ABSTRACT**

This research about trading "kidney" tomato from La Concepción parish in Carchi province to Colombian market, presented fundamental aspects such as the need for a collection center where marketing channels be used, which will improve times and costs of international logistics.

However, farmers' inexperience in international trade of the product makes them afraid to start an export process due to lack of knowledge on the subject, which closes the search for better sale alternatives for selling "kidney" tomato, like the market in Ipiales - Colombia. This reduces the opportunity to meet new vendors outside the Ecuadorian border, which prevents the economy of such producers to grow.

Marketing opportunities for kidney tomato distribution from la Concepción parish in province of Carchi to Colombian market has been identified, since "kidney" tomato producers from that area see this market as an alternative to provide quality - export production, under quality standards, such production was evaluated through various financial indicators.

Collected data show a growing and sustained product demand, so there is an open market.

Once the analysis has been completed, it is determined that La Concepcion parish has a chance to enter into the Colombian market since the price is lower compared to the target country.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto se encuentra estructurado en cinco capítulos, los mismos que detallan el tema propuesto que se denomina “La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”.

En el Capítulo I, se desarrolló el planteamiento del problema, donde se identificó la situación actual de los Productores de la Parroquia de la Concepción, los mismos que no cuentan con un adecuado sistema de comercialización, lo que refleja que no pueden acceder a un mercado internacional, logrando formular el problema de la investigación, de igual manera se estableció la delimitación y los objetivos del estudio.

El Capítulo II, está compuesto por los antecedentes investigativos, mismos que fueron una referencia para realizar el estudio, de igual manera se identificó la base legal adecuada con el tema, acorde a Ecuador y Colombia, además de la fundamentación filosófica, donde se estableció las teorías de comercio y la fundamentación científica en relación a las variables de estudio, la comercialización y nivel de vida, que dieron el soporte para el presente estudio.

En Capítulo III, se realiza el marco metodológico, donde se detalla, la modalidad de la investigación, las técnicas e instrumentos empleados para obtener información tanto de la oferta como la demanda de tomate riñón, además se realizó un análisis situacional, donde se tomó en cuenta varios factores que permitieron identificar aspectos importantes como, su economía, perfil del consumidor, sociales y políticos, también se realizó un análisis de Ecuador y del sector de producción, se tomó en cuenta realizar un estudio del producto identificando exportaciones, importaciones y producción de tomate riñón en Colombia y con ello estableciendo la demanda que será cubierta.

En el Capítulo IV, se estableció varias conclusiones y recomendaciones referentes al estudio realizado en el capítulo tres.

Y finalmente, en el Capítulo V, se propuso un estudio de factibilidad para la exportación de tomate riñón hacia el mercado de Ipiales – Colombia, donde se detalló el tamaño del proyecto, la localización óptima, de igual manera se estableció la distribución física internacional, y por último se realizó el estudio financiero para determinar la inversión requerida, y establecer si el proyecto es factible o no.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad el comercio internacional de tomate riñón está creciendo, debido a su contenido nutricional y su consumo en la dieta diaria, principalmente en los países latinoamericanos, el tomate riñón es un producto de gran demanda a nivel mundial y se encuentra en la mayoría de mercados y cadenas de supermercados del mundo. (Canguana, 2015).

En los últimos años el sector agrícola latinoamericano refleja un crecimiento, principalmente de los grandes productores agroalimentarios como son Argentina y Brasil, en Ecuador la situación de este sector, se muestra alentadora, debido que, se evidencia una evolución de la productividad, sobre todo en el periodo 2013 – 2015, como es en el caso del tomate riñón, según los datos del MAGAP, aunque en el último año se ha producido una sobre oferta, que afectado de manera directa a los agricultores, debido a que, han tenido que disminuir precios y tratar de comercializar más producto, es decir, aumentar su producción de tomate para poder cubrir los costos de producción, ocasionando así un decrecimiento en los ingresos económicos de estos productores, además que ellos, no cuentan con información suficiente de la demanda existente, lo que genera que no exista mecanismos claros de comercialización en mercados internacionales impidiéndoles tener acceso a nuevos lugares de venta de sus productos.

Este escenario, se puede apreciar también en la Provincia del Carchi, según los datos del MAGAP CARCHI, la producción de tomate riñón es de 14,171 tn anuales, lo que ha ocasionado que muchos agricultores especialmente aquellos que se encuentran ubicados en la parroquia La Concepción, no puedan incrementar su nivel de ingresos económicos y en algunos casos no puedan cubrir con los gastos básicos. Según el Presidente de la Junta Parroquial, Lcdo. Ángel Chala, en algunas ocasiones se ha pretendido

organizar a los agricultores que cultivan tomate riñón, manifestando que esta unión les ayudaría a conseguir un beneficio al momento de adquirir los insumos para la preparación del terreno, cultivo y cosecha, pero ellos no se muestran convencidos, debido a que, no existe una propuesta que les permita buscar nuevos mercados donde ellos puedan ingresar con su producto y logre mejorar los ingresos económicos que ellos perciben de esta actividad, además que no existe una comercialización de forma deficiente, ya que la mayoría de la producción va a los intermediarios que no pagan un precio justo a los productores, lo que no representa el valor que han invertido.

Con lo anteriormente mencionado se planteó algunas interrogantes que serán resueltas con la investigación realizada, entre las cuales están: ¿La producción de tomate riñón de la parroquia la Concepción del cantón Mira, provincia del Carchi, es suficiente para cubrir parte de la demanda en el mercado de Ipiales – Colombia?, ¿Cuál es la producción anual de tomate riñón? ¿Cuál es la demanda anual de tomate riñón en Ipiales – Colombia?, ¿Cuál es el contexto del entorno externo macro y micro del mercado del tomate riñón, en Ecuador y Colombia?, ¿Cuál es el comportamiento del mercado del tomate riñón en Ecuador y Colombia?

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye a mejorar los ingresos económicos de los productores de la parroquia?

## 1.3 DELIMITACIÓN

**Cuadro 1:** Delimitación de la investigación

<b>OBJETO DE ESTUDIO:</b>	Comercialización de tomate riñón en el mercado colombiano.
<b>SUJETO DE ESTUDIO:</b>	Productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, provincia del Carchi.
<b>ESPACIO:</b>	Parroquia La Concepción e Ipiales-Colombia
<b>TIEMPO ESTIMADO:</b>	Septiembre 2014 a Septiembre 2016

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Verónica Castro

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se la desarrolla como requisito legal conforme al Reglamento para Trabajos de Investigación de Tesis de Grado, Graduación, Titulación e Incorporación según el Art. 2. Para la obtención del Título Profesional de tercer nivel, los estudiantes deben realizar una tesis de Grado orientada a ejercitarse en la investigación con pertenencia a la disciplina en que obtendrá el grado, en referencia al Art. 144 de la LOES, cumpliendo con este requisito se obtendrá el título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Internacional (ECEYNCI).

Esta investigación es importante, debido a que, permitirá colaborar en regenerar el nivel de vida del sector productivo de la parroquia La Concepción a través del mejoramiento de los ingresos económicos que perciben los agricultores, por medio, de la propuesta de exportación del tomate riñón, la cual, servirá de guía a los productores para expandirse al mercado colombiano y mejorar la cadena de valor del mismo, ya que el solo hecho de poder consolidarse como un exportador, permitirá a los productores de una u otra manera mejorar el comercio en la zona fronteriza, impulsando a la región a un beneficio social y económico en favor de la población Carchense.

Con esta iniciativa, se beneficiarán de manera directa los agricultores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, ubicada en la provincia del Carchi, quienes podrán recibirán un ingreso económico más significativo con la comercialización de su producto sin intermediarios, los cuales no pagan el precio justo. La importancia de la investigación se basa en el enfoque de mejora socio productiva que se la realizara a través de planificar estrategias de comercialización.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo general**

Determinar si la comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción, provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye a mejorar el nivel de vida de los productores de la parroquia.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- ✓ Fundamentar bibliográficamente las dos variables en estudio.
- ✓ Diagnosticar el sector productivo para identificar la situación actual del tomate riñón de la parroquia La Concepción.
- ✓ Diseñar un estudio de factibilidad para la comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción hacia el mercado de la ciudad de Ipiales.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó como referencia tres investigaciones, entre las cuales tenemos:

Investigación realizada por Luis Tapie, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, denominada “La demanda de tomate riñón en el mercado venezolano y los productores de la Parroquia San Rafael del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi”, (2013), en la cual se detalla el estudio de mercado realizado, puesto que, existe un análisis detallado del país de destino al cual va dirigido la exportación de tomate riñón. Esta investigación, sirvió para completar la información sobre el análisis situacional del sector agropecuario y por ende del tomate riñón, además de consolidar los datos de exportaciones, importaciones y producción de tomate riñón para poder establecer la oferta exportable.

También se tomó como antecedente investigación el proyecto de investigación de Erika Tobar, perteneciente a la Universidad de Las Américas (UDLA), titulada “Proyecto de producción, comercialización y exportación de tomate riñón bajo invernadero” (2013), la cual presenta los procesos básicos para la comercialización y exportación de tomate riñón bajo invernadero, demostrando que a bajos costos, mediana inversión, dedicación moderada, se pueden obtener elevados rendimientos que cubrirán la demanda del mercado. La investigación sirvió como guía para elaborar el análisis del sector agropecuario, además de tomar como referencia para determinar qué requisitos se debe presentar para poder realizar la exportación del tomate riñón hacia mercado colombiano.

Finalmente se tomó la investigación realizada por Nelson Guerrero, de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, denominada “Evaluación

de la producción comercial de tomate riñón bajo invernadero en la Finca California” (2014), en la cual se menciona como se encuentra la situación actual de sector agrícola de manera especial del tomate riñón, en la provincia del Carchi, además de detallar el proceso de cultivo, cosecha y comercialización. Esta investigación, sirvió como referencia para obtener los volúmenes de producción, que, según el autor, este producto tiene mayor rendimiento de cultivo en la sierra debido a las buenas condiciones climáticas que prevalecen en la región subtropical andina; mientras que en la costa debido a efectos climáticos muy lluviosos de ciertos años, la producción del tomate se ve afectada, lo cual baja la producción afectando la oferta de los productores costeños.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Fue importante conocer la normativa legal, para la investigación, misma que ha sido ordenada según el Art. 425 de la Constitución Política del Ecuador, donde se menciona que el orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: “La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos”.

**Cuadro 2:** Fundamentación Legal Nacional e Internacional

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<b>Constitución de la República del Ecuador (2008)</b>	<b>Art. 276.-El régimen de desarrollo</b> 1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
	<b>Art. 304.-Política Comercial</b> 5.- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
	<b>Art. 306.-</b> Promover las exportaciones de los pequeños y medianos productores.
<b>Decisión 515 Sistema andino de Sanidad Agropecuaria (CAN)</b>	<b>Artículo 1.-</b> La presente Decisión establece el marco jurídico andino para la adopción de medidas sanitarias y fitosanitarias de aplicación al comercio intrasubregional y con terceros países de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados, animales y sus productos.(Desición 515, 2001).
	<b>Artículo 25.-</b> En el comercio de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados, animales y sus productos originarios de los Países Miembros, los certificados y permisos o documentos fito y zoonosanitarios emitidos en cumplimiento de las normas comunitarias, no podrán ser desconocidos por las autoridades competentes de los otros Países Miembros.
<b>Código Orgánico De La Producción Comercio e Inversiones (COPCI)</b>	<b>Art. 4.-</b> Fomentar y diversificar las exportaciones.
	<b>Art. 19.-</b> Derechos de los inversionistas: Libertad de exportar o importar salvo las limitaciones de la normativa
	<b>Art. 93.-</b> Fomenta la exportación
	<b>Art. 108.-</b> Tributos al comercio exterior

**Fuente:** Constitución Política 2008, Decisión 515, COPCI

**Elaborado por:** Verónica Castro

**Cuadro 3:** Plan Nacional del Buen Vivir

<b>Plan Nacional del Buen Vivir</b>	<b>Objetivo 3:</b> Mejorar la calidad de vida de la población 3.1. Promover el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios de atención que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social
	<b>Objetivo 10:</b> Impulsar la transformación de la matriz productiva 10.4. Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero

**Fuente:** Plan Nacional del Buen Vivir

**Elaborado por:** Verónica Castro

**Cuadro 4:** Agenda territorial Zona 1

<b>Agenda territorial Zona 1</b>	<b>2.2.3 Diversificación Productiva con enfoque local:</b> Implementar un sistema en el que se innove en todas las fases posibles del proceso productivo.
----------------------------------	--

**Fuente:** Normativa Legal

**Elaborado por:** Verónica Castro

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

**Cuadro 5:** Teorías del Comercio Internacional

TEORÍA	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN
<b>VENTAJA COMPARATIVA (DAVID RICARDO)</b>	Según David Ricardo, la ventaja comparativa, equivale al costo relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales, es decir, si un país se especializa en la producción de un bien donde tiene una ventaja comparativa la producción mundial en relación a ese bien se incrementa, tomando en cuenta dos factores: costos laborales y las relaciones de intercambio entre países.	Tomando en cuenta la definición de esta teoría, Ecuador al ser un país en su mayor parte agricultor, puede producir relativamente más barato, productos como el tomate riñón, a un costo de oportunidad menor, ocasionando que pueda llegar hacia mercados internacionales a precios competitivos.
<b>NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO (PAUL KRUGMAN)</b>	Para Krugman la Nueva Teoría del Comercio Internacional, parte del concepto de “economías de escala”, es decir, a mayores volúmenes de producción, menores costos, lo cual facilita la oferta de productos, beneficiando a los consumidores según la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada. Además también se enfoca en la ventaja competitiva de un país con industrias para optimizar recursos, con el fin de aprovechar la posición ventajosa en el mercado.	Esta teoría, está acorde con la investigación, puesto que, en la producción de tomate riñón para optimizar recursos se debe producir en grandes cantidades, logrando así poder comercializar el producto a nivel nacional e internacional a precios bajos, haciendo que aumente la producción de trabajo, generando una renta favorable para el agricultor y por ende, el bienestar del país.
<b>VENTAJA COMPETITIVA (MICHAEL PORTER)</b>	Según Michael Porter, la ventaja competitiva está relacionada con la creación de valor, es decir, se creará valor si el precio del producto (que es lo que efectivamente recibe la empresa) es mayor al costo de oportunidad de proveerlo, por lo que diremos que existe una ventaja competitiva cuando este sea el caso. El costo de oportunidad de proveer el producto debe incluir todos los costos asociados a su producción y venta, más una remuneración por el capital utilizado, la que depende, al menos en parte, del riesgo del producto o negocio.	Se podría mencionar que al producir tomate riñón bajo invernadero, como se realiza en la parroquia La Concepción, se tiene una ventaja competitiva en el mercado para venta del producto, puesto que, este tipo de producto tiene preferencia ya que no contiene ningún tipo de químico.

**Fuente:** Teorías Internacionales

**Elaborado por:** Verónica Castro



## **2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

### **2.4.1. Comercialización**

En la actualidad la comercialización es uno de los factores claves para poder ingresar un producto al mercado, según Carthy (2013), “la comercialización es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa” (p. 34).

Una definición más específica, es la expuesta por Rivadeneira (2012), quien menciona que “la 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.” (p. 5).

De ambas definiciones se puede deducir que la comercialización es el conjunto de acciones que se desarrollan desde que el producto sale de del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor. La comercialización debe comenzar con el cliente y no con la producción, puesto que, esta debe determinar si un producto se puede fabricar, incluyendo las decisiones acerca del desarrollo, el diseño y el envasado de producto, que precios, donde y como se hará, la publicidad de los productos.

#### **2.4.1.1. Canales de distribución**

Una de los factores claves dentro de la comercialización, es saber escoger el canal de distribución adecuado para el producto que se planea distribuir.

Existen varios criterios de clasificación de los canales de distribución, pero para esta investigación se toma a dos de los más usuales, descritos en la investigación sobre Tipos de canales de distribución de Ivan Thompson (2012):

##### **2.4.1.1.1. Canales para productos de consumo**

Este tipo de canal, se divide a su vez, en cuatro tipos de canales:

- Canal Directo o Canal 1.- Del productor o fabricante a los consumidores, este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña funciones tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario. (p. 56)
- Canal Detallista o Canal 2.- Del productor o fabricante a los detallistas y de éstos a los Consumidores, este canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas, como las tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros. (p. 56)
- Canal Mayorista o Canal 3.- Del productor o fabricante a los mayoristas, de éstos a los detallistas y de éstos a los consumidores, contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas, que son considerados los intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos y los detallistas que representan a los intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final.(p. 58)
- Canal Agente/Intermediario o Canal 4.- Del productor o fabricante a los agentes intermediarios, de éstos a los mayoristas, de éstos a los detallistas y de éstos a los consumidores finales, contiene tres niveles de intermediarios: el Agente Intermediario que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen, los mayoristas y los detallistas. (p. 59).

#### **2.4.1.1.2. Canales para productos industriales o de negocio a negocio.**

Este tipo de canal tiene usualmente los siguientes canales de distribución:

- Canal Directo o Canal 1.- Del productor o fabricante al usuario industrial, es el más usual para los productos de uso industrial, ya que es el más corto y el más directo. (p. 62)
- Distribuidor Industrial o Canal 2.- Del productor o fabricante a distribuidores industriales y de éste al usuario industrial, con un nivel de intermediarios, este tipo de canal es utilizado con frecuencia por productores o fabricantes que venden artículos estandarizados o de poco o mediano valor. (p. 62)
- Canal Agente/Intermediario o Canal 3.- Del productor o fabricante a los agentes intermediarios y de éstos a los usuarios industriales, de un nivel de intermediario, los agentes intermediarios facilitan las ventas a los productores o fabricantes encontrando clientes industriales y ayudando a establecer tratos comerciales. Este canal se utiliza, por ejemplo, en el caso de productos agrícolas, como el tomate riñón, frutas, vegetales, entre otros. (p. 63)
- Canal Agente/Intermediario - Distribuidor Industrial o Canal 4.- Del productor o fabricante a los agentes intermediarios, de éstos a los distribuidores industriales y de éstos a los usuarios industriales, de tres niveles de intermediarios la función del agente es facilitar la venta de los productos, y la función del distribuidor industrial es almacenar los productos hasta que son requeridos por los usuarios industriales. (p. 63).

De lo anteriormente mencionado, cabe resaltar que, si bien, son los más comunes, no son los únicos; por tanto, la empresa a cargo de la comercialización puede hacer diversas combinaciones que se ajusten mejor a las características del mercado, de tal manera que satisfaga mejor las necesidades de los consumidores al mismo tiempo que le genera a la empresa un beneficio o utilidad por ello.

#### **2.4.1.2. La oferta: definición y determinantes**

Según Casares (2013), “la oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual” (p. 7), por ende, la variación de la oferta, depende de algunos factores entre ellos:

- costos de fabricación de los bienes,
- Precio
- Precio de los factores (trabajo y capital)
- Tamaño del mercado
- avances tecnológicos con que se cuenta en las diversas etapas del proceso productivo.

La ley de la oferta es directamente proporcional al precio; cuando más alto sea el precio del producto, más unidades estarán disponibles para los consumidores, por esta razón, la disponibilidad de tecnología en las etapas de un proceso productivo y en diversas actividades económicas, es un importante elemento en la disminución o incremento en la oferta de determinados bienes.

#### **2.4.1.3. La demanda: definición y determinantes**

La demanda según Bennisar (2014), “es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado” (p.4). En un mercado la cantidad del producto que se demanda puede variar, dependiendo de varios factores, fundamentalmente su precio, su disponibilidad, la riqueza y necesidad de quien desea adquirirlo.

Los determinantes que influyen en la cantidad demanda de un producto son:

- Precio
- Precio de los bienes relacionados
- Renta del consumidor
- Preferencias / gustos
- Expectativas

- Tamaño del mercado

Uno de los determinantes más influyentes es el precio, debido a que, de tipo variable; esto significa que el mismo puede modificarse a lo largo del tiempo, generalmente lo hace en casos en los que sea necesario desde los ojos del oferente, es decir, si un producto tiene una gran salida en el mercado, la disminución de sus existencias hace que se vuelva máspreciado y, para conseguir una mejor ganancia, los productores aumentan su precio; en cambio, si se trata de un producto que no ha tenido una gran repercusión, suele bajarse su precio para conseguir ubicarlo satisfactoriamente en el mercado.

Esto último ocurre sobre todo en bienes alimentarios, con una fecha de caducidad, con tal de no perder todo lo invertido en la fabricación o recolección del producto, como en el caso del tomate riñon, los productores prefieren venderlo antes de la fecha de vencimiento a un precio incluso más bajo que los gastos que conllevó conseguirlo.

Con lo anteriormente mencionado se puede concluir que la demanda, es una función matemática a través de la cual se puede conocer la disponibilidad y existencia de un producto en el mercado y el interés que hay sobre el mismo por parte de los consumidores.

#### **2.4.2. Nivel de Calidad de vida**

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su publicación Nivel de Vida en America Latina y el Caribe, señala que el concepto de calidad de vida se define como, “un ‘término multidimensional’ que representa tener buenas condiciones de vida ‘objetivas’ y un alto grado de bienestar ‘subjetivo’, y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales sumándole a la satisfacción individual de necesidades” (p.3). El nivel de vida se encuentra fuertemente vinculado al desarrollo de un país, mientras la población tenga acceso a recursos y a oportunidades que le permitan satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas, entonces se dirá que esta población ha satisfecho sus necesidades básicas.

#### **2.4.2.1. Medición del nivel de calidad de vida**

La calidad de vida puede verse reflejada en las condiciones en que vive un grupo de personas, sin embargo, no se puede atribuir la medición a un solo indicador. La calidad de vida es un concepto dinámico y multidimensional, por esta razón, no existe un nivel de vida máximo y absoluto, aún en las sociedades más desarrolladas.

El concepto de calidad de vida, se encuentra atado a cuestiones como la cultura, las tradiciones y el recorrido histórico de la sociedad; entonces las necesidades pueden evolucionar, algunas desaparecer y otras pueden surgir como respuesta a los cambios propios de la sociedad; en consecuencia, la calidad de vida es multidimensional debido a su vinculación directa con la infinita existencia de necesidades humanas. (INEC 2014).

En este contexto, es preciso desarrollar indicadores específicos que permitan evaluar las condiciones de vida de las familias con menores ingresos, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para analizar el nivel de vida de la población toma como referencia algunos indicadores de necesidades básicas insatisfechas, entre los cuales se tiene:

- Capacidad de subsistencia de los hogares

Este indicador, permite medir la capacidad de obtener los ingresos suficientes para el consumo de subsistencia dentro de los hogares, mismo que, dependerá en gran medida del número de personas dependientes en el hogar y de la posibilidad de que cada uno de los miembros recaudadores se integren adecuadamente en el mercado laboral. Existe una mayor probabilidad de que esto suceda cuando la persona económicamente a cargo del hogar tiene niveles de educación que le permitan acceder a empleos en buenas condiciones y mantenerse en ellos.

- Bienestar Psicosocial:

El indicador psicosocial, permite analizar otras dimensiones del nivel de vida y demostrar que tan relacionado está este con el bienestar económico y social. Bajo este esquema se considera el bienestar como el estar bien con uno

mismo y estar bien con los demás, por ejemplo, una persona con alta preparación académica y con ingresos altos, puede de hecho no reaccionar bien ante adversidades o vivir deprimido. Por otro lado, una persona analfabeta y de ingreso bajos, puede ser muy optimista, no sufrir de ansiedad y sabe afrontar sus problemas. Este indicador medirá de manera subjetiva la salud psíquica y social de las personas, por ejemplo: Estrés psicológico, ansiedad y depresión, auto-estima, auto-eficacia, autonomía decisional, aspiraciones y metas.

Las condiciones de vida de una población, principalmente se evalúan a partir de la información estadística levantada para cada país, por ejemplo, se obtiene información bastante desagregada de los censos de población y vivienda, pero también se puede recoger datos a través de encuestas como la de Condiciones de Vida; esta información se complementa con otras encuestas como las de empleo y de esta manera tener un espectro amplio de las condiciones que reflejan bienestar.

Para el análisis de las condiciones de vida de los habitantes, la unidad de análisis por lo general es el hogar, puesto que, se asume que existe una distribución homogénea de los bienes dentro del hogar, aunque en la realidad no siempre se cumple con esta característica, por otro lado, los hogares generan una especie de economías de escala pues varias personas viven en un mismo hogar y comparten los mismos servicios. Éstas, entre otras razones, hacen que el hogar sea la unidad de análisis para determinar el nivel de vida de la población.

#### **2.4.3. Tomate riñón**

El tomate riñón, (*Solanum lycopersicum*), es una baya muy coloreada, típicamente de tonos que van del amarillento al rojo, debido a la presencia de los pigmentos licopeno y caroteno. Es un alimento poco energético, dos tomates medianos tan sólo aportan 22 calorías. Aproximadamente el 95% de su peso es agua, cerca de un 4% son hidratos de carbono. Se le considera una fruta-hortaliza ya que contiene mayor cantidad de azúcares simples que otras verduras, lo que le confiere un ligero sabor dulce. También es fuente

importante de ciertas sales minerales (potasio y magnesio, principalmente). De su contenido en vitaminas destacan la B1, B2, B5, vitamina C y carotenoides como el licopeno. (Provefru, 2016).

#### **2.4.3.1. Clima y suelo**

Tanto el tomate industrial como el de mesa se desarrollan bien en climas cálidos y soleados. La temperatura óptima para su desarrollo entre 21 y 24°C, como promedio. Las máximas no deben sobrepasar de 37°C y las mínimas no deben ser inferiores a 15°C. La temperatura nocturna puede ser determinante en el cuaje de frutos y debe oscilar entre 15 y 20°C, para las variedades tradicionales, aunque existen líneas mejoradas de Taiwán que poseen resistencia a las altas temperaturas.

Requiere de un buen suministro de humedad; el exceso o déficit produce desórdenes fisiológicos y aumenta el riesgo de enfermedades. Las zonas con períodos largos de humedad relativa elevada, bajas o altas temperaturas y escasa luminosidad no son adecuadas para el cultivo por la alta incidencia de enfermedades. El tomate se puede sembrar en suelos que van de arenosos a arcillosos. Los mejores rendimientos se obtienen en suelos de textura franco arenosa y franco limosa, profundos y muy bien drenados. El pH puede estar entre 5,5 y 6,8. En suelos ácidos es recomendable la aplicación de materiales a base de calcio antes de la siembra e incorporarlos al suelo. (Escalona, 2015).

#### **2.4.3.2. Preparación del suelo**

Consiste en efectuar una arada y dos pases de rastra; luego con un surcador se hace el trazado de las eras o lomillos, según el tipo de tomate, las cuales deben tener una altura no mayor de 30 cm. Es de gran importancia hacer el trazo de las eras y lomillos con una pendiente adecuada (entre 0,20 y 1,0%) para que el riego y el drenaje sean eficientes.



### **2.4.3.3. Siembra**

La siembra puede realizarse por trasplante o en forma directa. Por lo general, el agricultor siembra en forma directa las variedades locales, ya que logra reducir entre quince y veintidós días el inicio de la cosecha.

Si se hace por trasplante, el semillero se realiza en eras que deben tener el suelo bien desmenuzado y mezclado con abono orgánico para que la semilla germine bien y uniformemente.

Las eras deben ser desinfectadas con dazomet (Basamid, 40 g/m<sup>2</sup>) o bromuro de metilo (una lata por cada 15 m<sup>2</sup>). Al utilizar estos productos fumigantes del suelo, es conveniente buscar orientación profesional. También puede utilizarse el método de solarización que consiste en cubrir la era con plástico para crear un microclima con alta temperatura, la cual tiene efecto nocivo sobre los causantes de las enfermedades. Después de sembrar, es conveniente tapar la era con sacos, hojas de plátano o cedazo plástico, para evitar que el riego o las lluvias desentierren la semilla y se debe eliminar cuando se inicia la emergencia de las plántulas.

Se requieren entre 100 a 200 g de semilla para plantar una hectárea y aproximadamente de cada hectárea sembrada se obtiene 70 tn de tomate riñón, es conveniente sembrar aproximadamente 0,5 g de semilla por metro cuadrado de semillero, ya que así se obtendrán plantas más sanas y más uniformes. Cuando las plantas tengan entre tres y cuatro hojas verdaderas se realiza el trasplante. Se deben seleccionar las plantas más sanas, vigorosas y de tamaño similar para el establecimiento de la plantación.

Los costos oscilan dependiendo de la producción que se desea adquirir, por ejemplo, para alcanzar una producción de 90,000 cajas (450 toneladas de tomate) se requiere una inversión aproximada de \$250,000 a 350,000 dólares en un ciclo de 10 meses, dependiendo de la zona en donde se ubique la inversión. El desglose de costos de producción, se divide en los siguientes conceptos: semilla y sustrato, trasplantes, fertilizantes y control de plagas, materiales para soporte de cultivo, dirección técnica y mano de obra energía y gas. (Alvarado, 2014).

#### **2.4.3.4. Recolección**

La cosecha de frutos para el consumo en fresco se realiza en forma manual, para ello se utiliza cestos (canastas), o baldes plásticos, en los que se depositan los frutos, posteriormente se vacían en una lona extendida sobre el suelo en una bodega a la sombra. Allí se apilan hasta su posterior limpieza, selección y colocación en cajas de madera. Los frutos se cosechan rojos, pintones y de todos los tamaños; no se debe dejar madurar demasiado, ya que el tomate muy rojo pierde precio en el mercado, debido a su corto periodo de duración en pos cosecha. El inicio de la cosecha desde el trasplante depende de las características agroclimáticas de cada zona y de la precocidad de los híbridos utilizados en la siembra, por lo general la cosecha se inicia 90 o 100 días después del trasplante, este periodo puede durar de 3 a 5 meses.

#### **2.4.3.5. Limpieza**

Para una mejor presentación comercial e higienización de los frutos en el mercado, es necesario eliminar la suciedad existente en la epidermis de los tomates con una franela humedecida en agua. Esta suciedad puede tener diverso origen: tierra, polvo, restos de tratamiento, hojas, microorganismos, etc.

#### **2.4.3.6. Selección**

Para comercializar los tomates conforme a las normas de calidad, es necesario seleccionar y clasificar. Estas actividades pueden realizarse manualmente, separando los tomates en diferentes grupos de acuerdo al tamaño y color del fruto. Es decir, los rojos y los pintones se clasifican en cajas separadas, para facilitar su conservación. Para el efecto se separan los más gruesos primero, los medianos segundos, los siguientes terceros y finalmente los pequeños.

#### **2.4.3.7. Envasado**

Generalmente, el envasado se realiza en cajas de madera, con una capacidad entre 38 y 40 libras; se deben llenar con una pequeña colma de 3 a 4 cm por

encima del nivel de la caja. Los cajones para el transporte de la fruta deben ser rígidos, puesto que deben soportar el movimiento en carreteras difíciles.

#### **2.4.3.8. Almacenaje**

Los híbridos cultivados en invernadero presentan frutos consistentes y pueden conservarse durante siete días sin sufrir problemas de pudrición.

#### **2.4.3.9. Estacionalidad de la producción**

La estacionalidad de la producción constituye un factor de indudable importancia económica en el análisis de la oferta, pues ha determinado las corrientes comerciales tradicionales de tomate destinado al consumo fresco. Como es conocido, la oferta de tomate se mantiene durante todo el año, de este modo se disminuyen los problemas que plantean a fuerte concentración de la producción en un reducido periodo de tiempo.

Generalizando la estructura temporal de la oferta, se ha podido constatar una concentración de la producción en el verano, entre julio y enero. Por tal razón, la siembra en los invernaderos ubicados en las zonas andinas debe efectuarse entre septiembre y noviembre. Los trasplantes hechos en estos meses permiten iniciar cosechas en febrero y marzo, épocas en las que no existe abundancia del producto en el mercado. (Alvarado, 2014).

### **2.5. VOCABULARIO TÉCNICO**

**PRODUCCIÓN.** - Acción realizada bajo el control de una persona que utiliza mano de obra y capital para producir bienes y servicios.

**NEGOCIOS.** - Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, comprando y vendiendo mercancías o servicios. (Española, s.f.)

**CONSUMIDORES.** - Persona que compra y utiliza productos elaborados centro de atención al consumidor. (Española, s.f.)

**PRODUCTO.-** El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos (Farber, s.f.)

**PRECIO.-** El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor (Farber, s.f.)

**FAMILIAS.** -Es el marco que contiene a los miembros que crecen en ella.

**INGRESO.** -Son todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad ya sea pública individual o grupal.

**MERCADO.** -Es el lugar que está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto, así como también los vendedores y productores.

## **2.6. IDEA A DEFENDER**

La Comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia, contribuirá mejorar el nivel económico de los productores de la parroquia.

## **2.7. VARIABLES**

Las variables de esta investigación son:

**VARIABLE INDEPENDIENTE.** - La comercialización

La comercialización de tomates riñón hacia Ipiales Colombia es una alternativa para poder incrementar la producción de los productores de la parroquia la Concepción.

**VARIABLES DEPENDIENTE.** - Nivel de vida

Mediante la comercialización del tomate riñón se pretende mejorar los ingresos económicos de los productores de la parroquia la Concepción.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La modalidad que se utilizó en el trabajo de investigación es cualitativa, porque se emitió un juicio de valor teniendo en cuenta la calidad del tomate riñón que se demanda por los mercados alternativos para la exportación de dicho producto, también se debe conocer gustos y preferencias.

Cuantitativa, porque se logró determinar la cantidad producida por los agricultores de la parroquia La Concepción y la cantidad demandada por los mercados alternativos de Ipiales.

#### **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para esta investigación se vio la necesidad de hacer uso de la investigación:

- **Investigación documental**

Para fundamentar los diferentes conceptos obtenidos de libros, revistas, además para realizar las diferentes consultas, y análisis de documentos existiendo las posibles oportunidades de negocios internacionales.

- **Investigación de campo**

Se levantó la información mediante las diferentes técnicas de investigación siendo estas: la entrevista y encuesta elaborada a través de un cuestionario.

- **Investigación aplicada**

A través de esta y con las técnicas de investigación, se analizó el mercado internacional de estudio para conocer su demanda actual sobre la comercialización de tomate riñón.

- **Investigación descriptiva**

Sirvió para detallar la comercialización de tomate riñón a Ipiales-Colombia de los productores de La Concepción para generar fuentes de trabajo en el sector productivo de la parroquia.

- **Investigación exploratoria**

Se empleará con el fin de identificar tendencias de los consumidores de tomate riñón en el mercado colombiano, además de identificar las relaciones potenciales entre las variables de estudio.

- **Investigación explicativa**

Se debió conocer la situación actual por la que atraviesa el sector agrícola especialmente sobre el tomate riñón, obteniendo datos exactos sobre producción, población y procesos de comercialización.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para esta investigación no fue necesario el cálculo de la muestra, debido a que la población de estudio no supera los 50 individuos, obteniendo la siguiente población a ser analizada:

**Cuadro 6:** Población Ofertante

Ofertante

**Grupo:** Productores

**Sector:** Parroquia La Concepción Provincia del Carchi

**Productores mayoristas:** 9 Productores

**Tipo de producto:** Tomate Riñón

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Verónica Castro

De acuerdo a la investigación de campo, se determinó realizar la entrevista a los 9 productores mayoristas de tomate riñón de la parroquia La Concepción, tomando en cuenta aspectos importantes como la capacidad de producción, estos vendrían a ser las personas ofertantes de la materia prima.

---

**Cuadro 7:** Población demandante

**DEMANDANTE**

**País:** Colombia

**Población objetivo:** Ipiales

**Consumo:** Importadores Colombianos de tomate riñón.

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Verónica Castro

---

Por otro lado, se determinó la demanda, a través del estudio del entorno del país de destino, del cual se escogió al mercado de Ipiales – Colombia, como una oportunidad para la comercialización del tomate riñón, tomando como referencia datos estadísticos, documentos y fuentes secundarias que ayudaron al desarrollo del estudio.

### **3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

La operacionalización de las variables, consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen en conceptos, dimensiones, indicadores, ítems, técnicas, instrumentos, y fuentes.

**Cuadro 8: Operacionalización de Variables**

**IDEA A DEFENDER:** La Comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuirá a mejorar el nivel de vida del sector productivo de la parroquia.

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	FUENTE
Comercialización	La comercialización se entiende como el intercambio de bienes y servicios entre países a cambio de una utilidad.	Demanda del Mercado	Entorno	¿Cuál es la situación socioeconómico de cada país?	Análisis linkografico	Fichas de Guía de Pro Ecuador	Libros, revistas, internet
				¿Cuál es la situación política que se encuentra cada país?			
				¿Cuál es la situación social que se encuentra cada país?			
				¿Qué factores tecnológicos aportan a la tecnología de cada país?			
			Mercado	¿Cuál es el perfil del consumidor?			
				¿Cuáles la tendencia del consumidor?			
				¿Cuáles son los gustos y preferencias del consumidor?			
				¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones de Ecuador con Colombia?			
			Producto	¿Cuál es la demanda insatisfecha?			
				¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?			
				¿Cuál es la competencia existente en el mercado?			
				¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado?			
				¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso del producto ecuatoriano al mercado francés?			
Entorno	¿Cuál es la situación actual de Ecuador?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores			
	¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores			
	¿Cuál es la capacidad de producción en escala?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores			



		<b>Oferta</b>	<b>Producto</b>	¿Cuál son las características del producto?	Encuesta	Formulario	Productores		
				¿Cuál es la cantidad de hectáreas cultivadas del producto?	Encuesta	Formulario	Productores		
				¿Qué cantidad de tomate riñón cosecha?	Encuesta	Formulario	Productores		
			<b>Exportación</b>	¿Cuáles son las características del embarque?	Observación	Ficha de observación	Pro Ecuador		
				¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Colombia?	Observación	Ficha de observación	Pro Ecuador		
				¿Cuáles son los costos en origen?	Observación	Ficha de observación	Pro Ecuador		
				¿Cuáles son los costos en destino?	Observación		Pro Ecuador		
			<b>Nivel de vida</b>	Se refiere a un grado de confort material que un individuo o un grupo social logra obtener o aspira a conseguir.	<b>Producción de tomate riñón</b>	¿Cuál es la cantidad producida los últimos cinco años?	Observación	Ficha económica	Libros, revistas, internet
						¿Cuál es la cantidad de tomate riñón producida en cajas los últimos cinco años?	Observación	Ficha económica	Libros, revistas, internet
					<b>Ingresos</b>	¿Cuáles son los ingresos producidos por la actividad de tomate los últimos cinco años?	Observación	Ficha económica	Libros, revistas, internet
¿Cuál es valor del préstamo bancario obtenido por los agricultores?	Observación	Ficha económica				Libros, revistas, internet			
<b>Egresos</b>	¿Cuáles egresos son efectuados para la producción de tomate?	Observación			Ficha económica	Libros, revistas, internet			
	¿Quiénes son los beneficiarios directos de la producción de tomate riñón?	Observación			Ficha económica	Libros, revistas, internet			

Fuente: Investigación Realizada  
Elaborador Por: Verónica Castro

### **3.5. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.5.1. Entrevista**

La entrevista no, es más, que una conversación, que se mantiene entre el encuestador y una persona, la cual esta basada, en una serie de preguntas o afirmaciones que para este caso, le fue aplicada al presidente de la junta parroquial de la parroquia La Concepción, para obtener información sobre la producción de tomate riñón en este sector. (ver anexo 1).

#### **3.5.2. Encuesta**

La encuesta es un procedimiento, por medio del cual, se recopiló datos sobre la producción y comercialización de tomate riñón en la parroquia La Concepción, por medio de un cuestionario previamente diseñado, aplicado a los productores de tomate riñón. (ver anexo 2).

### **3.6. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.6.1. Guía de entrevista**

La entrevista debe iniciar con una lista de preguntas de los datos que se quieren conocer, pero el orden en que se hacen puede fluir a lo largo de la entrevista. Se deben cubrir todas las interrogantes, pero no es necesario que el orden en que se hacen las preguntas sea muy estricto.

#### **3.6.2. Guía de encuesta**

La técnica de encuesta se elige sobre la base, del tipo de información que necesita recopilar y de la cantidad de recursos disponibles para llevar a cabo la encuesta, para lo cual se establece un formulario, en el cual deben constar las principales interrogantes que se requiere solucionar con la aplicación de este instrumento.

### **3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.**

**Información primaria.-** según la definición de Silvestrini (2015), “es aquella que se recogió directamente a través de un contacto inmediato con su objeto de análisis” (p. 32), es decir, se tomó información de los productores de tomate riñón, ubicados en la provincia del Carchi, parroquia La Concepción del cantón

Mira, a través de un formulario, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción, además se aplicó una entrevista al Presidente de la Junta Parroquial, sobre la situación actual de la parroquia.

**Información secundaria.** - de igual manera Silvestrini (2015), menciona que la información secundaria “es aquella que se recogió a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes” (p. 67), es decir, se tomó en cuenta los datos de las exportaciones que Ecuador ha realizado de tomate riñón en años anteriores a varios países, además de conocer la oferta, importaciones, entre otros.

### **3.8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Una vez que se obtuvo toda la información necesaria, se procedió comparar los datos obtenidos, los mismos que fueron utilizados para analizar el mercado ofertante y determinar la posibilidad de realizar el proceso de exportación a un mercado internacional, además de esta manera poder estructurar la propuesta.

#### **3.8.1. Tabulación de la entrevista aplicada al presidente de la junta parroquial.**

##### **1. ¿Cómo calificaría usted, los ingresos económicos de los habitantes de la parroquia?**

En los últimos, años se ha presentado un decrecimiento en los ingresos económicos, de la población de la parroquia La Concepción, debido a la falta de fuentes de empleo y la poca disponibilidad de tierra y monocultivo.

##### **2. ¿Qué tipos de productos se cultivan en la parroquia?**

Los productos con mayor producción son el frejol como el principal producto, además de, caña de azúcar, morochillo, espárragos, pimientos, ají, pepinillo, papaya, plátano, tomate de árbol, tomate riñón, yuca.

### **3. ¿En la parroquia existen asociaciones de productores? ¿Cuáles?**

Existen algunas asociaciones, dedicadas especialmente a la producción de frejol, y tomate riñón, como:

- Cuenca del Rio Mira
- Productores El Empedradillo
- Productores La Loma
- Mujeres Santa Lucia
- Comunidad El Milagro
- Comunidad La Convalecencia
- OBK
- UCOCDEMIN

### **4. ¿Las asociaciones donde se encuentran ubicadas, estas reciben algún tipo de apoyo y quien es su directivo?**

Actualmente en la parroquia se lleva adelante diferentes proyectos agrícolas en comunión de esfuerzos tanto con la Prefectura como con el Municipio de Mira.

### **5. ¿Usted conoce si la producción se exporta?**

Ningún producto que se da en la parroquia se ha logrado comercializar a mercados extranjeros de manera directa, puesto que, la venta es más por intermediarios.

### **6. ¿Dónde comercializan los productos agrícolas?**

Los principales mercados son entre las comunidades que se encuentran en los alrededores y los mercados de la ciudad de Ibarra.

De la entrevista realizada al Presidente de la junta parroquial de la parroquia La Concepción, Lcdo. Ángel Chalá, se obtuvo que actualmente en la parroquia se lleva adelante diferentes proyectos agrícolas en comunión de esfuerzos tanto con la Prefectura como con el Municipio de Mira, supo manifestar que los productos con mayor producción son el frejol como el principal producto,

además de, caña de azúcar, morochillo, espárragos, pimientos, ají, pepinillo, papaya, plátano, tomate de árbol, tomate riñón, yuca.

En relación a la producción de tomate riñón, menciono que actualmente existen 9 productores, cuya producción ha descendido debido a que la mayoría de las familias se encuentran trabajando con el Gobierno provincial del Cachi, en la siembra y cosecha de frejol, para lo cual, existen algunas asociaciones como:

- Cuenca del Rio Mira
- Productores El Empedradillo
- Productores La Loma
- Mujeres Santa Lucia
- Comunidad El Milagro
- Comunidad La Convalecencia
- OBK
- UCOCDEMIN

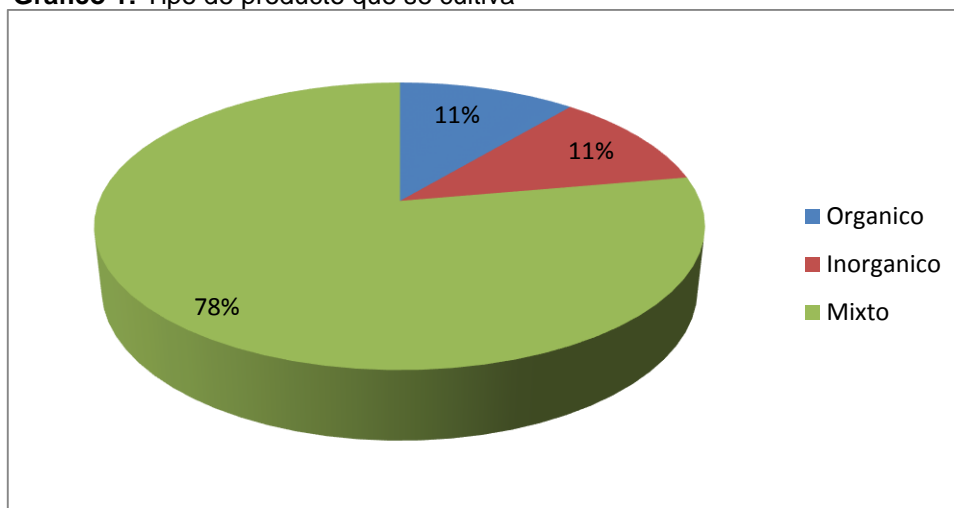
### 3.8.2. Tabulación de la encuesta aplicada a los productores de tomate riñón

#### 1. ¿El producto que usted cultiva es de tipo?

En la investigación, realizada a los productores de la parroquia La concepción se creyó necesario conocer el tipo de cultivo que maneja, encontrando:

Tabla 1: Tipo de producto que se cultiva		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Orgánico	1	11%
Inorgánico	1	11%
Mixto	7	78%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

**Gráfico 1:** Tipo de producto que se cultiva



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Como se puede apreciar, en el gráfico anterior, un 78% del total de los productores de tomate riñón, realizan un cultivo mixto, mientras que en un menor porcentaje lo realizan únicamente orgánico e inorgánico, lo cual concuerda con los datos publicados por el MAGAP, en donde se ve reflejado, que la mayoría de cultivos de la provincia de Carchi se realizan de manera mixta.

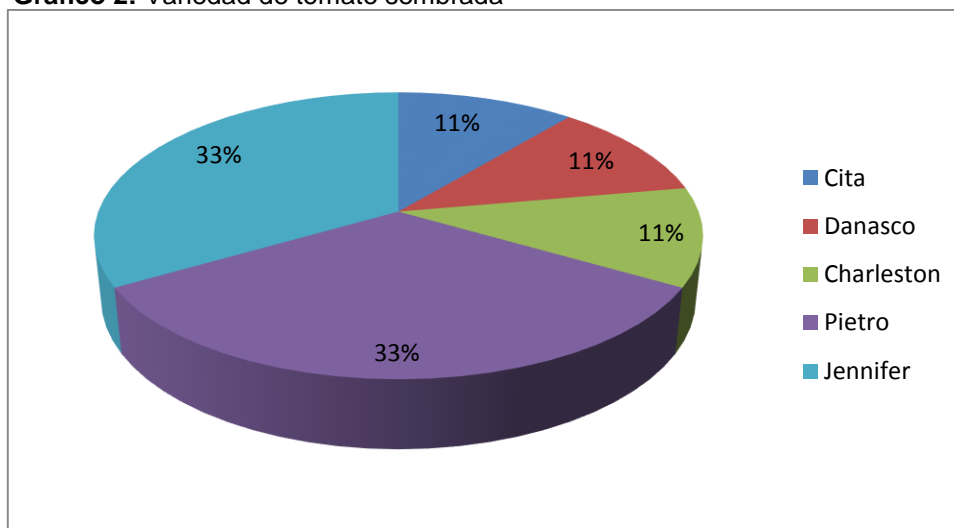
## 2. ¿Cuál es la variedad de tomate riñón que tiene sembrada?

De igual manera, es preciso tener en cuenta que tipo de variedad se produce en esta parroquia, para poder determinar la oferta existente:

<b>Tabla 2:</b> Variedad de tomate sembrada		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cita	1	11%
Danasco	1	11%
Charleston	1	11%
Pietro	3	33%
Jennifer	3	33%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 2:** Variedad de tomate sembrada



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Los productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, en un 33% cosechan la variedad Jennifer y Pietro, cabe señalar que el INIAP, en su informe sobre hortalizas, hace referencia que en el país, especialmente en región sierra predomina el cultivo estas variedades, debido a que, la planta es vigorosa con racimos de abundantes frutos redondos, extra firmes de color rojo intenso con peso promedio 18 a 22 g. y de 1,9 a 2,2 cm de diámetro y el resto de encuestados cultivan otras variedades como Danasco, Chaleston y Cita.

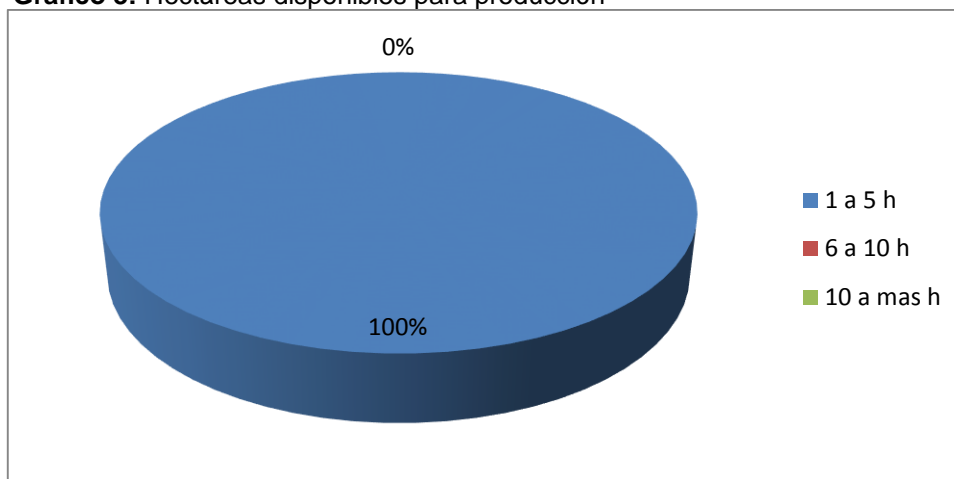
### 3. ¿Qué cantidad de hectáreas tiene destinado para la producción de tomate riñón?

Para poder conocer la cantidad de tomate riñón que producen, fue necesario estar al tanto de cuantas hectáreas posee para su cultivo.

<b>Tabla 3:</b> Hectáreas disponibles para producción		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 h	9	100%
6 a 10 h	0	0%
10 a mas h	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 3:** Hectáreas disponibles para producción



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Con la información recolectada de los productores de tomate riñón, se pudo constatar que el 100% de los encuestados, manifestaron que poseen entre 1 a 5 h, para realizar el cultivo de esta hortaliza, como se menciona en los datos estadísticos presentados por el MAGAP, para el año 2015, la Parroquia La Concepción cuenta con un total de 9 hectáreas cultivadas de este fruto.

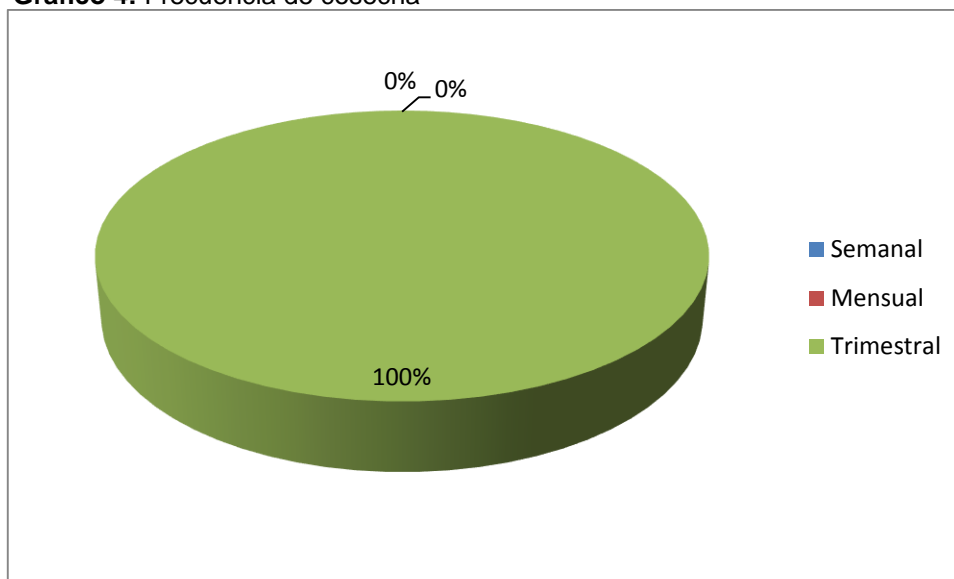
#### 4. ¿Con que frecuencia cosecha el tomate riñón?

Para determinar la frecuencia de la oferta, es necesario conocer la época de cosecha del tomate riñón, es así, que se tiene los siguientes datos:

<b>Tabla 4:</b> Frecuencia de cosecha		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	9	100%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		



**Gráfico 4:** Frecuencia de cosecha



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

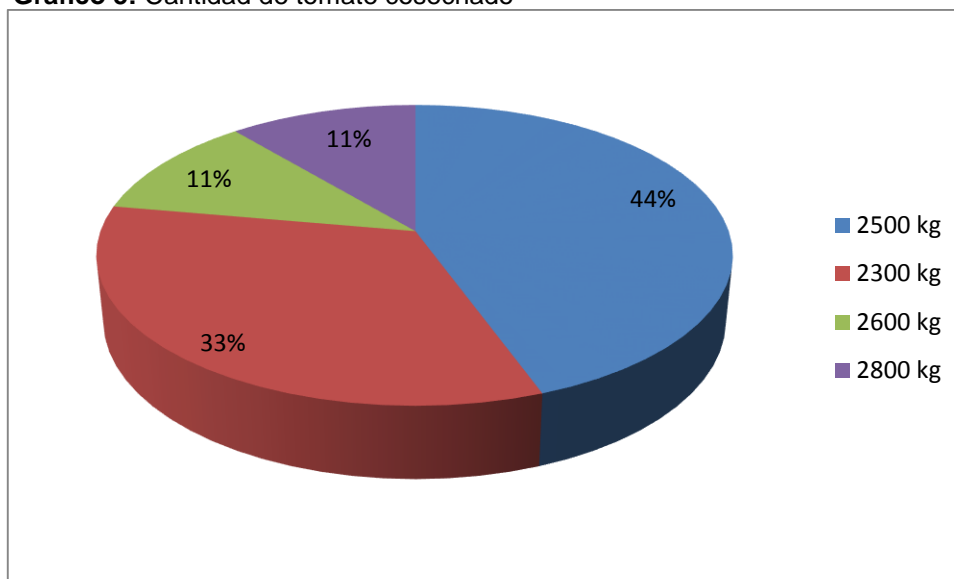
Los productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, manifestaron en un 100%, que la cosecha se la realiza trimestralmente, debido a que esta hortaliza según el informe del INIAP, da fruto cada 90 a 100 días, y puede ser cultivada durante todo el año, especialmente en verano.

### ¿Qué cantidad de tomate riñón obtiene por cosecha?

Con la información de la cantidad de hectáreas que posee cada productor de tomate riñón y la frecuencia de cosecha, se podrá obtener los datos sobre la cantidad de tomate cosechado:

<b>Tabla 5:</b> Cantidad de tomate cosechado		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
2500 kg	4	44%
2300 kg	3	33%
2600 kg	1	11%
2800 kg	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

**Gráfico 5:** Cantidad de tomate cosechado



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

La cantidad de tomate riñón cosechado semanalmente, es de 2500 kg, en un 44%, en un menor porcentaje se obtiene entre 2600 y 2800 kg, cabe señalar que estos datos se relacionan directamente al número de hectáreas que posee el productor, según los datos del INIAP cada hectárea de cultivo rinde aproximadamente 7 kg por metro cuadrado, es decir que se podría llegar a obtener un total de 70.000 kg.

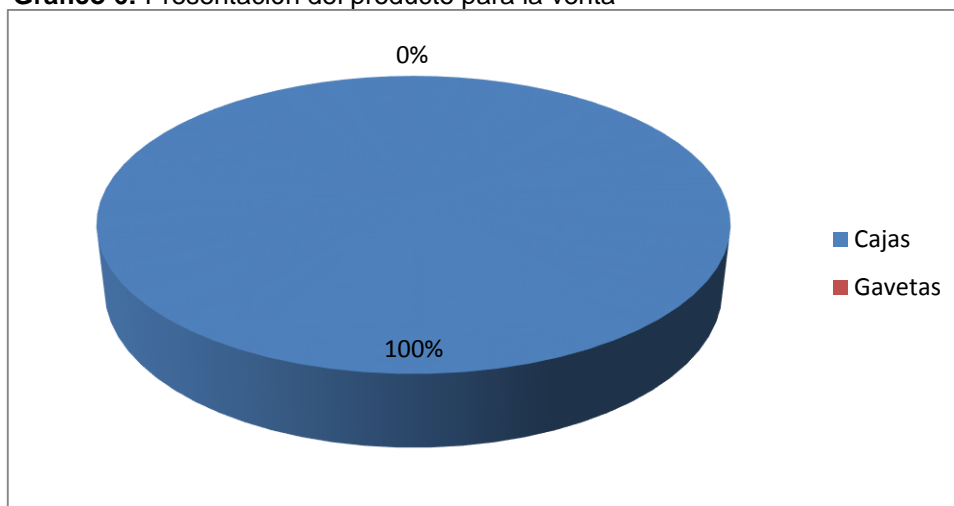
### 5. ¿Cuál es la presentación y peso de su producto al momento de su entrega?

Es necesario conocer en qué tipo de presentación se comercializa el tomate riñón, en el mercado nacional.

<b>Tabla 6:</b> Presentación del producto para la venta		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cajas	9	100%
Gavetas	0	0%
<b>Total</b>	9	100%

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 6:** Presentación del producto para la venta



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

En un 100%, los productores de tomate riñón comercializan sus productos en cajas de 13 kg, debido que, el costo de esta es reducido además que los consumidores lo prefieren para poder constatar la calidad del tomate riñón.

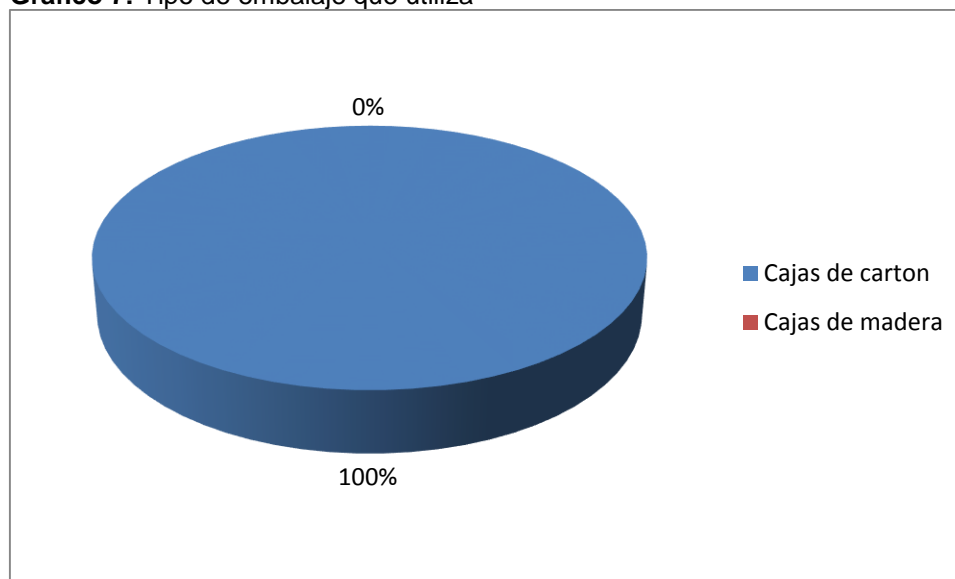
## 6. ¿Qué tipo de embalaje utiliza?

Una vez que se determinó el tipo de presentación, de debe conocer qué tipo de embalaje se utiliza.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cajas de cartón	9	100%
Cajas de madera	0	0%
<b>Total</b>	9	100%

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 7:** Tipo de embalaje que utiliza



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

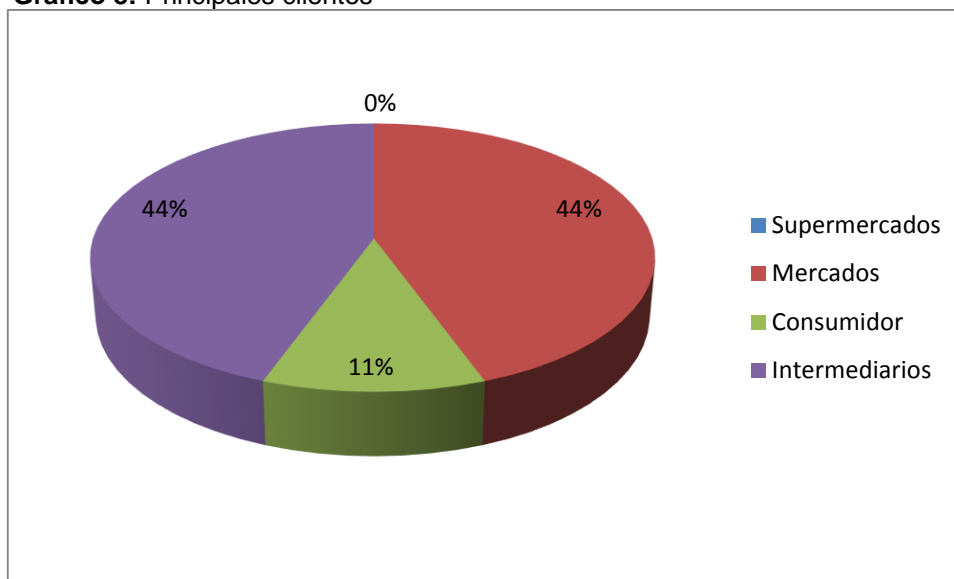
El embalaje utilizado por el 100% de los encuestados, son las cajas de cartón, mismas que protegen al producto de cualquier maltrato al momento de su transporte hacia los mercados, según lo manifiestan los productores de la parroquia La Concepción, además del costo es de 0.50 ctvs. por cada una.

## 7. ¿Quiénes son sus principales clientes?

Es necesario conocer actualmente a que segmento del mercado se está dirigiendo la producción de tomate riñón de la parroquia La Concepción.

<b>Tabla 8:</b> Principales clientes		
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermercados	0	0%
Mercados	4	44%
Consumidor	1	11%
Intermediarios	4	44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

**Gráfico 8:** Principales clientes



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Los productores de tomate riñón, en un 44% comercializan sus productos a los mercados de diversas ciudades y a intermediarios, y en un 11% al consumidor final, se pudo constatar que los principales clientes son los intermediarios.

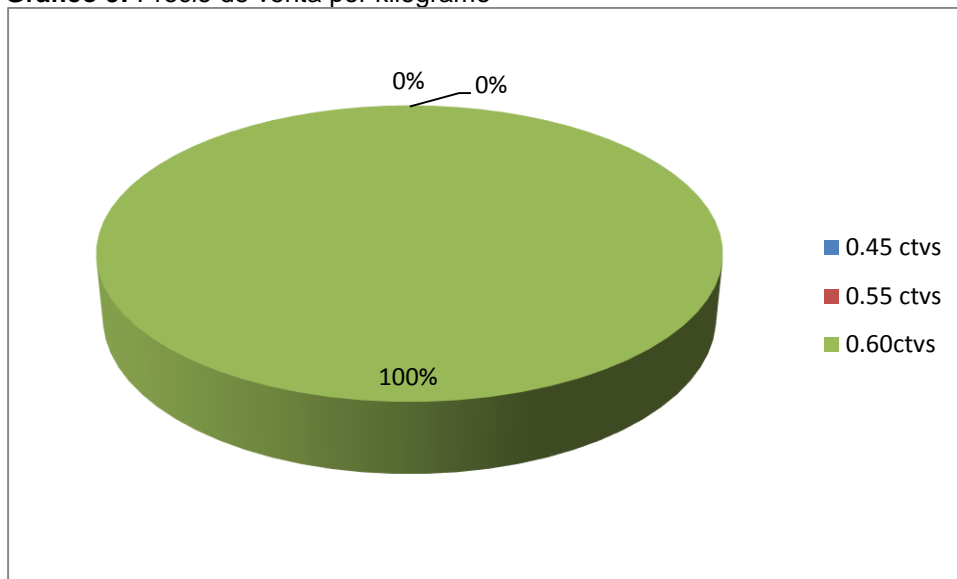
### 8. ¿Qué precio de venta tiene el kilogramo de tomate riñón?

El precio de venta, al cual se está ofertando el tomate riñón por parte de los productores, varía entre 0.45 ctvs. y 0.60 ctvs., como se indica a continuación:

<b>Tabla 9:</b> Precio de venta por kilogramo		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
0.45 ctvs	0	0%
0.55 ctvs	0	0%
0.60 ctvs	9	0%
<b>Total</b>	9	100%

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 9:** Precio de venta por kilogramo



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

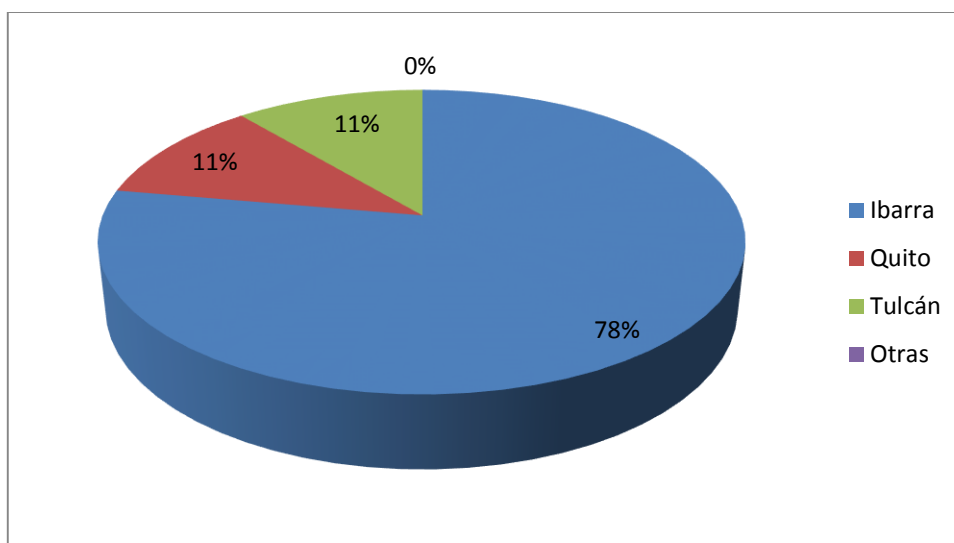
La mayoría de los productores de tomate riñón ofertan su producción a un precio de venta de 0.60 ctvs. por kilogramo, equivalente al 100% del total de encuestados, cabe señalar que según los datos del INIAP, el precio regulado en temporada baja puede llegar hasta 0.35 ctvs. por kilogramo, en temporada alta únicamente puede llegar a 0.85 ctvs. por tonelada, y en el resto del año oscila entre 0,50 y 0.60 ctvs. por kilogramo.

### 9. ¿Cuáles son las ciudades donde vende su producto?

Ya determinado el segmento de mercado al cual se dirige la producción de los agricultores de tomate riñón, se debe identificar a que ciudades se comercializa.

<b>Tabla 10:</b> Ciudades donde se comercializa		
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ibarra	7	78%
Quito	1	11%
Tulcán	1	11%
Otras	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

**Gráfico 10:** Ciudades donde se comercializa



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

El principal mercado al cual va dirigida la producción de tomate riñón de la parroquia La Concepción, es el de la ciudad de Ibarra, en un 78%, y en un 11%, los mercados de Tulcán y Quito, como se establece en el informe presentado por el MAGAP, la producción del cantón Mira va dirigida a la provincia de Imbabura, de preferencia por motivo de logística y la mayor aceptación de este producto por parte de los consumidores.

#### 10. ¿El capital de trabajo que utiliza para la producción de tomate es?

El capital de trabajo que maneja cada productor de tomate riñón es importante para conocer cuáles son sus gastos.

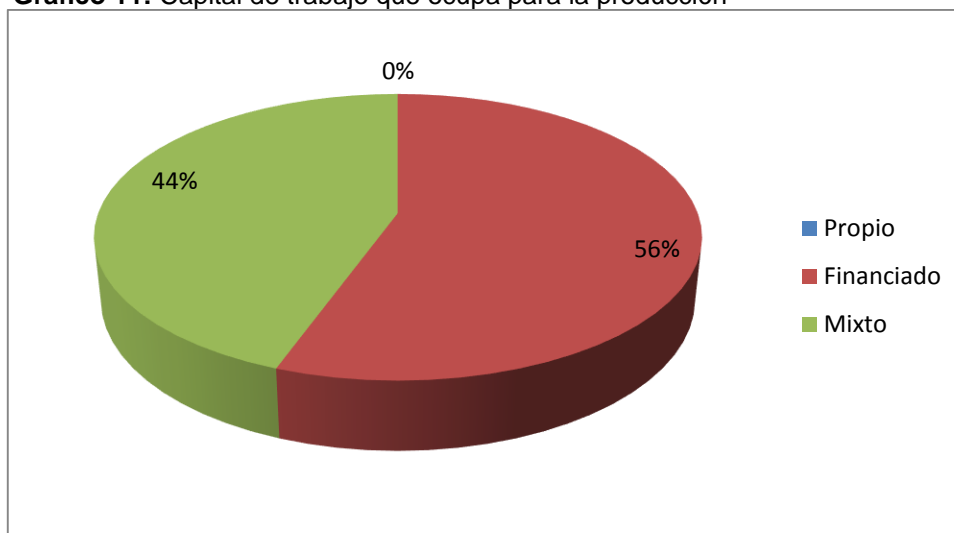
**Tabla 11:** Capital de trabajo que ocupa para la producción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Propio	0	0%
Financiado	5	56%
Mixto	4	44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

**Gráfico 11:** Capital de trabajo que ocupa para la producción



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

En un 56%, los productores de tomate riñón, manifestaron que el capital con el que y trabajan es financiado, es decir cuentan con algunos préstamos a instituciones financieras y un 44% responden que tienen un capital mixto, es decir que cuentan con su propio dinero y se han ayudado con préstamos, cabe señalar que ninguno de los encuestados maneja capital propio, lo que ocasiona que la mayor parte de los ingresos sean utilizados para cubrir parte de la deuda.

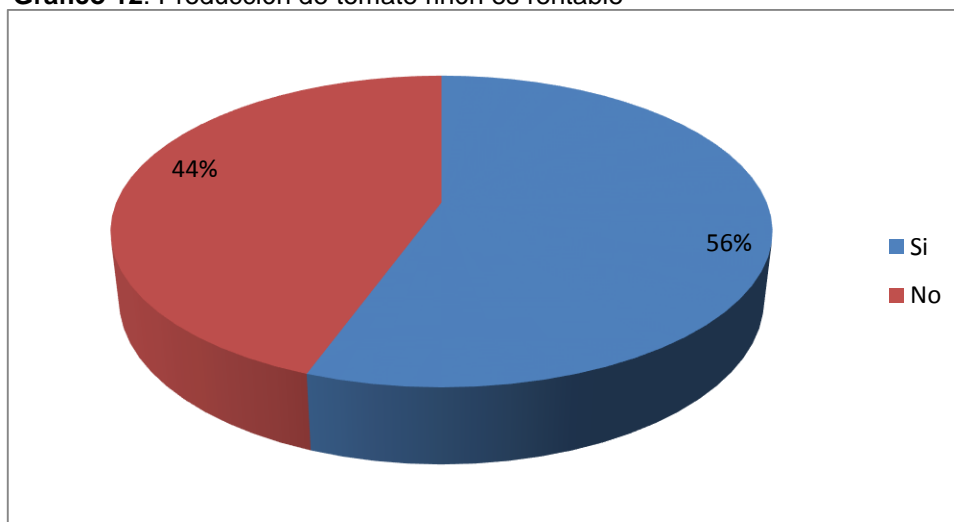
### 11. ¿La producción de tomate riñón para usted es una actividad rentable?

La producción de tomate riñón, en algunos casos no suele llegar a ser lo esperado por los productores, por esta razón, es necesario conocer si para ellos es una actividad rentable, a los cual respondieron:

<b>Tabla 12:</b> Producción de tomate riñón es rentable		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	56%
No	4	44%
<b>Total</b>	9	100%
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		



**Gráfico 12:** Producción de tomate riñón es rentable



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

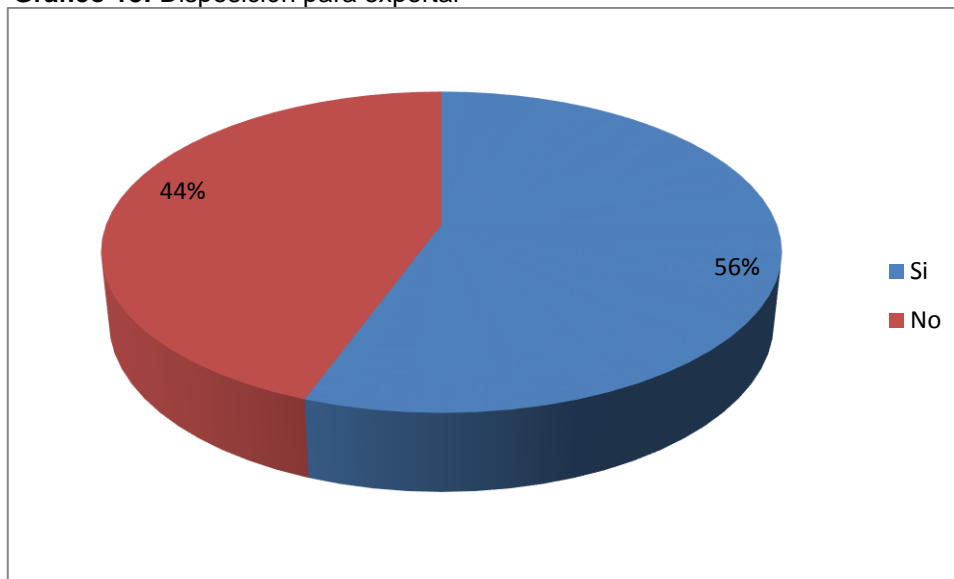
Como se puede observar en el gráfico anterior, únicamente el 56% de los productores piensan que la producción de tomate riñón es rentable, mientras que el 44%, no están de acuerdo, debido a que en los últimos años según los datos del MAGAP, se ha incrementado la producción por parte de los agricultores, y lo que supieron manifestar, es que están acabando con la producción que poseen y utilizar las hectáreas para cultivar otro tipo de producto.

## 12. ¿Le gustaría exportar el tomate riñón que usted produce?

La oportunidad de exportar tomate riñón al mercado colombiano, es una alternativa para mejorar los ingresos económicos de los productores, a lo cual respondieron:

<b>Tabla 13:</b> Disposición para exportar		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	56%
No	4	44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

**Gráfico 13:** Disposición para exportar



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

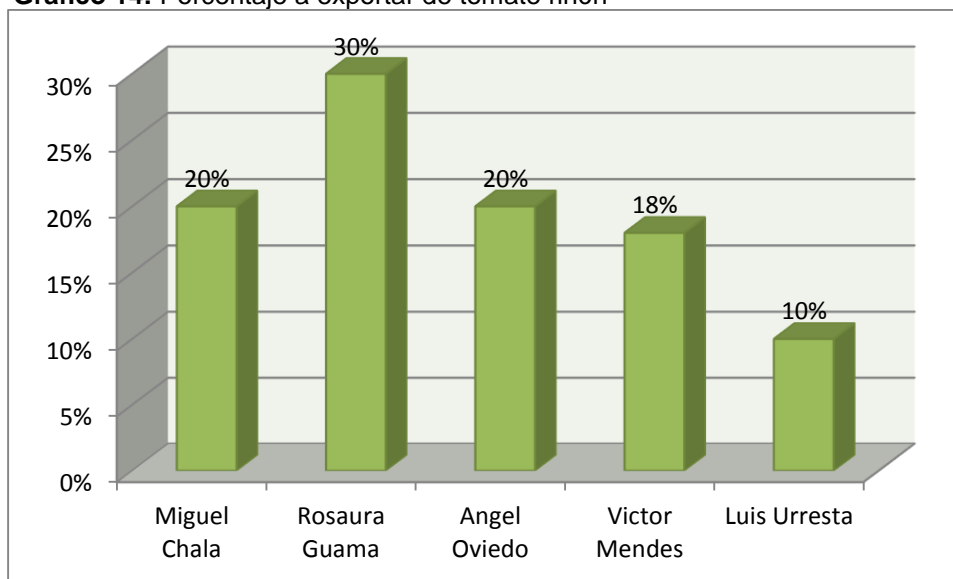
Como se esperaba, aquellos productores que no creen que la producción de tomate riñón no es rentable, no están dispuestos a exportar parte de su producción, equivalente al 44%, y en un 56% están dispuestos a buscar un nuevo mercado internacional.

### **13. ¿De la producción que usted obtiene que porcentaje estaría dispuesto a exportar**

Los productores de tomate riñón están dispuestos a proporcionar una parte de su producción para exportación, como se indica a continuación:

Opciones	Porcentaje
Miguel Chala	20%
Rosaura Guama	30%
Ángel Oviedo	20%
Víctor Méndez	18%
<b>Luis Urresta</b>	10%

**Gráfico 14:** Porcentaje a exportar de tomate riñón



**Fuente:** Investigación

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Como se observa en el gráfico anterior, los productores están dispuestos a exportar entre un 10 % hasta 30%, el porcentaje varía de acuerdo al total de la producción que ellos manejan, y en mayoría de los casos resulta ser el excedente que tienen por la situación

### **3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MACRO ENTORNO**

Para describir la situación actual del macro entorno, se utilizó la herramienta de análisis PESTEL, según Parada, (2015), la define como “una técnica de análisis estratégico para definir el contexto donde desenvuelve una empresa a través del estudio de una serie de factores externos, los cuales son: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.” (p.3). A través de esta herramienta, se logró describir el entorno actual y futuro, el cual arroja algunas pistas interesantes sobre cómo se comportará el mercado en un futuro cercano.

#### **3.9.1. Colombia**

En el extremo Noroccidental de Suramérica se encuentra COLOMBIA, ubicada a orillas del Mar Caribe y del Océano Pacífico, parte de su territorio forma parte del pulmón del mundo: El Amazonas; la cordillera de Los Andes que recorre el continente desde la Patagonia Chilena al llegar a Colombia se divide en tres ramales: los cuales por su ubicación dentro del territorio

colombiano reciben los nombres de Cordillera Occidental, Cordillera Central y Cordillera Oriental, esto ha permitido que el país presente gran variedad de climas, por ello posee una extensa variedad de ecosistemas que hacen de Colombia uno de los países con mayor biodiversidad en fauna y flora a nivel mundial. En las cumbres de las montañas de Colombia se encuentran, volcanes, páramos, y nevados, en ellas nacen numerosos ríos que constituyen su gran riqueza hídrica, durante su recorrido por el país forman maravillosos valles, en los cuales se han creado numerosas poblaciones. El poseer todos los pisos térmicos le permite desarrollar gran variedad de cultivos, constituyéndose en un país con una gran riqueza agrícola. (Colombia Paradise, 2016).

### **3.9.1.1. Análisis del factor político**

Los acuerdos comerciales, son un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos y aumentar los intercambios comerciales.

Cuenta con un tratado con el MERCOSUR, el presente acuerdo tiene por objetivo es crear un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y eliminación de restricciones arancelarias y de las no arancelarias que afecten al comercio recíproco. (SICE, 2015)

Sistema global de preferencias arancelarias (SGP) es un esquema preferencial que perciben la reducción de arancelas a los países en desarrollo. Además cuenta con acuerdos como La Can, Aladi y MERCOSUR favorece el intercambio comercial entre Colombia y Ecuador, en el que se otorga un certificado de origen.

#### **3.9.1.1.1. Barreras arancelarias**

Las barreras arancelarias, tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y servicios a un país por medio del establecimiento de impuestos a la importación, ya que cuanto más alto sea el monto de los aranceles será más difícil que ingresen y compitan contra la producción local las mercancías de otro país, porque esta cantidad incide en los costos de

importación, se traslada a los precios de los productos de importación y los incrementa. (Ramos, 2015)

En Colombia, el arancel se aplica de acuerdo a la sub-partida arancelaria correspondiente. De acuerdo a la nomenclatura arancelaria de la DIAN, de acuerdo a la partida 0702.00.00.00 de acuerdo a las medidas se cobra un gravamen arancelario para importación del 20%, un IVA (tarifa-fórmula 16%), gravámenes por acuerdos internacionales acuerdo de Cartagena-ecuador 0%, además se debe presentar, documentos soporte para importación: el registro sanitario, otorgado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos y el visto bueno del mismo. (DIAN, 2016)

### **3.9.1.1.2. Barreras no arancelarias**

Las barreras no arancelarias (normas sanitarias, fitosanitarias y técnicas), se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características. (PROECUADOR, 2015)

En Colombia el certificado fitosanitario es el documento que confirma la compatibilidad que deben cumplir las plantas, productos vegetales importados con las normas y estándares vigentes, emitido por el organismo autorizado de certificación, Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

La OMC también lo hace, además de autorizar a los países a establecer sus propias normas en el que su fin es cuidar la salud y la vida de las personas. Para solicitar un permiso fitosanitario se debe estar inscrito en el sistema de información sanitaria para importación y exportación de productos agrícolas y pecuarios.

La circular externa dg-0100 -258 invima: normas relacionadas con el empaque para alimentos y fármacos. Prohíben utilizar imágenes de frutas o alimentos comestibles en empaques y etiquetas de productos de aseo, higiene y limpieza.

Además, se debe cumplir con lo estipulado en la Norma Técnica Colombiana 1103-3, esta norma establece las condiciones necesarias para conservar los

tomates (*Lycopersicum Esculentum* Mill), durante su almacenamiento y transporte, los cuales son destinados para el consumo fresco. Los tomates destinados para el almacenamiento y transporte se deben cosechar en una etapa de desarrollo que corresponda a los requisitos de calidad, el grado de madurez debe ser el apropiado de acuerdo con el tiempo previsto de almacenamiento y las condiciones de transporte.

Los tomates se deben acondicionar, empacar y almacenar o transportar lo más pronto posible después de la cosecha. Se ha establecido que en un tiempo inferior a 12 horas, el tomate soporta mucho mejor las operaciones involucradas en cada uno de estos procesos. Los tomates destinados al almacenamiento y transporte deben estar sanos, limpios, poseer la firmeza característica del grado de madurez y estar libre de humedad excesiva sobre la superficie. El lugar destinado para el almacenamiento debe reunir los siguientes requisitos:

- Contar con las condiciones higiénicas óptimas.
- Tener adecuada ventilación y luz
- Contar con facilidades para el acceso y retiro del producto.
- Debe ser de fácil limpieza
- No debe permitir el acceso de roedores, aves o plagas.
- Contar con unidades o áreas para separar el tomate de acuerdo con sus distintos grados de maduración.

### **3.9.1.2. Análisis del factor económico**

#### **3.9.1.2.1. Pib per cápita**

Este indicador, enseña 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, es decir, que determina como está el ingreso por nivel de vida de cada habitante de un país, su importancia radica en determinar en qué estado se encuentran los habitantes de un país para ofertar un determinado producto.

En Colombia el pib per cápita, en 2015, fue de 274.2 mil millones de USD, con el que se sitúa en el puesto 82 del ranking y sus habitantes tienen, según este parámetro, en comparación con el resto de los 183 países Colombia tendría un bajo nivel de vida. El país ha experimentado un fuerte crecimiento desde hace muchos años y ha adoptado sólidos fundamentos macroeconómicos. Crecimiento, que había reanudado con fuerza tras la crisis de 2008- 2009, se mantuvo por encima del 4,5% al año desde entonces y, apoyado por el aumento del gasto público a favor de la inversión y el consumo, fue del 3,7% en 2013.

La tasa de desempleo cayó por debajo del 10% de la población activa desde 2013 y fue del 9,5% en 2014. Más de la mitad de los colombianos continúan trabajando en el sector informal. El poder adquisitivo de los colombianos ha dejado de disminuir desde 2013, el aumento en el costo de vida de pie en el 2,4% sólo en 2014. El nivel de pobreza sigue siendo alto en 2015, las desigualdades son fuertes ya pesar de la retirada de la guerrilla, la tensión interna persiste y la corrupción.

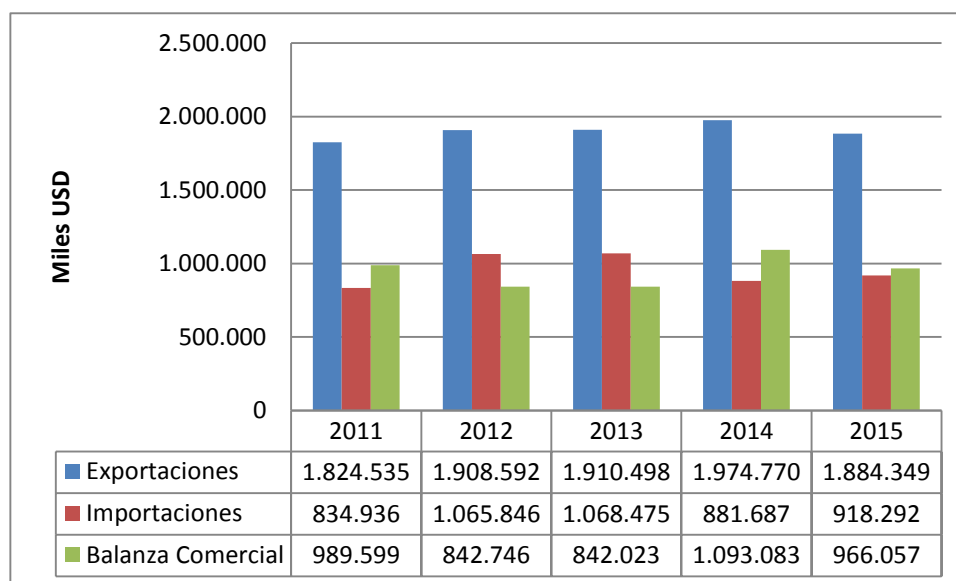
#### **3.9.1.2.2. Doing bussiness(facilidad para hacer negocios)**

El doing bussiness, son reglas o procedimientos que se requieren oficialmente para ingresar a un país y poder realizar negocios, teniendo como referencia algunos indicadores como el pago de impuestos y la obtención de permisos. Las economías se clasifican del 1 al 189 en la facilidad para hacer negocios. Una clasificación elevada indica un entorno regulatorio más favorable para la creación y operación de una empresa local. La clasificación se determina al ordenar el agregado de las puntuaciones de distancia a la frontera en 10 áreas a las que se otorga el mismo peso, cada una consistiendo de varios indicadores. Colombia se encuentra en el 54º puesto, en el último año Colombia ha mejorado su posición, ya que el año anterior estaba en el 63º, así que se ha hecho más fácil realizar negocios en el país, siendo Bogotá la principal ciudad para realizar negocios en este país.

#### **3.9.1.2.3. Balanza comercial**

La balanza comercial, según PROECUADOR, (2015), 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. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

**Gráfico 15:** Balanza Comercial Colombia – Ecuador



**Fuente:** DIAN, 2015

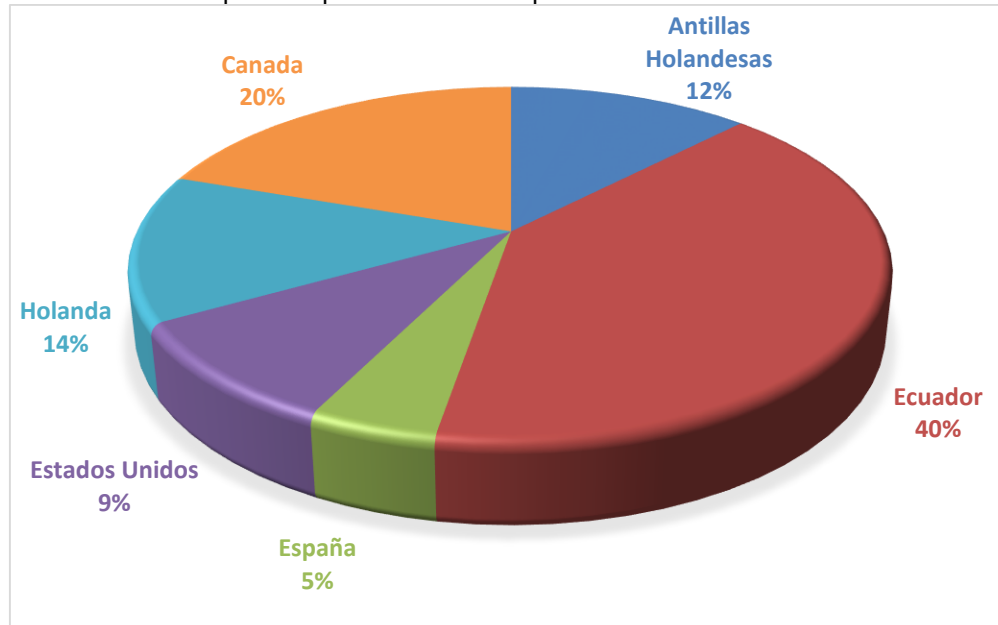
**Elaborado por:** Verónica Castro

En la balanza comercial entre Colombia – Ecuador, se puede apreciar que las exportaciones tienden a incrementar constantemente desde el año 2011-2014, aunque para el año 2015 existe un decrecimiento, debido a los diferentes políticas comerciales establecidas por Ecuador, los datos presentados toman como referencia el total de productos exportados desde Colombia hacia Ecuador, los últimos cinco años, entre los cuales se encuentra: agrícolas, camarones, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, tejidos, textiles, vehículos, entre otros. Obteniendo un superávit para el país colombiano puesto que, las exportaciones son mayores a las importaciones.

El origen de las importaciones realizadas por Colombia, de la partida 070200000, para el año 2015.



**Gráfico 16:** Principales importaciones de la partida 07020000



**Fuente:** DIAN, 2015

**Elaborado por:** Verónica Castro

Los principales países de proveedores de tomate riñón a Colombia, son Ecuador como su principal vendedor con un 40 %, también esta Antillas Holandesas, Canadá, Holanda Estados Unidos y España.

#### **3.9.1.2.4. Riesgo país.**

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras.

El riesgo comercial de Colombia se encuentra al alcance del riesgo máximo. El riesgo político es estable no añade ningún nivel de riesgo que pueda afectar al comportamiento de pagos del país. La valoración situación económica interna es favorable y la situación de los principales indicadores macroeconómicos es buena. Su evolución se prevé que la situación continúe sin cambios. La valoración situación económica externa es regular la cual es aceptable situación de solvencia y se prevé que la situación continúe sin cambios.

**Gráfico 17:** Riesgo país Colombia



Fuente: CESCE, 2016

Elaborado por: Verónica Castro

### 3.9.1.2.5. Inflación

La inflación es la situación económica que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda. La inflación afecta la capacidad de compra en el mercado, ya que si se incrementa la inflación el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios. También la inflación influye en el comportamiento del mercado, ya que cuando se prevé un alza en la inflación se anticipan las decisiones de compra o se aplazan cuando se estima lo contrario. (Ramos, 215).

Los últimos años en Colombia, se ha incrementado el porcentaje de inflación por los incrementos en los precios de los alimentos y los costos educativos, la inflación en fue del 3,4% en el 2013, nivel superior en 0,56 puntos porcentuales respecto al registrado en el 2012. Por ello el rubro de alimentos experimentó un incremento del 5,27%, que ocasionaron el mayor impacto figuran las frutas que subieron el 11,8%, de un 4% fijado por el banco de la republica esto se debe a que las lluvias fueron muy intensas.

La inflación desaceleró a 2,44 % en el 2014, favorecida por el buen comportamiento en los precios de los alimentos, las comunicaciones, el transporte y el vestuario, según lo indicó el DANE, en el periodo 2015 la variación fue 6,7% esto es a causa de la subida de precios de vivienda, educación y salud. Además de la sequía (El Niño) ha causado un aumento en el precio de los alimentos y la IED se ha reducido en un tercio.

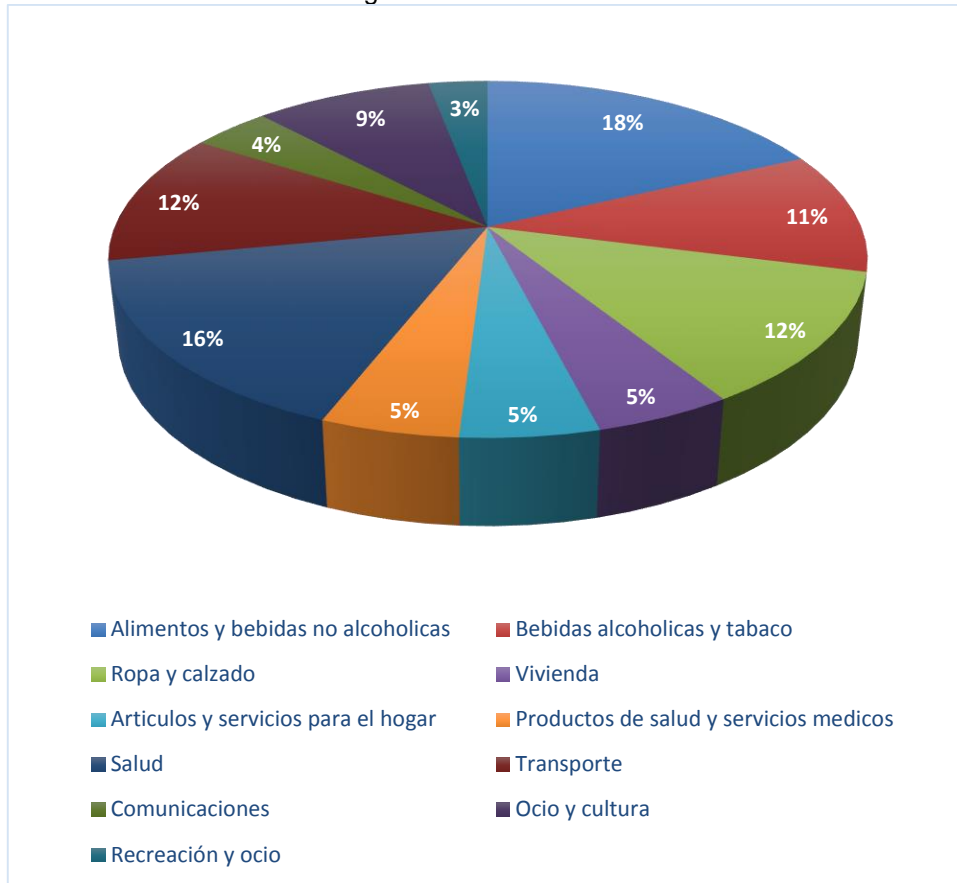
#### **3.9.1.2.6. Distribución de Ingresos**

La distribución de ingresos, es un indicador económico global que muestra la relación entre la población y el ingreso nacional en un periodo determinado. Este indicador afecta de forma directa al nivel de consumo de la población, ya que a partir del nivel socioeconómico del consumidor demandará cierto tipo de producto. (Ramos, 2015).

Los alimentos y bebidas no alcohólicas presentan un 18% que consumen los colombianos a pesar de esta diversidad, en Colombia el consumo de frutas promedio por persona es de aproximadamente 40 kg al año, siendo el recomendado por la organización mundial de la salud (OMS) de 120 kg para lograr una dieta adecuada.

Este bajo consumo se debe en parte a factores como la baja producción de frutas en el país, las altas pérdidas pos cosecha, que se acercan al 30%, el bajo poder adquisitivo de la mayoría de la población, el atraso tecnológico del sector y la deficiente formación nutricional de la mayoría de la población.

**Gráfico 18:** Distribución de ingresos



**Fuente:** Santander Trade, (2016)

**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.9.1.3. Análisis del factor social

#### 3.9.1.3.1. Tamaño de la población

Este indicador hace referencia, al total de habitantes de un área específica (ciudad, país o continente) en un tiempo determinado. Este indicador es muy importante porque proporciona datos sobre el número de posibles consumidores. (Ramos, 2015).

La población de Colombia es de aproximadamente 47, 791,393 habitantes, cuenta con seis principales ciudades, entre las cuales están:

- Bogotá (8.361,000);
- Medellín (3.312,000);
- Cali (2.801,000);
- Barranquilla (1.871,000);

- Cartagena (1.240,000);
- Bucaramanga (956.000).

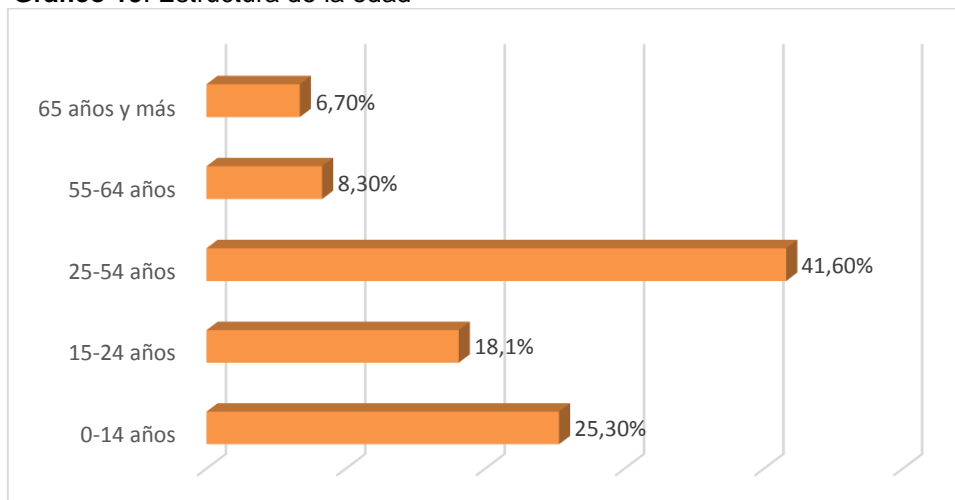
Una de las ciudades con mayor población es Bogotá, la capital del país, sus habitantes tienen diferentes etnias, entre las cuales resaltan afrocolombianos, blancos y mixtos orígenes étnicos.

### 3.9.1.3.2. Estructura de edad

La estructura de la edad, es la distribución de la población por edades. Este indicador es importante porque en él se observan datos del número de personas por rango de edad. (Ramos, 2015).

La estructura de edad de una población afecta los problemas socioeconómicos claves de una nación.

**Gráfico 19:** Estructura de la edad



**Fuente:** Santander trade (2016).

**Elaborado por:** Verónica Castro

Colombia, cuenta con un potencial de jóvenes sumamente alto con un porcentaje de del 25.30%. Los países con poblaciones jóvenes tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada tienen que invertir más en el sector de la salud.

### 3.9.1.3.3. Ocupación

La ocupación o empleo, es la actividad laboral que desempeñan las personas. Es importante porque proporciona información sobre el número de personas que desempeñan cierta actividad y el de posibles consumidores para ciertos

productos que se consumen en las diferentes actividades laborales. (Ramos, 2015)

En Colombia, el sector que más representa participación es el de servicios con un 56.7% del producto interno bruto, seguido por la industria con 36.9% y finalmente la agricultura con 6.4%.

#### **3.9.1.4. Análisis del factor Tecnológico**

Colombia se ha caracterizado por ser dependiente en Tecnología, muy poco se le ha considerado y ello ha afectado el desarrollo empresarial y productivo del país, perjudicando su competitividad, ya que se requiere de productos sofisticados, de buena calidad, además que sean competitivos en precio. A ello se agrega la ausencia de algunas Universidades de incentivar la necesidad de desarrollar tecnología, afectando seriamente como en el caso de la gerencia, el que no se cuente con una autentica gerencia tecnológica.

Además, el programa nacional de desarrollo tecnológico industrial y calidad fortalece al sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación (snct). Mediante el fomento de la investigación aplicada para la solución de problemas empresariales, la transferencia de conocimiento para la modernización y la transformación de la industria manufacturera.

#### **3.9.1.5. Análisis del factor ecológico**

El manejo y protección de los recursos naturales y el medio ambiente en Colombia se ha caracterizado por la evolución de la legislación ambiental y ha sido parcialmente influenciada por la política internacional en la materia, los recursos naturales se manejaban anteriormente de una manera puntual con un criterio patrimonial y de explotación más que de conservación.

La aplicación de esta política ambiental obliga a los productores a internalizar los costos ambientales tiene efectos sociales positivos, pero desestimula a las empresas que más contaminan al incrementar sus costos. La alternativa de tales empresas será reestructurar su sistema productivo con procesos tecnológicos más limpios y eficientes si quieren competir y permanecer en el mercado.

La implementación de una política ambiental causa, entonces, impactos sobre algunas de las variables que determina el desarrollo económico y, por lo tanto, sobre el desarrollo económico mismo. De esta forma, aunque difícil, es importante determinar el efecto final de una política de esta naturaleza sobre el desarrollo. Hay que resaltar, sin embargo, que existen otras medidas de política ambiental que también tienen efecto sobre las variables aquí analizadas. Además, el modelo no cuantifica los efectos ambientales positivos.

#### **3.9.1.6. Análisis del factor Legal**

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son todas las acciones tendientes a reducir los riesgos microbiológicos, físicos y químicos en la producción, cosecha y acondicionamiento en campo, procesamiento, empaque, transporte y almacenamiento, y se definen como un conjunto de actividades que incorporan el manejo integrado de plagas (MIP) y el manejo integrado del cultivo (MIC), con el fin de proporcionar un marco de agricultura sustentable, documentado y evaluable, para producir frutas y hortalizas respetando el medio ambiente (FAO, 2014).

Además de los aspectos de higiene e inocuidad, se consideran como base para alcanzar la sustentabilidad de la producción agrícola, la salud de los trabajadores y el cumplimiento de las normativas laborales dentro del marco de la producción agraria comercial.

#### **3.9.1.7. Análisis del factor Cultural**

##### **3.9.1.7.1. Lenguaje**

El lenguaje, es una variable que incluye las palabras usadas y la forma de utilizarlas. El idioma es la diferencia más obvia entre las diferentes culturas y es un factor importante en las estrategias de marketing, ya que en el mundo existen más de 3 000 lenguas y hay que considerar que en algunos países se habla más de una lengua. (Ramos, 2015).

En Colombia la lengua oficial, es el español. Además, se conoce que en este país se habla el 60 por ciento de lenguas americanas y afro-descendientes de

la región, el idioma que se utiliza para realizar cualquier tipo de negociación internacional es el español e inglés.

#### **3.9.1.7.2. Valores y actitud.**

Los valores y actitud, son una forma de motivación social que predispone la acción de un individuo hacia determinados objetivos u objeto determinado. Existen actitudes personales relacionadas únicamente con el individuo y actitudes sociales que inciden sobre un grupo de personas. En la mayoría de los países con economía de mercado se valoran las actitudes materialistas, mientras que para otras culturas dichas actividades se consideran negativas. (Ramos, 2015)

Colombia se encuentra dentro de las culturas colectivistas, es decir hay variaciones y diferencias, pero sí hay una forma más común que las otras, que es un proceso exclusivamente centrado en distribuir mediante regateo.

En el que ellos tratan de sacar lo máximo sin pensar en la otra parte. Tienen a ser egoísta e invertir el dinero en lo más rápido muchos casos en narco tráfico. La indisciplina de Colombia hace que otras culturas pierdan el interés en negociar. (Rueda, 2012)

#### **3.9.1.8. Análisis del factor geográfico**

##### **3.9.1.8.1. Clima**

El clima son las medidas anuales o estacionales de temperatura o precipitaciones que tiene una región. Las condiciones climáticas afectan los usos y las funciones de los productos.

El clima de Colombia por estar en la zona ecuatorial, mantiene una temperatura uniforme la mayor parte del año. El clima en Colombia varía de frío extremo en los nevados, hasta los más cálidos a nivel del mar. Posee un clima tropical que mantiene una temperatura uniforme la mayor parte del año, el cual mantiene microclimas que van de los calurosas hasta los más fríos desde las costas hasta los picos de las cordilleras de los andes. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2016).



### **3.9.2. Ecuador**

La República del Ecuador está ubicada sobre la línea ecuatorial, en la región noroccidental de América del Sur, por lo que su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú, y al oeste limita con el Océano Pacífico. Ecuador es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes, con más de 80 volcanes. De acuerdo a la CEPAL, Ecuador es la tercera economía con más rápido crecimiento en Latinoamérica. (PROECUADOR, 2016)

#### **3.9.2.1. Análisis del factor político**

Políticamente el país está fomentando el desarrollo de las empresas nacionales a través de leyes que ayudan a que las empresas tengan más oportunidades cuando compiten con empresas extranjeras. Otra actitud política que se está tomando es el firmar acuerdos comerciales con otros países como lo es Estados Unidos o los países que conforman la Unión Europea, además cabe señalar los diferente acuerdos que posee con algunos bloques económicos de América Latina, entre ellos: Comunidad Andina de Naciones (CAN), Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA), Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

Muchos analistas como Johan Galtung, uno de los fundadores de los estudios sobre la paz y los conflictos sociales, opina que al nuestro país debería firmar acuerdos comerciales armoniosos, que poco a poco el vayan haciendo que el país vaya ampliando sus oportunidades y no aislé del mundo, actualmente para el sector agrícola este punto es una oportunidad como al mismo tiempo una amenaza; al ser oportunidad el gobierno está incentivando a las empresas pequeñas y está dando beneficios tanto como impuestos como para crecer, pero también es una amenaza ya que la maquinaria es y al no firmar tratados la importación de los productos va a ser más difícil como costoso.

### 3.9.2.2. Análisis del factor económico

El PIB de Ecuador se compone esencialmente de los ingresos del petróleo y las exportaciones agrícolas. El país es el mayor exportador mundial de banano y el segundo mayor exportador de camarón de cultivo. Cuenta con una producción rica y diversificada: la coca, peces, flores, etc. El sector minero se está desarrollando de manera constante, alimentado por estrechos vínculos financieros del país con China. Además, la economía es impulsada por el desarrollo de infraestructura dinámica: carreteras, escuelas, centros de salud, etc. Sin embargo, estos dos últimos años, Ecuador, que adoptó el dólar como su moneda en 2000, se enfrenta a dos problemas importantes: en primer lugar, la apreciación del dólar y en segundo lugar, la caída de los precios del petróleo, que representan el 40% de los ingresos del Estado. En 2015, el país entró en una recesión, y se espera que el crecimiento del PIB se mantenga cerca del 0% en el año 2016.

<b>Cuadro 8:</b> Indicadores	
Indicadores principales	<b>2015</b>
PIB ( <i>miles de millones de dólares</i> )	98.93
PIB per cápita ( <i>USD</i> )	6.077
Tasa de inflación (%)	4.1
<b>Fuente:</b> Santander Trade (2016) <b>Elaborado por:</b> Verónica Castro	

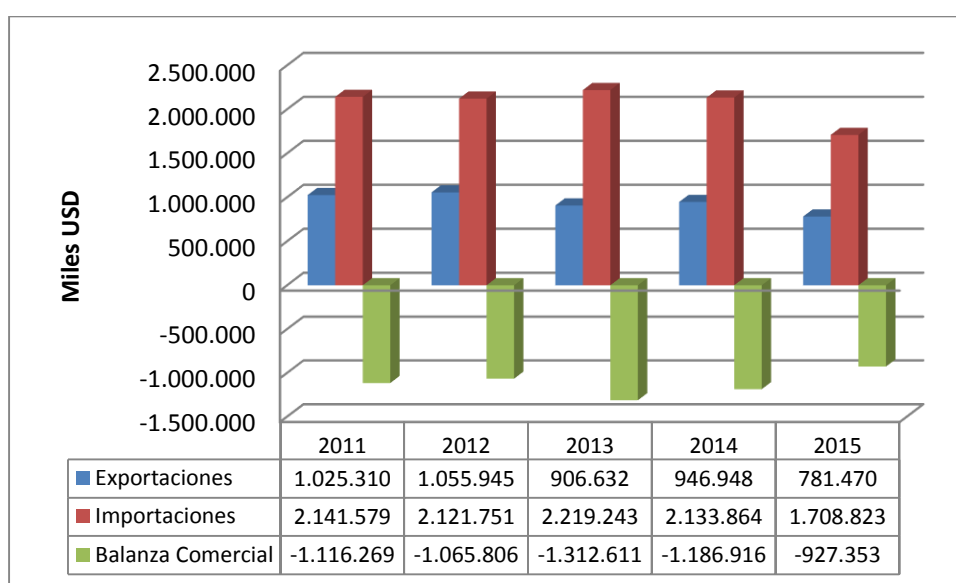
La política del Gobierno de Ecuador es particularmente intervencionista, y posee tres cuartas partes de las cuotas de producción de petróleo. Un Plan Nacional de Desarrollo (2012-2014) se ha puesto en marcha como la producción de hidrocarburos ha aumentado, así como una serie de medidas de bienestar, incluyendo un ingreso mínimo mensual. Sin embargo, dada la situación económica lenta, Ecuador se vio obligado a reducir el gasto público y aumentar su nivel de deuda al 40%, con China como el principal acreedor. Mientras que la deuda pública sigue siendo baja en comparación con los países vecinos, su rápido incremento eleva el temor a una nueva configuración predeterminada. Dado que el Gobierno no puede devaluar su moneda, se introdujo en 2015 un recargo sobre 2.800 productos importados con el fin de frenar el déficit en cuenta corriente (-2.85% del PIB en 2016).

Este impuesto ha tenido un impacto negativo en las importaciones, el consumo privado y la inflación (+ 4% en octubre de 2015). La economía ecuatoriana tiene que enfrentarse a una serie de dificultades, como la insuficiente inversión privada, la corrupción en el sector público, la mala gestión de su petróleo explotación y condiciones climáticas adversas. Los principales desafíos del país son la diversificación de su economía y la formación de una fuerza de trabajo más calificada, el gobierno ha mostrado resultados positivos en el desarrollo de infraestructura y la reducción de la pobreza. Sin embargo, las tensiones sociales han surgido entre la clase media urbana en torno a una reforma fiscal que prevé los impuestos de apreciación y de herencia superiores.

- **Balanza Comercial**

La balanza comercial, define el tipo de relaciones comerciales que existe entre Ecuador y Colombia.

**Gráfico 20:** Balanza Comercial Ecuador - Colombia



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, (2015).

**Elaborado por:** Verónica Castro

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, las exportaciones han tenido un decrecimiento, de manera especial en el año 2015, de igual manera ha pasado con las importaciones desde Colombia,

debido a la medida política que el gobierno ha impuesto para disminuir el déficit de la balanza comercial, además de la inflación existente en ese país.

Las exportaciones realizadas por el país de la partida 0702.00.00.00, para el año 2015 fueron inferiores en relación a años anteriores, teniendo como principales países compradores, según datos del Banco Central de Ecuador, son los siguientes:

<b>Cuadro 9: Exportaciones de la partida 070200000</b>				
<b>Código de producto</b>	<b>Descripción de producto</b>	<b>País</b>	<b>Peso neto (TM)</b>	<b>Miles USD FOB</b>
<b>070200000</b>	Tomate refrigerados	Aguas Internacionales	0.04	0.03
		Antillas Holandesas	0.35	0,69
		Estados Unidos	6.67	14,28
<b>Totales:</b>			7.06	15.00
<b>Fuente:</b> Banco Central del Ecuador, (2016)				
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro				

El mayor comprador es Estados Unidos, con 6.67 toneladas anuales, como se puede observar el total de exportaciones para esta partida es de 7.06 toneladas anuales, lo cual ha afectado la comercialización de este tipo de productos.

- **Riesgo país**

El diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales que afectan a las operaciones de comercio e inversión en el exterior, en el país se analiza desde el estudio de la situación política y económica, como del entorno de negocios.

**Gráfico 21: Riesgo País Ecuador**



**Fuente:** CESCE, 2016

**Elaborado por:** Verónica Castro

El riesgo comercial de Ecuador se encuentra al alcance del riesgo máximo, la valoración de la situación económica interna es favorable y la situación de los principales indicadores macroeconómicos es buena, aunque se prevé que la situación tenga algunos problemas debido a la situación por la cual está atravesando el país. La valoración económica externa es regular, al igual que la situación de solvencia.

### 3.9.2.3. Análisis del factor social

Cuando se trata de la situación social en el país, esta ha mejorado de gran manera en ciertos aspectos, especialmente para los sectores marginales, debido a la gran inversión que el gobierno actual ha puesto en el área social

<b>Cuadro 10: Indicadores básicos Ecuador</b>	
<b>Capital</b>	Quito
<b>Población (2016)</b>	16.138.430
<b>Crecimiento poblacional</b>	1.37%
<b>Moneda</b>	Dólar americano
<b>Tipo de Cambio</b>	1 USD
<b>Idioma</b>	Español
<b>Fuente:</b> PRO ECUADOR.	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

El Ecuador es un país reconocido por su alta biodiversidad, existe trece nacionalidades indígenas y catorce pueblos indígenas. En la zona andina habitan los Kichwa los cuales constituyen la mayor población indígena del Ecuador, estos también se encuentran en la región amazónica junto con otras comunidades. El Ecuador también es mega diverso ya que posee una rica flora y fauna, la fauna del Ecuador es muy extensa, con gran variación de especies; Ecuador tiene más especies de aves que cualquier otro país en América Latina.

#### **3.9.2.4. Análisis del factor tecnológico**

El Ecuador se ha abierto a la tecnología lo cual ha dado a que las empresas públicas como privadas apuesten a cambios. Este es el caso del proyecto por parte del gobierno que se ha preocupado de que el Internet llegue a la mayor parte de la gente. Esto da a una mayor oportunidad que la gente se comunique y conozca sobre su entorno. Según la encuesta de estratificación del nivel socio económico del 2014 (NSE), más del 98% de los ecuatorianos utilizan herramientas del Internet para comunicarse ya sea mediante correos electrónicos o redes sociales (INEC).

Para la empresa creada es una gran ventaja saber que más personas pueden comunicarse a través del Internet porque puede ser un medio de comunicación acerca de los productos fácil de utilizar como barato al mismo tiempo. También el Internet trae un mundo de información a las manos de los usuarios porque pueden investigar sobre cualquier tema; esto también puede ser de gran ayuda porque la gente puede investigar sobre nuestros productos y foros que hablen sobre los resultados que la gente ha tenido con ellos, esto ayudaría a la empresa porque personas que no están en nuestro mercado, como ganaderos, nos contacten y de así podríamos empezar a abrirnos un mercado nuevo que nunca se proyectó.

#### **3.9.2.5. Análisis del factor ecológico**

En medio de problemas económicos y una creciente pobreza, el Ecuador debe enfrentar un alarmante deterioro ambiental, por lo que es necesario comprender y abordar la estrecha relación que existe entre el desarrollo

ambiental y desarrollo sostenible, es decir, un desarrollo que satisfaga las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer el bienestar de las futuras. (Andrade, 2014).

Los conceptos de desarrollo económico y ambiental son complementarios, es decir, para que los rendimientos de los proyectos de inversión se incrementen al máximo es necesario prestar atención a los aspectos ambientales y para mantener la sostenibilidad del medio ambiente es primordial un buen crecimiento económico.

En el Ecuador, las labores de control en lo que corresponde a las prácticas de conservación son inexistentes; hay una escasa programación en organismos públicos o privados para evitar la contaminación y degradación de los suelos, en busca de un equilibrio que garantice una producción sostenida.

Los problemas ambientales que afectan al Ecuador se originan principalmente en los procesos de gestación productiva, entre ellos la agricultura. Una correcta utilización de los recursos suelo, agua y clima en regiones agrícolas, el uso inapropiado de agroquímicos y maquinaria agrícola y la utilización inadecuada de tecnologías, han llevado a que el país enfrente una alta contaminación del suelo y agua, además de las afectaciones en la salud de los trabajadores agrícola. En la parte económica, este deterioro del medio ambiente se ve reflejado en los bajos niveles de productividad de la agricultura y en los altos costos de producción en los principales cultivos del país. (Roldan, 2014).

Las consecuencias que pudiera causar cualquier cultivo agrícola mal gestionado, se resume en tres hechos muy importantes:

- La erosión del suelo y pérdida de fertilidad como consecuencia de excesivo uso de agua y mal manejo de los sistemas de riego.
- La contaminación del agua y alimentos por excesiva utilización de pesticidas y,
- La disminución en el número de microorganismos recicladores de nutrientes en el suelo, a causa del uso intensivo de plaguicidas y

fertilizantes comerciales orgánicos, así como la compactación causada por los grandes tractores y otras maquinarias agrícolas.

#### **3.9.2.6. Análisis del factor legal**

El cultivo y la comercialización de tomate riñón en Ecuador, se rigen bajo la Guía de Buenas Prácticas Agrícolas, para este producto, establecida por la AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO – AGROCALIDAD, el 26 de mayo del 2015, la cual, contiene las disposiciones aplicables a las Unidades de Producción Agropecuaria (UPA) que manejan este rubro a campo abierto o bajo condiciones protegidas, considerando el manejo adecuado del cultivo, cosecha, poscosecha y transporte del producto. Además, considera la salud y condiciones laborales del personal que interviene en toda la cadena productiva primaria y el cuidado del ambiente. Esta Guía es de aplicación para productores de tomate riñón a nivel nacional que se dediquen a esta actividad de forma independiente o constituida legalmente.

El objetivo principal de esta norma, es establecer las especificaciones técnicas necesarias para implementar Buenas Prácticas Agrícolas en la producción del tomate riñón a campo abierto o bajo condiciones protegidas, en todo su ciclo productivo orientadas a asegurar la inocuidad del producto, la protección del ambiente, la salud y seguridad de los trabajadores.

#### **3.9.2.7. Análisis del factor cultural**

La población de Ecuador alcanza los 12,7 millones de habitantes, distribuidos en las tres regiones continentales y la región Insular o Galápagos. De la población total del Ecuador, más de cinco millones y medio viven en la Sierra; en la Región Costa la cifra supera los seis millones; mientras que aproximadamente 600.000 habitantes que constituyen el segmento faltante de la población, se distribuyen entre la Amazonía y Galápagos.

Esta población conforma la cultura ecuatoriana, que no debe ser entendida desde un solo enfoque ya que es resultado de una mezcla entre influencias europeas llegadas con la Conquista y la Cultura Ancestral Indígena de los



pueblos andinos, amazónicos, costaneros y afro-descendientes. Esta es la gente del Ecuador actual, de culturas, regiones y lenguas diversas.

El ecuatoriano no puede ser encasillado dentro de una sola cultura o un ancestro común. Lo que nos distingue es nuestra diversidad étnica cultural, representada en las distintas nacionalidades indígenas y etnias del Ecuador que habitan a lo largo de todo el territorio nacional y toman características propias en cada una de sus regiones. Es innegable que el grupo étnico más grande y numeroso a lo largo de todo el Ecuador es el mestizo, de origen indígena y español, por lo que constituye la cultura dominante en educación, arte, comunicación, etc. Pero esta población no es la única expresión cultural ni necesariamente la más rica.

La población indígena es la que cuenta con la mayor diversidad cultural en el Ecuador, incluye desde mulatos y zambos hasta la variedad de nacionalidades indígenas de la Sierra y del Oriente Amazónico que conservan vivas muchas de sus tradiciones y costumbres. Tanto las comunidades indígenas del Ecuador como la cultura mestiza y afro-descendiente, mantienen vivos muchos de sus mitos y rituales, especialmente en el ámbito religioso. (Montecino, 2015).

#### **3.9.2.8. Análisis del factor geográfico**

La República del Ecuador se halla situada en la costa noroccidental de América del Sur, en la zona tórrida del continente americano.

La parte continental está ubicada entre los paralelos 01°30' N y 03°23.5' S y los meridianos 75°12' W y 81°00' W. Al territorio nacional le atraviesa la línea ecuatorial, precisamente 22 Km al N de la ciudad de Quito, que es su capital.

Es un país continental con preponderancia marítima, pero con un desarrollo de más de 1200 Km de costas, sin contar con el Archipiélago de Galápagos e islas continentales.

Ecuador es un país agrícola, existen 12.6 millones de hectáreas dedicadas a la producción agropecuaria y alrededor del 90% del volumen de los productos agrícolas se destinan al mercado de consumo interno.

La agricultura de exportación se desarrolla principalmente en la región litoral, siendo su tecnología bastante adecuada, la producción agrícola de la sierra sirve para el abastecimiento interno y los niveles técnicos en general, son inadecuados excepto el de producción de flores, producto de exportación con mucha demanda y que ocupa 3821 Has. de cultivo. Existe una escasa productividad agrícola en ciertos sembríos, en consecuencia, hay desabastecimiento de estos productos. (Efemerides, 2015).

El banano, café y cacao son los productos agrícolas de exportación más importantes, el trigo, cebada, maíz, patatas y el arroz son los principales cultivos alimenticios, maíz grano duro, maíz grano suave.

### **3.10. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL TOMATE RIÑÓN**

Para el análisis del micro entorno, se tomó como referencia las 5 fuerzas de Porter, según Castro (2015), “son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa” (p.32). Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente.

#### **3.10.1. Clientes**

Los posibles clientes para poder cubrir parte de la demanda insatisfecha en el mercado colombiano según datos proporcionados por el departamento de Información de Importadores y Exportadores de Colombia-2015 y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), son los siguientes:

<b>Cuadro 11: Importadores de tomate riñón</b>		
<b>Importador</b>	<b>Departamento</b>	<b>Ciudad</b>
Santa Fruits S.A.S	Nariño	Ipiales
Paraiso Andino S.A	Nariño	Ipiales
OCATT S.A	Nariño	Ipiales
Novacampo S.A.	Nariño	Ipiales
Andes Export	Nariño	Ipiales
Frutexpo LTDA	Nariño	Ipiales
Comercial Caribe S.A.S	Nariño	Pasto
Industria Nelma LTDA	Nariño	Ipiales
Fresh & Natural S.A.S	Nariño	Ipiales
Las María's S.A.S	Nariño	Pasto

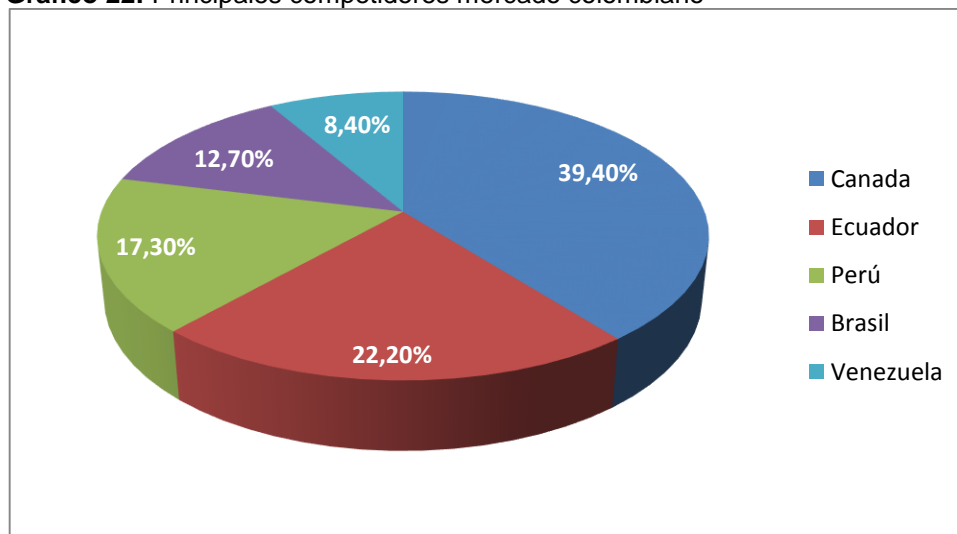
**Fuente:** Importadores y Exportadores de Colombia-2015, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)  
**Elaborado por:** Verónica Castro

Como se puede observar en el cuadro N° 12, los principales importadores de tomate riñón se encuentran ubicados en el departamento de Nariño, en ciudades como Ipiales y Pasto, con un total de 10 importadores, que pueden ser considerados como posibles clientes para la exportación del producto hacia el mercado colombiano.

### 3.10.2. Competidores

Para la comercialización de tomate riñón hacia el mercado colombiano, se debe identificar la competencia que existe en este sector, según datos del DANE (2015), al mercado colombiano ingresa producto importado de países como: Ecuador, Venezuela, Canadá, Perú y Brasil, con un porcentaje de participación, se presente en el siguiente gráfico:

**Gráfico 22:** Principales competidores mercado colombiano



**Fuente:** DANE, (2015)  
**Elaborado por:** Verónica Castro

Según los datos obtenidos, del DANE (2015), Colombia adquiere tomate riñón de Canadá, es decir que del total de producto importado el 39.40%, corresponde a este país, Ecuador ocupa el segundo lugar con un 22.2%, es decir, que existe un porcentaje alto de aceptación de producto ecuatoriano en el mercado colombiano. Cabe señalar que el análisis de la competencia en este sector se basa especialmente en las importaciones de este producto.

Por otro lado, según datos del Banco Central del Ecuador (2015), las empresas que exportan tomate riñón hacia el mercado colombiano, son:

<b>Cuadro 12: Exportadores de tomate riñón</b>		
<b>Importador</b>	<b>Provincia</b>	<b>Exportación kg</b>
Natural Fruts	Imbabura	18.642
Interfrutal	Imbabura	9.543
Frupack	Imbabura	9.102
Profrutec	Pichincha	8.995
Miltinho Agro	Pichincha	6.756
Agrocoemrcial Morvie	Imbabura	4.321
Fruittek	Pichincha	2.123
Agroyam	Imbabura	2.180

**Fuente:** Importadores y Exportadores de Colombia-2015, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### **3.10.3. Proveedores**

Los proveedores para la producción de tomate riñón, son aquellas empresas que ofertan productos como semillas, fertilizantes, maquinarias que son indispensables para la cosecha y comercialización del producto. Hay que tomar en cuenta que existen diferentes proveedores para productos alimenticios y para medicamentos fertilizantes y funguicidas. De acuerdo al crédito y a precios y gran cantidad de productos en stock las empresas más aconsejables son: James Brown, Life, Interved, especialmente porque cuentan con semillas importadas, haciendo que el producto obtenido sea de mayor calidad. (Molina, 2014).




### **3.10.4. Productos sustitutos**

Pese a que el tomate sea uno de los grandes protagonistas de nuestra dieta diaria, hay muchas personas que no le gustan el sabor de esta fruta. El problema es que la reducción o eliminación del tomate afecta la ingestión de

licopeno, una sustancia integrante del grupo de los carotenoides con fuerte poder antioxidante e importante en la prevención del cáncer de próstata y otros tipos de tumor, además de proteger contra enfermedades cardiovasculares, 100 gramo de tomate puede tener de 3-7 mg de licopeno. (Salders, 2015).

El nutriente es mejor absorbido tras pasar por un proceso de calentamiento. Consumir tomate con un poco de grasas también es fundamental para su absorción. Otras fuentes de licopeno para sustituir el tomate en tu dieta sin perder los beneficios de este nutriente:

**Cuadro 13:** Producto sustitutos

Producto	Presentación	Características
Zanahoria		La zanahoria es una de las grandes fuentes de licopeno, cada 100 gramo ofrece aproximadamente 3,4 mg del nutriente. La zanahoria también es rica en vitamina C, que refuerza el sistema de defensa, vitamina E, poderoso antioxidante que combate los radicales libres. El proceso de cocción de la zanahoria reduce sus calorías, de 45 para 32, por ejemplo, en 100 gramos del alimento.
Calabaza		Calabaza es compuesta por carbohidratos, proteínas, fibras, minerales y un poco de grasas. La calabaza también es fuente de licopeno, cada 100 gramo tiene 1.6mg del nutriente. Las semillas de la calabaza son ricas en una sustancia que suaviza los síntomas de la menopausia y síndrome pre menstrual.
Sandia		La sandia es compuesta 92% de agua, pero también por muchos nutrientes como vitamina A, C, del complejo B y licopeno, cada 100 gramos de la fruta ofrecen 3.6 mg del nutriente.
Papaya		La papaya es excelente para problemas de estremecimiento, además de ser una buena fuente de licopeno, cada 100 gramo de la fruta contiene 2,6 mg del nutriente, además de buenas dosis de vitamina A, C, folato y potasio. La cascara de la papaya es buena para ablandar carnes muy duras, gracias a una enzima que quiebra las proteínas de este tipo de fibra.

**Fuente:** Salders L, (2015)

**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.10.5. Rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre competidores es alta debido a la existencia de competidores bien posicionados en el mercado y al riesgo de ingreso de nuevos competidores. Además, el tomate riñón es considerado como productos del tipo comoditas, es decir, que no hay diferenciación cualitativa entre ellos y por

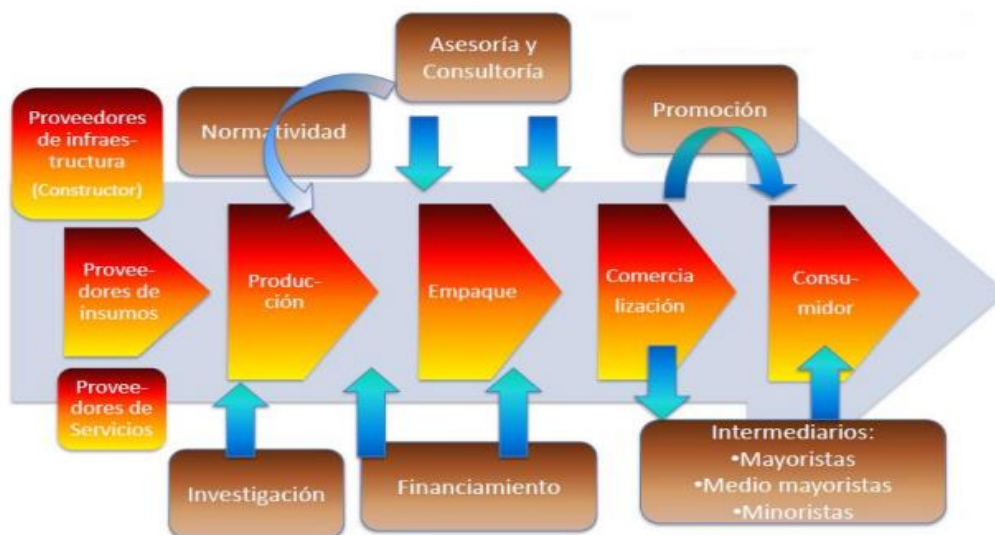
lo general no se distingue la fuente o productor que provee al mercado. (Arguello, 2015). Por lo mismo se debe considerar darle un valor agregado al producto, el cual debe estar enfocado en factores como el recio y otros que requieren de mayor inversión como instalaciones, servicio, promociones entre otras.

### 3.11. CADENA DE VALOR

La cadena de calor del Tomate Rojo, está integrado por un conjunto de eslabones que se interrelacionan donde el principal eslabón es considerado los productores primaria y alrededor de éste, giran diversos servicios y negociaciones de compra-venta, con el fin de generar un valor agregado a la producción y a su vez se conllevan recursos económicos en beneficio de los actores.

Los eslabones identificados son: proveedores de insumos; químicos y orgánicos, proveedores de servicios y equipos, proveedores de infraestructura, los productores; tanto a cielo abierto, como en invernadero, plantas empacadoras, transportistas y comercializadores.

**Gráfico 23:** Cadena de valor



**Fuente:** MAGAP, 2014  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### **3.11.1. Participantes en la cadena de valor del tomate riñón**

- **Insumos.**

El principal insumo en la producción de tomate riñón, representa la semilla, que se obtiene de empresas locales, que en su mayoría son de importación por su calidad.

- **Maquinaria y Equipo, Infraestructura, Servicios.**

Para lograr índices de rendimientos que permitan a los productores ser competitivos tanto nacional como internacionalmente, es necesaria maquinaria especializada que no dañe el cultivo, de igual forma, en lo que a cultivos en invernadero se refiere, el equipo es en gran parte importado.

- **Productor**

En la parroquia de La Concepción, existen productores de baja escala, cuya producción se destina principalmente hacia los mercados locales con nulas especificaciones de calidad en el producto, mismos que se desarrollan bajo esquemas de subsistencia; dichos productores se caracterizan por sistemas de policultivos, lo cuales producen una parte para el autoconsumo o alimentación de su ganado, y el restante se vende en los poblados cercanos, muchas veces vía intermediarios.

Por otro lado, en esta parroquia, destacan los productores que mediante esquemas de viveros han desarrollado muy altos rendimientos, lo cuales comercializan su producto en mercados diferenciados

- **Comercializador**

Como en gran parte de las cadenas agroalimentarias, el comercializador juega un papel trascendental, debido a que cuentan con redes establecidas entre los productores y los oferentes intermedios, así como una infraestructura lo suficientemente amplia para ser un actor de influencia en el mercado.

Existen una gran diversidad de intermediarios y comercializadores, tanto para los mercados de exportación, que son los más sofisticados, como los



nacionales, de los cuales, algunos tan solo se limitan a poner el producto en mercados locales, hasta otros que ofrecen el producto en toda la cadena productiva, inclusive al consumidor final.

El hecho, es que a pesar de ser el elemento de la cadena que menor riesgo corre, en muchas ocasiones es el que mayores utilidades tiene, debido principalmente a la estrecha capacidad de negociación por parte del productor, quien muchas veces produce variedades con escasa vida, o en muchas ocasiones a través del acaparamiento altera las condiciones de precio del mercado; de igual manera, influye que su estructura de costos es variable principalmente, mientras que la del resto de los participantes, en su estructura de costos, los fijos son los que tienen mayor importancia.

- **Supermercados y mercados públicos**

Representan los lugares físicos donde llega el consumidor final a adquirir sus productos, siendo los supermercados, los que han logrado mayor expansión en los últimos años, y por su amplio poder de negociación, en muchas ocasiones, representa el elemento de la cadena productiva que mayor utilidad adquiere del producto fresco.

Por su parte la adquisición mercados públicos ha logrado crecimientos marginales en los últimos años, de tal forma que se están enfocando a segmentos muy específicos de mercado, debido principalmente a factores tales como precio, cambio de hábitos de compra por parte del consumidor y publicidad intensiva por parte de las grandes cadenas de supermercados.

- **Consumidor Final**

El Consumidor final, representa el objetivo de la cadena de valor, mismo que a través de sus necesidades rige los cambios en cada uno de los eslabones; hoy en día el consumidor requiere producto en fresco con larga vida, de color intenso y de forma uniforme.

### **3.11.2. Soportes de la Cadena.**

- **Crédito**

A diferencia de otros productos del sector primario, los productores de tomate riñón, de la parroquia La Concepción, acceden a diversos planes de crédito; sin embargo, las fuentes de financiamiento provienen de dos actores principalmente:

- Proveedores: los diversos proveedores siguen constituyendo la principal fuente de crédito para los productores.
- Comercializadores e Industriales: Además de la transferencia de tecnología, en muchas ocasiones los eslabones siguientes a los productos representan una importante fuente de financiamiento.
- Banca Comercial, Banca de Desarrollo, Intermediarios Financieros No Bancarios.

- **Servicios Profesionales**

No obstante, la importancia de la producción del tomate riñón, es de mencionarse que no se tienen una gran cantidad de profesionales que brindan sus servicios en la producción de esta hortaliza, lo que explica en parte el por qué la producción de esta parroquia no es exportada a mercados internacionales.

- **Normatividad y Políticas Públicas**

Las políticas públicas para el desarrollo de la producción de tomate riñón, es escasa, y más bien, los esfuerzos se han orientado a identificar áreas de oportunidad que permitan la diversificación de las exportaciones.

Es importante recalcar que aún es necesario reforzar los apoyos a los productores, con el fin que les permita comercializar con éxito en los mercados existentes, dado que aún se tiene una gran dependencia del exterior para el desarrollo del cultivo.

- **Investigación y Desarrollo**

La generación de conocimiento en materia del tomate riñón, en la parroquia La Concepción, se ha enfocado principalmente a formas alternativas de

cultivo, sin embargo, es de mencionarse que las grandes asociaciones de productores a nivel nacional basan su desarrollo en tecnología importada, ya que además en muchas ocasiones no existe vinculación alguna entre el sector académico y el productivo.

### **3.11.3. Vinculación entre elementos de la cadena.**

- **Proveedores – Productores.**

Como se ha mencionado con anterioridad, los principales proveedores de semilla para los productores nacionales, se encuentran distribuidos en todo el país. De igual manera, en algunas ocasiones han sido los productores, o bien, grandes comercializadores de tomate, los que han dotado de semilla. Por su parte, es importante mencionar, lo intensivo que resultan las plantaciones de tomate riñón en pesticidas y fungicidas, mismas que son abastecidos nacionalmente, aunque por empresas de origen externo.

- **Productores – Comercializadores**

No obstante, muchos productores, de la parroquia La Concepción, comercializan directamente su producto, ciertamente existen aún redes importantes de intermediarios, mismos que en muchas ocasiones son los que mayor participación en las utilidades tienen.

- **Comercializadores – Industriales**

La industria del tomate riñón, en todos sus tipos (enlatados, salsas, purés, jugos, etc.), requiere características muy específicas del producto, por lo cual desarrollan alianzas estratégicas con productores, para su abastecimiento.

La intermediación, tiende a darse en mucho mayor medida para el producto en fresco, mismo donde el producto llega a tener inclusive hasta dos o tres intermediarios, antes de llegar al establecimiento comercial que abastece al productor final.

- **Industriales - Sector Comercial**

Representan los eslabones de cadena con mayor orientación hacia el desarrollo de negocios, por lo que generalmente, establecen vínculos comerciales que otorgan beneficios importantes para ambas partes. No obstante, cuando se trata de comercialización del producto fresco, vía mercados tradicionales, el vínculo lo representan los mercados públicos, de igual manera, existen intermediarios, para los pequeños comercios, los cuales llegan a tener en muchas ocasiones una influencia importante en el mercado.

### **3.12. ANÁLISIS FODA**

El análisis FODA, según Flores, (2015), “es una herramienta que permite identificar la situación competitiva de una empresa o sector” (p. 4), para la presente investigación se pretende expresar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector productivo de hortalizas en donde está incluido el tomate riñón en la Parroquia La Concepción, y con ello identificar con claridad el entorno situacional de este sector.

#### **3.12.1. Fortalezas**

- Suelo y clima privilegiados para la producción de tomate riñón
- Variedad de producción
- Productores con experiencia en la producción.
- Variedad de tipos de tomate riñón sembrado en el sector

#### **3.12.2. Oportunidades**

- Producción con proyección a nivel internacional.
- Consumo masivo a nivel nacional.
- Apoyo gubernamental
- Búsqueda continúa de mejoramiento de la producción.
- Producto de venta en supermercados.

#### **3.12.3. Debilidades**

- Baja cantidad de productos para su comercialización principalmente para el mercado internacional.

- Falta de capacitación a los productores para la implementación de nuevas técnicas de producción.
- Falta de recursos económicos para los pequeños productores para la adquisición de materiales de producción.
- Existe desconocimiento para tomar acciones para ingresar el tomate riñón al mercado internacional.

#### **3.12.4. Amenazas**

- Sobreofertas en el mercado nacional, provocando precios bajos en relación a los precios internacionales.
- Canadá es el principal competidor en la producción de tomate riñón.
- Puede existir preferencias por los productos de países que tienen un TLC firmado.

#### **3.13. ESTRATEGIAS**

- Promover la asociatividad entre los productores para mejorar sus posibilidades de la búsqueda de nuevos mercado
- Desarrollo de capacitaciones continuas en comercio exterior, con el objetivo de generar un ambiente favorable de aceptación para la exportación.
- Identificar consumidores potenciales de tomate riñón.
- Dar a conocer los beneficios del consumo de tomate riñón.
- Analizar la oferta y la demanda del tomate riñón en Colombia.
- Buscar diferentes alternativas de ingreso del tomate riñón al mercado colombiano.
- Ingresar al mercado colombiano con un 15% de diferencia en el precio ofertado por la competencia colombiana como estrategia de posicionamiento, situación que determina un precio de 1,54 dólares el Kg.
- Introducir paulatinamente un porcentaje adecuado de producto a Colombia con el fin de que aportar a una alimentación sana en la población.

- Ingresar el producto al mercado Colombiano con un precio accesible al consumidor y rentable para el productor de la Parroquia La Concepción de la Provincia del Carchi.
- Identificar los requerimientos necesarios para realizar el ingreso de tomate riñón a Colombia como permisos previos, certificados fitosanitarios, etc.)
- Establecer las mejores condiciones de transporte internacional para la exportación desde Ecuador a Colombia.

### **3.14. ANÁLISIS DEL INGRESO ECONÓMICO DE LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA LA CONCEPCIÓN**

La parroquia La Concepción está situada al oeste de Mira, a una distancia de 31 km., con sus límites ya determinados, con sus respectivos barrios: Alfonso Herrera, La Merced, Ocho de Diciembre, Santa Marianita y San Francisco y las comunidades de: La Merced de Palo Blanco, El Corazón de Mundo Nuevo , Mundo Nuevo, El Naranjito, El Naranjal, El Rosal, El Hato de Chamanal, Santa Lucía, Chamanal, La Loma, El Milagro, La Convalecencia, Santa Luisa, Santa Ana, Estación Carchi., El Empedradillo, El Abra, La Achira, Guagrabamba, El Tablón. Tiene 2807 habitantes, un camino carrozable conectado a la cabecera cantonal, 18 escuelas fiscales y un colegio. (Gobierno Parroquial La Concepción, 2016).

#### **3.14.1. Datos generales**

- **Población**

La población de la Parroquia de acuerdo al censo de población y vivienda del 2010 está compuesta por etnias afro ecuatoriana y mestiza, es la parroquia rural más poblada del Cantón:

➤ HOMBRES	1.414
➤ MUJERES	1.393
<b>TOTAL</b>	<b>2.807</b>

- **Sitios turísticos**

Los sitios turísticos de la parroquia que podrían ser explotados son: El Abra, el Bohío de santiaguillo, Cerro Pan de Azúcar, Mula Potrero, Rio Mira, aguas termales Catarama en Palo Blanco, Cerro Campanario en Santa Lucia, Cerro Tausal en las Estribaciones del Rosal y Naranjal, Voladero de Guadrabamba, finca Integral El palenque en Naranjal, Los Trapiches, las Lagunas de Santa Lucia, la Iglesia de la Cabecera Parroquial por su antigüedad, el Refugio de Oshún o Casa de la Mujer de la CONAMUNE. (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Ubicación**

Se halla a 038'00" latitud norte y 8029'00" longitud occidental del meridiano.

- **Distancia.**

Está a 31 Km. de Mira, llegándose a ella por un carretero de tercer orden (cascajo apisonado), el viaje en carro tiene una duración de una hora y treinta minutos

- **Clima**

Seco cálido, perteneciente a la región subtropical.

### **3.14.2. Sector agrícola de la parroquia**

Según, datos del INEC, (2015), el 56,89% de la población de la parroquia La Concepción trabajan por cuenta propia en actividades agropecuarias, el 20,44% son jornaleros, ocupaciones que se ubican en el sector de la economía informal. Esto implica que más del 50% de la población se dedica a actividades agrícolas y comerciales a pequeña escala. Las actividades comerciales se refieren a la compra y venta de productos agrícolas en los mercados de Ibarra. Esto sumado a que cuentan con pocas tierras entre 1 y 5 ha (productivas y no productivas) por productor y la falta de fondos, dificulta diversificar la producción. Los pobladores de la en su mayoría cultivan: maíz, frejol, tomate riñón.

### 3.14.2.1. Producción de tomate riñón

El tomate riñón es uno de los productos agrícolas más cultivados en la parroquia, el tomate es la hortaliza más difundida en todo el mundo y la de mayor valor económico. Su demanda aumenta continuamente y con ella su cultivo, producción y comercio. El incremento anual de la producción en los últimos años se debe principalmente al aumento en el rendimiento y en menor proporción al aumento de la superficie cultivada. El tomate en fresco se consume principalmente en ensaladas, cocido o frito. En mucha menor escala se utiliza como encurtido.

- **Productores**

Actualmente en esta parroquia, se conoce que del total de agricultores únicamente 9 de ellos, se dedican a la producción de tomate riñón, aunque este producto tiene una fuerte demanda, el producto que predomina los cultivos es el frejol.

<b>Cuadro 14:</b> Productores de tomate riñón		
<b>Productores</b>	<b>Hectáreas sembradas</b>	<b>Hectáreas sembradas de tomate riñón</b>
Miguel Chala	4	1
Rosaura Guama	4	1
Ángel Oviedo	2	1
Víctor Méndez	3	1
Luis Urresta	2	1
Guido León	2	1
Daniel Angulo	3	1
Vicente Calderon	2	1
Ana Villegas	2	1
<b>Total ha</b>	<b>24</b>	<b>9</b>
<b>Fuente:</b> Investigación <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, en total los agricultores cuentan con 24 hectáreas de terreno, las cuales según supieron manifestar, tienen sembrados diversos productos, y únicamente 9 hectáreas son utilizadas para el cultivo de tomate riñón.



- **Producción**

La producción de tomate riñón en la parroquia La Concepción, se base en la manera en como los agricultores preparen el suelo y el tipo de semilla que manejan y principalmente del clima de la zona, como manifiesta el INIAP, una hectárea de cultivo de este producto puede llegar a rendir 7 kg por cada metro cuadro, obteniendo que por cada hectárea sembrada se llegara a obtener un aproximado de 70000 kg, obteniendo así los siguientes datos:

<b>Tabla 14:</b> Producción de tomate riñón			
<b>Productor</b>	<b>Superficie Agrícola Utilizada (Ha)</b>	<b>Kg de tomate producido por (ha) (anual)</b>	<b>Cajas de tomate producida (anual)</b>
Miguel Chala	1	25.000	1.923
Rosaura Guama	1	23.000	1.769
Ángel Oviedo	1	25.000	1.923
Víctor Méndez	1	23.000	1.769
Luis Urresta	1	26.000	2.000
Guido León	1	25.000	1.923
Daniel Angulo	1	28.000	2.153
Vicente Calderón	1	23.000	1.769
Ana Villegas	1	25.000	1.923
<b>Total Producción</b>	<b>9</b>	<b>223.000</b>	<b>17.152</b>
<b>Fuente:</b> Investigación			
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

La producción anual de tomate riñón en la parroquia La Concepción para el año 2015, fue de 223.000 kg, equivalente a un promedio de 17.154 cajas de 13 kg, cabe señalar que ninguno de los productores cubre el 100% del rendimiento de cultivo por cada hectárea sembrada, una de las principales razones es el uso indiscriminado de pesticidas y fertilizantes, para acelerar el crecimiento del producto, para así poder incrementar su oferta y captar más mercado.

### **3.14.3. Análisis financiero de la comercialización de tomate riñón**

El análisis financiero ayuda a comprender el funcionamiento del negocio y a maximizar la rentabilidad a partir de la actuación sobre los recursos existentes. Los agricultores pueden acceder a información sobre el efecto esperado de las decisiones estratégicas.

- **Ingresos por la comercialización de tomate**

Los ingresos obtenidos por los agricultores por la venta de tomate riñón, se encuentran dados por el número de cajas vendidas en el lapso de un año, según los supieron manifestar, es así que se obtuvo:

<b>Tabla 15:</b> Ingresos por comercialización de tomate riñón			
<b>Productor</b>	<b>Producción total anual</b>	<b>Cajas de tomate anual</b>	<b>Precio de venta caja</b>
Miguel Chala	25.000	1.923	7,8
Rosaura Guama	23.000	1.769	7,8
Ángel Oviedo	25.000	1.923	7,8
Víctor Méndez	23.000	1.769	7,8
Luis Urresta	26.000	2.000	7,8
Guido León	25.000	1.923	7,8
Daniel Angulo	28.000	2.154	7,8
Vicente Calderon	23.000	1.769	7,8
Ana Villegas	25.000	1.923	7,8
<b>Total</b>	<b>223.000</b>	<b>17.154</b>	

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

La producción anual es de 17.154 cajas de 13 kg, por parte de todos los agricultores de tomate riñón, el precio de venta al cual ellos lo comercializan es de 7,8 USD, en los mercados e intermediarios, es así que se obtiene el total de ingresos para el año 2015 y los datos históricos de las ventas realizadas los últimos cinco años por parte de los agricultores:

<b>Tabla 16:</b> Ingresos agricultores de tomate riñón					
<b>Productores</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Miguel Chala	11.689,00	12.800,00	12.018,00	12.987,00	13.500,00
Rosaura Guama	10.237,00	10.543,00	10.676,00	10.872,00	11.040,00
Ángel Oviedo	10.640,00	10.889,00	11.590,00	11.889,00	12.000,00
Víctor Méndez	10.786,00	10.987,00	11.197,00	11.238,00	11.316,00
Luis Urresta	13.097,00	13.278,00	13.439,00	13.645,00	14.040,00
Guido León	12.549,00	12.789,00	12.921,00	13.182,00	13.500,00
Daniel Angulo	14.789,00	14.998,00	15.043,00	15.276,00	15.624,00
Vicente Calderón	11.965,00	12.178,00	12.387,00	12.497,00	12.696,00
Ana Villegas	13.343,00	13.582,00	13.789,00	13.989,00	14.250,00

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

Los ingresos obtenidos, según los agricultores son calculados con el precio de venta de la caja de acuerdo a cada año, además se tomó como referencia los préstamos bancarios realizados por cada uno de los agricultores, teniendo un total de 56.894.00 USD, el cual se ve reflejado en la mayoría de los casos como el capital de inversión, es decir, el monto inicial para la adquisición de preferencia de los terrenos para el cultivo.

- **Egresos por la comercialización de tomate**

Para la producción y comercialización, los agricultores de la parroquia La Concepción, deben realizar una serie de egresos que les permita obtener un producto de calidad para ser puesto en el mercado nacional, entre esos costos están: semillero, preparación de terreno, trasplante, riego, deshierba, aplicación de fertilizantes, aplicación de químicos, cosechas, imprevistos, jornaleros y transporte, estos datos están detallados por cada uno de los agricultores. Los egresos para la producción del señor Miguel Chala son los siguientes:

**Tabla 17: Egresos productor Miguel Chala**

<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	818.23	896.00	841.26	909.09	945.00
Preparación de terreno	818.23	896.00	841.26	909.09	945.00
Trasplante	701.34	768.00	721.08	779.22	810.00
Riego	397.43	435.20	408.61	441.56	459.00
Deshierba	233.78	256.00	240.36	259.74	270.00
Aplicación de fertilizantes	1,519.57	1,664.00	1,562.34	1,688.31	1,755.00
Aplicación de químicos	1,636.46	1,792.00	1,682.52	1,818.18	1,890.00
Cosechas	1,870.24	2,048.00	1,922.88	2,077.92	2,160.00
Imprevistos	584.45	640.00	600.90	649.35	675.00

Jornaleros	467.56	512.00	480.72	519.48	540.00
Transporte	350.67	384.00	360.54	389.61	405.00
<b>Total</b>	<b>9,397.96</b>	<b>10,291.20</b>	<b>9,662.47</b>	<b>10,441.55</b>	<b>10,854.00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Los egresos efectuados, para la producción de tomate riñón por la señora Rosaura Guama en los últimos cinco años, se detallan a continuación:

<b>Tabla 18:</b> Egresos productor Rosaura Guama					
<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	716.59	738.01	747.32	761.04	772.80
Preparación de terreno	716.59	738.01	747.32	761.04	772.80
Trasplante	614.22	632.58	640.56	652.32	662.40
Riego	348.06	358.46	362.98	369.65	375.36
Deshierba	204.74	210.86	213.52	217.44	220.80
Aplicación de fertilizantes	1,330.81	1,370.59	1,387.88	1,413.36	1,435.20
Aplicación de químicos	1,433.18	1,476.02	1,494.64	1,522.08	1,545.60
Cosechas	1,637.92	1,686.88	1,708.16	1,739.52	1,766.40
Imprevistos	511.85	527.15	533.80	543.60	552.00
Jornaleros	409.48	421.72	427.04	434.88	441.60
Transporte	307.11	316.29	320.28	326.16	331.20
<b>Total</b>	<b>8,230.55</b>	<b>8,476.57</b>	<b>8,583.50</b>	<b>8,741.09</b>	<b>8,876.16</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

El señor Ángel Oviedo, describió los siguientes datos, como egresos realizados para la producción de tomate riñón, en años anteriores:

<b>Tabla 19:</b> Egresos productor Ángel Oviedo					
<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	744.80	762.23	811.30	832.23	840.00
Preparación de terreno	744.80	762.23	811.30	832.23	840.00
Trasplante	638.40	653.34	695.40	713.34	720.00
Riego	361.76	370.23	394.06	404.23	408.00
Deshierba	212.80	217.78	231.80	237.78	240.00
Aplicación de fertilizantes	1,383.20	1,415.57	1,506.70	1,545.57	1,560.00
Aplicación de químicos	1,489.60	1,524.46	1,622.60	1,664.46	1,680.00
Cosechas	1,702.40	1,742.24	1,854.40	1,902.24	1,920.00

Imprevistos	532.00	544.45	579.50	594.45	600.00
Jornaleros	425.60	435.56	463.60	475.56	480.00
Transporte	319.20	326.67	347.70	356.67	360.00
<b>Total</b>	<b>8,554.56</b>	<b>8,754.76</b>	<b>9,318.36</b>	<b>9,558.76</b>	<b>9,648.00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Para el señor Víctor Méndez, la producción de tomate riñón le incurren en diferentes costos, que se presentan a continuación:

<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	755.02	769.09	783.79	786.66	792.12
Preparación de terreno	755.02	769.09	783.79	786.66	792.12
Trasplante	647.16	659.22	671.82	674.28	678.96
Riego	366.72	373.56	380.70	382.09	384.74
Deshierba	215.72	219.74	223.94	224.76	226.32
Aplicación de fertilizantes	1,402.18	1,428.31	1,455.61	1,460.94	1,471.08
Aplicación de químicos	1,510.04	1,538.18	1,567.58	1,573.32	1,584.24
Cosechas	1,725.76	1,757.92	1,791.52	1,798.08	1,810.56
Imprevistos	539.30	549.35	559.85	561.90	565.80
Jornaleros	431.44	439.48	447.88	449.52	452.64
Transporte	323.58	329.61	335.91	337.14	339.48
<b>Total</b>	<b>8,671.94</b>	<b>8,833.55</b>	<b>9,002.39</b>	<b>9,035.35</b>	<b>9,098.06</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

El señor Luis Urresta, indico que los egresos incurridos para la producción de tomate riñón en los últimos años son los siguientes:

<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	916.79	929.46	940.73	955.15	982.80
Preparación de terreno	916.79	929.46	940.73	955.15	982.80
Trasplante	785.82	796.68	806.34	818.70	842.40
Riego	445.30	451.45	456.93	463.93	477.36
Deshierba	261.94	265.56	268.78	272.90	280.80
Aplicación de fertilizantes	1,702.61	1,726.14	1,747.07	1,773.85	1,825.20
Aplicación de químicos	1,833.58	1,858.92	1,881.46	1,910.30	1,965.60

Cosechas	2,095.52	2,124.48	2,150.24	2,183.20	2,246.40
Imprevistos	654.85	663.90	671.95	682.25	702.00
Jornaleros	523.88	531.12	537.56	545.80	561.60
Transporte	392.91	398.34	403.17	409.35	421.20
<b>Total</b>	<b>10,529.99</b>	<b>10,675.51</b>	<b>10,804.96</b>	<b>10,970.58</b>	<b>11,288.16</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

La producción de tomate riñón del agricultor Guido León, según los datos proporcionados incurre en los siguientes egresos:

**Tabla 22:** Egresos productor Guido León

<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	878.43	895.23	904.47	922.74	945.00
Preparación de terreno	878.43	895.23	904.47	922.74	945.00
Trasplante	752.94	767.34	775.26	790.92	810.00
Riego	426.67	434.83	439.31	448.19	459.00
Deshierba	250.98	255.78	258.42	263.64	270.00
Aplicación de fertilizantes	1,631.37	1,662.57	1,679.73	1,713.66	1,755.00
Aplicación de químicos	1,756.86	1,790.46	1,808.94	1,845.48	1,890.00
Cosechas	2,007.84	2,046.24	2,067.36	2,109.12	2,160.00
Imprevistos	627.45	639.45	646.05	659.10	675.00
Jornaleros	501.96	511.56	516.84	527.28	540.00
Transporte	376.47	383.67	387.63	395.46	405.00
<b>Total</b>	<b>10,089.40</b>	<b>10,282.36</b>	<b>10,388.48</b>	<b>10,598.33</b>	<b>10,854.00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Para el agricultor Daniel Angulo, los egresos efectuados por la producción y comercialización del tomate riñón son los siguientes:

**Tabla 23:** Egresos productor Daniel Angulo

<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	1,035.23	1,049.86	1,053.01	1,069.32	1,093.68
Preparación de terreno	1,035.23	1,049.86	1,053.01	1,069.32	1,093.68
Trasplante	887.34	899.88	902.58	916.56	937.44
Riego	502.83	509.93	511.46	519.38	531.22
Deshierba	295.78	299.96	300.86	305.52	312.48
Aplicación de fertilizantes	1,922.57	1,949.74	1,955.59	1,985.88	2,031.12

Aplicación de químicos	2,070.46	2,099.72	2,106.02	2,138.64	2,187.36
Cosechas	2,366.24	2,399.68	2,406.88	2,444.16	2,499.84
Imprevistos	739.45	749.90	752.15	763.80	781.20
Jornaleros	591.56	599.92	601.72	611.04	624.96
Transporte	443.67	449.94	451.29	458.28	468.72
<b>Total</b>	<b>11,890.36</b>	<b>12,058.39</b>	<b>12,094.57</b>	<b>12,281.90</b>	<b>12,561.70</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Los egresos ocasionados por la producción de tomate riñón por parte del señor Vicente Calderón, se presentan en la siguiente tabla:

<b>Tabla 24:</b> Egresos productor Vicente Calderón					
<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	837.55	852.46	867.09	874.79	888.72
Preparación de terreno	837.55	852.46	867.09	874.79	888.72
Trasplante	717.90	730.68	743.22	749.82	761.76
Riego	406.81	414.05	421.16	424.90	431.66
Deshierba	239.30	243.56	247.74	249.94	253.92
Aplicación de fertilizantes	1,555.45	1,583.14	1,610.31	1,624.61	1,650.48
Aplicación de químicos	1,675.10	1,704.92	1,734.18	1,749.58	1,777.44
Cosechas	1,914.40	1,948.48	1,981.92	1,999.52	2,031.36
Imprevistos	598.25	608.90	619.35	624.85	634.80
Jornaleros	478.60	487.12	495.48	499.88	507.84
Transporte	358.95	365.34	371.61	374.91	380.88
<b>Total</b>	<b>9,619.86</b>	<b>9,791.11</b>	<b>9,959.15</b>	<b>10,047.59</b>	<b>10,207.58</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

La señora Ana Villegas, productora de tomate riñón, pudo manifestar que los egresos efectuados para la producción y comercialización de tomate riñón en los últimos años fueron:

<b>Tabla 25:</b> Egresos productor Ana Villegas					
<b>COSTOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Semillero	934.01	950.74	965.23	979.23	997.50
Preparación de terreno	934.01	950.74	965.23	979.23	997.50
Trasplante	800.58	814.92	827.34	839.34	855.00
Riego	453.66	461.79	468.83	475.63	484.50
Deshierba	266.86	271.64	275.78	279.78	285.00
Aplicación de fertilizantes	1,734.59	1,765.66	1,792.57	1,818.57	1,852.50

Aplicación de químicos	1,868.02	1,901.48	1,930.46	1,958.46	1,995.00
Cosechas	2,134.88	2,173.12	2,206.24	2,238.24	2,280.00
Imprevistos	667.15	679.10	689.45	699.45	712.50
Jornaleros	533.72	543.28	551.56	559.56	570.00
Transporte	400.29	407.46	413.67	419.67	427.50
<b>Total</b>	<b>10,727.77</b>	<b>10,919.93</b>	<b>11,086.36</b>	<b>11,247.16</b>	<b>11,457.00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Como se puede apreciar, cada uno de los productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, realizan egresos similares, lo cual, puede jugar un papel importante, al momento de realizar una asociación por parte de los productores, para mejorar sus ingresos económicos, logran así tener un mejor acceso a mercados internacionales.

- **Flujo de caja**

El flujo de caja es la variación de entradas y salidas de efectivo, en un período dado para una empresa, en este caso los agricultores de tomate riñón de la parroquia La Concepción.

INGRESOS POR VENTA	2011	2012	2013	2014	2015
Miguel Chala	11,689.00	12,800.00	12,018.00	12,987.00	13,500.00
Rosaura Guama	10,237.00	10,543.00	10,676.00	10,872.00	11,040.00
Ángel Oviedo	10,640.00	10,889.00	11,590.00	11,889.00	12,000.00
Víctor Méndez	10,786.00	10,987.00	11,197.00	11,238.00	11,316.00
Luis Urresta	13,097.00	13,278.00	13,439.00	13,645.00	14,040.00
Guido León	12,549.00	12,789.00	12,921.00	13,182.00	13,500.00
Daniel Angulo	14,789.00	14,998.00	15,043.00	15,276.00	15,624.00



Vicente Calderón		11,965.00	12,178.00	12,387.00	12,497.00	12,696.00
Ana Villegas		13,343.00	13,582.00	13,789.00	13,989.00	14,250.00
Préstamo agricultores	56,894.00					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>56,894.00</b>	<b>109,095.00</b>	<b>112,044.00</b>	<b>113,060.00</b>	<b>115,575.00</b>	<b>117,966.00</b>
<b>EGRESOS</b>						
Semillero		7,636.65	7,843.08	7,914.20	8,090.25	8,257.62
Preparación de terreno		7,636.65	7,843.08	7,914.20	8,090.25	8,257.62
Trasplante		6,545.70	6,722.64	6,783.60	6,934.50	7,077.96
Riego		3,709.23	3,809.50	3,844.04	3,929.55	4,010.84
Deshierba		2,181.90	2,240.88	2,261.20	2,311.50	2,359.32
Aplicación de fertilizantes		14,182.35	14,565.72	14,697.80	15,024.75	15,335.58
Aplicación de químicos		15,273.30	15,686.16	15,828.40	16,180.50	16,515.24
Cosechas		17,455.20	17,927.04	18,089.60	18,492.00	18,874.56
Imprevistos		5,454.75	5,602.20	5,653.00	5,778.75	5,898.30
Jornaleros		4,363.80	4,481.76	4,522.40	4,623.00	4,718.64
Transporte		3,272.85	3,361.32	3,391.80	3,467.25	3,538.98
<b>Pago de préstamo</b>		4378	4378	4378	4378	4378
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>92,090.38</b>	<b>94,461.38</b>	<b>95,278.24</b>	<b>97,300.30</b>	<b>99,222.66</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-56894</b>	<b>17,004.62</b>	<b>17,582.62</b>	<b>17,781.76</b>	<b>18,274.70</b>	<b>18,743.34</b>
Fuente: Investigación Elaborado por: Verónica Castro						

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez. El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Como se indica en la tabla N° 27, los flujos para cada año son positivos, aunque son bajos, es decir, que, aunque los productores de tomate riñón, obtienen buenos ingresos de igual manera la mayor parte de ese valor es destinado a pagar los egresos efectuados.

- **Rentabilidad de la producción de tomate riñón**

El VAN y el TIR son dos herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que

podemos hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto, la adquisición de nueva maquinaria, el ingreso en un nuevo rubro de negocio, etc. (Diaz, 2014).

El valor actual neto, es un indicador de evaluación que permite medir la inversión realizada para la ejecución del proyecto y se define como la diferencia entre el valor actualizado de los costos y de los ingresos generados por la inversión, según la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_o$$

**Donde:**

**Vt:** representa los flujos de caja en cada periodo t.

**Io:** es el valor del desembolso inicial de la inversión.

**n:** es el número de períodos considerado.

**K:** es el tipo de interés.

<b>Tabla 27:</b> Valor Actual Neto						
<b>Detalle</b>	<b>0 Periodo</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Flujo	-56894	17,004.62	17,582.62	17,781.76	18,274.70	18,743.34
Van	\$4,108.56					
<b>Fuente:</b> La investigación						
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro						

La tasa interna de retorno, es un indicador que mide la valoración de la inversión realizada para la ejecución del proyecto, además de los gastos generados, esta tasa será comparada con la tasa mínima del mercado financiero, su cálculo se realizará a través de la siguiente formula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{\Sigma R_t}{(1+i)^t} = 0$$

**Donde:**

Rt: sumatoria del flujo neto de efectivo.

t: el tiempo del flujo de caja

i: la tasa de descuento .

<b>Tabla 28: Tasa Interna de Retorno</b>						
<b>Detalle</b>	<b>0 Periodo</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Flujo	-56894	17,004.62	17,582.62	17,781.76	18,274.70	18,743.34
TIR	17%					
<b>Fuente:</b> Investigación						
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro						

- **Ingreso Percapita**

El ingreso per cápita es un indicador económico que nos permite conocer a través de su valor la riqueza económica de una población en específico. Porque este indicador está estrechamente vinculado con la calidad de vida de las personas que habitan en un país, ciudad o estado. (Arango, 2015).

Para realizar el cálculo del ingreso per cápita, fue necesario establecer que los individuos, se benefician directa o indirectamente con la producción de tomate riñón en la parroquia La Concepción, a través de los agricultores que se encuentran en esta zona, de quienes se obtuvo la siguiente información:

<b>Tabla 29: Beneficiarios de producción de tomate riñón</b>				
<b>Productores</b>	<b>Familiares directos</b>	<b>Familiares indirectos</b>	<b>Personas subcontratadas</b>	<b>Total</b>
Miguel Chala	4	3	2	9
Rosaura Guama	5	3	3	11
Ángel Oviedo	6	2	2	10
Víctor Méndez	5	3	3	11

Luis Urresta	4	3	2	9
Guido León	5	3	3	11
Daniel Angulo	7	3	3	13
Vicente Calderón	5	4	2	11
Ana Villegas	5	3	2	10
<b>Total</b>				<b>95</b>
<b>Fuente:</b> Investigación, fichas económicas				
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro				

Como se indica en la tabla N° 30, el número total de individuos que se benefician directamente e indirectamente son 95, es decir corresponde a toda las personas que dependen de esta actividad, como ya se mencionó, el ingreso per cápita es un cálculo que se realiza para determinar el ingreso que recibe, en promedio, cada uno de los pobladores; es decir, en promedio, cuánto es el ingreso que recibe una persona para subsistir. Este cálculo se obtiene dividiendo el total de los ingresos entre la población.

$$\text{Ingreso per cápita} = \text{Ingreso nacional (IN)} / \text{Población total (PT)}$$

$$\text{Ingreso per cápita} = 18,743.34 / 95$$

$$\text{Ingreso per cápita} = 197.30$$

Al mirar esta relación, se puede deducir que, para mejorar el ingreso per cápita de los agricultores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, se necesita que el ingreso por la producción de este producto, crezca más que la población total, pues, de lo contrario, el ingreso per cápita reducirá, debido a que anualmente cada persona está obteniendo un total 197.30 USD, mensualmente representaría 16.44 USD, cuyo valor a multiplicar por el número de beneficiarios, da un total de 147.97 USD, es decir, que si los agricultores únicamente se dedicaran a producir tomate riñón, no podrían cubrir sus necesidades básicas, ya que, lo ingresos serian inferiores.

### 3.15. ANÁLISIS DE MERCADO

El agricultor ecuatoriano para llevar a cabo cualquier actividad agropecuaria, en nuestro caso el cultivo de tomate riñón, debe siempre reflexionar

sobre los factores que afectan positiva o negativamente al desarrollo de los procesos productivos. Con esta actitud el agricultor al utilizar parámetros de crecimiento y desarrollo podrá compararse y ubicarse en los diferentes niveles productivos que ocurren en el entorno nacional e internacional y establecer los correctivos pertinentes (Almeida, 2012).


### **3.15.1. Oferta de tomate riñón parroquia La Concepción**

#### **3.15.1.1. Características de producto Tomate Riñón**

El tomate riñón es una hortaliza muy nutritiva que tiene muchas proteínas y minerales importantes para la salud del ser humano. La producción de tomate puede ser forma escalonada, en los meses de enero y febrero se hacen las primeras siembras, en marzo se puede hacer otra siembra bajo túnel o campana y ya en mayo al aire libre. La temperatura mínima para poder sembrar es de 15°C. Entre Marzo y Abril se hace el primer trasplante, el segundo trasplante, durante Abril y Mayo, y el tercero en Junio, pueden efectuarse ya al aire libre.

La temperatura más indicada para el cultivo del tomate oscila entre los 20° y 24°, la primera cosecha, procedente de la siembra de Enero y Febrero, se realiza en Mayo, las otras dos, desde Julio a Septiembre y de modo continuado, es decir, la producción de tomate es continua durante todo el año.

El tomate se puede sembrar en suelos que van de arenosos a arcillosos. Los mejores rendimientos se obtienen en suelos de textura franco arenoso y franco limoso, profundo y muy bien drenado.

<b>Cuadro 15:</b> Ficha técnica del tomate riñón	
	
<b>Nombre científico</b>	Lycopersicon esculentum
<b>Nombre comercial</b>	Tomates Frescos
<b>Partida Arancelaria</b>	0702000000

<b>Unidad Medida</b>	Kilogramos
<b>Presentacion comercial</b>	Cajas de Cartón corrugado
<b>Variedades</b>	Cita, Pietro, Jennifer
<b>Zonas de producción</b>	Carchi, Imbabura, Manabí, Guayas
<b>Características del producto</b>	Larga vida, planta de gran adaptabilidad, redondeado y grueso
<b>Peso promedio</b>	180 a 225 gramos aproximado
<b>Diametro promedio</b>	8,5 cm
<b>Diametro minimo</b>	7,5 cm
<b>Color</b>	Rojo
<b>Textura</b>	Firme
<b>Empaque</b>	Caja de cartón corrugado
<b>Fuente:</b> Investigación	
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro	

### 3.15.1.2. Precio de la oferta

El precio de la oferta, se determinó a través de la contabilización de los costos todos los insumos, que se emplean para su producción y comercialización del tomate riñón, por parte de los productores de la parroquia La Concepción, dando como resultado un precio de 7,8 dólares en el mercado Ecuatoriano. A continuación se muestra detallado en la siguiente tabla, los valores incluidos en el precio total por cada caja de 13 kg.

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Semillero	0.58
Preparación de terreno	0.48
Trasplante	0.45
Riego	0.23
Deshierba	0.14
Aplicación de fertilizantes	0.94

Aplicación de químicos	0.96
Cosechas	1.10
Imprevistos	0.34
Jornaleros	0.28
Transporte	0.23
Cajas	0.50
<b>Total</b>	<b>6.24</b>
Utilidad 20%	1.56
<b>PVP</b>	<b>7.80</b>
<b>Fuente:</b> Investigación, fichas económicas <b>Elaborado por:</b> Verónica Castro	

El precio de venta al público en el mercado ecuatoriano es de 7.80 USD, la caja de tomate riñón de 13 kg, con una utilidad estimada del 20%, es decir, que por cada unidad vendida los productores de la parroquia, obtiene un ingreso económico de 1.56 USD.

### 3.15.1.3. Temporada de producción

De acuerdo a la investigación de campo realizada, se determinó que la temporada de producción de tomate riñón se la realizada, de manera preferencial en primavera, para obtener un mayor rendimiento en la producción, la cosecha se la puede realizar en todo el año, debido a que esta hortaliza tiende a dar fruto cada 90 o 100 días, además se conoce que cada una de las plantas sembradas dan un aproximado de 10 unidades de fruto.

Los tomates para el mercado mayorista son generalmente recolectados en la etapa de verde maduro a rompiente para evitar que la fruta se vuelva demasiado madura durante el transporte y manejo. Los tomates se pueden dejar madurar en la rama si usted puede traer tomates maduros al mercado rápidamente y en buenas condiciones. Mercados como los mercados de agricultores, los puestos de venta carretera la orilla del camino, u otros mercados directos le permitirán dejar madurar los tomates en la rama antes de cosecharlos. Después de la cosecha, los productores deben verificar el tamaño, el color y los defectos de los tomates para garantizar la comercialización de un producto de alta calidad.

### 3.15.1.4. Formas de comercialización del tomate riñón

Con la finalidad de analizar cada una de las actividades que están encaminadas a facilitar procesos de interrelación entre productores, intermediarios y consumidores en su capacidad de intercambiar el producto que satisfaga la necesidad específica; según los datos recopilados, es posible evidenciar que los productores de la parroquia La Concepción, afirman que actualmente realizan el tipo de comercialización a nivel local, a través de intermediarios, como se indica a continuación:

**Gráfico 24:** Formas de comercialización



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.15.1.5. Producción de tomate riñón para la exportación

La producción de tomate riñón de la parroquia La Concepción, como se ha mencionado anteriormente, está dada por los 9 productores, cada uno al contar con una hectárea, de cultivo obtiene por cosecha un aproximado de 2500 kg de producto, cada trimestre, para el año 2015 la oferta de esta parroquia se encuentra detallada a continuación:

<b>Productores</b>	<b>kg de tomate producido en promedio por (ha) (anual)</b>	<b>Producción total anual (tm)</b>	<b>cajas de tomate anual</b>
Miguel Chala	25,000	25	1,923
Rosaura Guama	23,000	23	1,769
Ángel Oviedo	25,000	25	1,923
Víctor Méndez	23,000	23	1,769
Luis Urresta	26,000	26	2,000



Guido León	25,000	25	1,923
Daniel Angulo	28,000	28	2,154
Vicente Calderón	23,000	23	1,769
Ana Villegas	25,000	25	1,923
<b>Total</b>	<b>223,000</b>	<b>223</b>	<b>17,154</b>
<b>Fuente:</b> Investigación			
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro			

Cabe resaltar, que en la investigación realizada a los agricultores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, únicamente cinco de ellos estaría dispuesto a exportar, pero para poder analizar la variable de estudio se tomara toda la producción, para exportación, siendo las 223 tn, la oferta que se pretende enviar a mercado colombiano.

### **3.15.2. Demanda de tomate riñón mercado de Ipiales**

#### **3.15.2.1. Perfil Consumidor Colombiano**

El perfil de los importadores colombianos de tomate riñón, se basa en larga vida, redondo y perita, además del Cherry y racimo. En relación a este último se le considera como un producto diferencial y ellos, los comercializan en los centros de consumo a los que llegan agentes con mayor poder adquisitivo.

Además, se toma como referencia la calidad, misma que está definida en términos de presentación visual y textura, atributos que tienen un peso mayor que el producto en sí mismo. En este sentido, el tomate larga vida tiene menores mermas por su mayor vida en góndola, mejor exhibición visual del producto.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, el tomate redondo se comercializa en un 60 % y el tomate perita en 40, en relación al consumo indica que actualmente se compra menor cantidad de tomate y se prefiere el tipo redondo. (Entorno Empresarial, 2013).

#### **3.15.2.2. Consumo recomendado**

El consumo mundial de tomate riñón, está muy por debajo del nivel mínimo recomendado por la FAO/OMS, de 500 gramos diarios por persona. Si bien las preferencias alimentarias se han modificado en los últimos 50 años, se

consumen menos cereales y leguminosas y más aceites vegetales, azúcar y carne. La proporción de esta hortaliza apenas ha aumentado, y se estima que en todo el mundo la gente sólo consume entre el 20 % y el 50 % del mínimo recomendado. En Colombia el consumo de hortalizas y frutas se estima en 200 g diarios per cápita (INTA, 2015). La misma fuente indica que el principal factor de consumo se relaciona con la prevención, el control de enfermedades y el aporte nutricional de las mismas.

El consumo de tomate riñón, tiene un comportamiento estacional. Kent (2013) determina que el consumo está condicionado por:

- En verano aumenta el consumo, dado que se ofrece una mayor variedad de productos; se valora su capacidad de “refrescar” y controlar el peso por razones estéticas (mayor consumo en crudo)
- En invierno disminuye el consumo, habiendo un mayor consumo de hortalizas cocidas.
- Los aumentos de precios de los productos cuando no son de estación.

#### **3.15.2.3. Precio de la demanda**

El precio desde el punto de vista de la mercadotecnia, debe entenderse como el costo que los consumidores están dispuestos a pagar por adquirir el producto, por qué se debe tomar en cuenta la adecuación del precio al nicho de mercado, este es un punto importante para definir el precio competitivo en el mercado en este caso Ipiales – Colombia. Según Escobedo, (2015), a través de un sondeo rápido de mercado, los precios promedio mínimos y máximos del tomate riñón se encuentran entre 6,50 y 9,85 USD respectivamente a nivel mundial, la caja de 13 kg, del producto, 0.55 y 0.75 ctvs, por kg de tomate.

#### **3.15.2.4. Consumidores Potenciales**

Se ha definido como consumidores potenciales a la población de Ipiales, ya que el tomate riñón es un producto de consumo masivo y el mismo se encuentra en la dieta alimenticia del colombiano, es así que se tomó como referencia la población que consume tomate riñón de esta ciudad, según los

datos de la FAO, corresponde al 84.5%, de la población, como se indica en el siguiente cuadro:

<b>Cuadro 16: Población Ipiales</b>	
<b>Años</b>	<b>Población</b>
2011	138,135
2012	139,746
2013	141,363
2014	142,986
2015	143,374
<b>Fuente:</b> DANE, 2016	
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro	

### 3.15.2.5. Importaciones y exportaciones de tomate riñón

El tomate riñón en Colombia es un producto que se encuentra en las comidas de los colombianos, el plan de seguridad alimentaria implantado por el Gobierno para lograr que Colombia sea un país autoabastecido, hasta ahora se ha sustentado en las importaciones de productos de primera necesidad y en parte de la producción nacional de cereales y hortalizas, dos de los sectores en los que existe abastecimiento.(Jaua Elias, 2013)

<b>Cuadro 17: Importaciones y exportaciones de tomate en Colombia</b>		
<b>Años</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>
	<b>TM</b>	<b>TM</b>
2011	447	242
2012	598	328
2013	609	438
2014	687	506
2015	796	572
<b>Fuente:</b> DIAN, 2016		
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro		

### 3.15.2.6. Producción colombiana de Tomate riñón

El grupo de plantas llamadas hortalizas representa dentro de la dieta diaria un papel vital para el colombiano, la producción agrícola entre ellas el tomate riñón se concentra los departamentos de Nariño, Caldas, Antioquia, Valle del Cauca.

<b>Cuadro 18: Producción de tomate riñón en Colombia</b>	
<b>Años</b>	<b>Producción</b>
2011	24,679
2012	32,897
2013	47,288
2014	56,398
2015	63,076

**Fuente:** DIAN, 2016  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.15.3. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; es decir, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. Para el cálculo se tomó como referencia la diferencia entre el consumo recomendado y el consumo real, para luego ser relacionado con la población que consume este producto de la ciudad de Ipiales, obteniendo los siguientes datos:

<b>Tabla 32: Déficit total de consumo</b>			
<b>Año</b>	<b>Déficit de consumo</b>	<b>Población estratificada</b>	<b>Déficit total TN</b>
2011	2.968	138,135	410
2012	2.800	139,746	391
2013	2.500	141,363	353
2014	2.321	142,986	332
2015	2.185	143,374	313

**Fuente:** Datos Macro,FAO  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.15.4. Competencia Internacional

Se identificó que existe una exportación importante de tomate riñón a nivel mundial, de acuerdo a los datos del cuadro su puede evidenciar que de los países de América latina que exportan tomate riñón son México, Guatemala y Honduras, siendo los tres principales países exportadores de tomate riñón al mundo.

<b>Tabla 33:</b> Principales Exportadores de Tomate Riñón					
<b>Países</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
México	1042727	1136299	1509616	1493316	1472390
Guatemala	26894	24150	31723	53227	64130
Honduras	27153	13940	20149	10015	13368
República Dominicana	3680	4879	3933	5461	5949
Argentina	579	11460	11822	12998	5018
Ecuador	3358	2479	3180	1584	1718
Nicaragua	613	3587	4002	3961	828

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

Según la DIAN menciona que se ha importado cerca de 12,033 kg de tomate con un valor por kg de 2,34 dólares (Instituto Nacional de Estadísticas, 2015), lo que representa un margen de 0,80 centavos mayor al precio de venta ofertado por los productores de la Parroquia La Concepción cuyo precio es de 1,54 dólares, este valor representa un margen de 34,18% con relación a nuestro precio, valor que se transformaría en la reducción de la utilidad a los ofertantes lo que hace a los Productores de la Parroquia La Concepción más competitivos y representa una oportunidad para ingresar al mercado colombiano.

### 3.15.5. Canal de Distribución en Colombia

A consecuencia de la imperfección de los canales de distribución y de la fuerte dependencia de las importaciones, el comercio colombiano opera con amplios márgenes de beneficio, resultando más rentable que la producción. Debido a los planes de desarrollo regional de pasadas décadas, muchas empresas situaron sus plantas en zonas alejadas de los principales mercados

interiores, viéndose forzadas a depender de intermediarios para la distribución mayorista, quienes a su vez recurren a un segundo y tercer nivel de distribuidores para poner la producción al alcance del productor final. (PROEQUADOR, 2015)

La distribución alimenticia en Colombia está altamente intervenida por el Gobierno. Atendiendo a intereses de soberanía alimentaria, su intención es la de controlar toda la cadena de valor desde la producción a la venta última al cliente. En Colombia, la venta es entre mayoristas que principalmente son importadores directos, como Vicasol, Nature Choice, Frutas Hortisol, Agroponiente, Frutas Enma, Unikas, entre otros.

### 3.16. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

#### 3.16.1. Proyección de oferta

Para las proyecciones de la oferta, se tomó en cuenta el déficit de consumo en el país de destino, también la población del nicho de mercado en este caso locales, donde se pretende cubrir una cierta parte de la demanda, la cual se estratificó de acuerdo, al porcentaje de consumo de tomate riñón, según los datos de la FAO, es el 84.5 %, Para conocer dicho porcentaje, primeramente se deberá calcular el déficit total, de consumo de tomate en el mercado, para este cálculo, se utilizó la siguiente fórmula:

$$DT = \frac{\text{Población estratificada} * \text{Déficit de consumo}}{1000}$$

Como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 34: Déficit total de consumo					
Año	Déficit de consumo	Población estratificada	Déficit total TN	Cobertura	
				TN	Porcentaje
2011	2.968	138,135	410	-	
2012	2.800	139,746	391	-	
2013	2.500	141,363	353	oferta exportable	
2014	2.321	142,986	332	-	0,00%
2015	2.185	143,374	313	223	71,27%
2016	2.171	144,665	314	223	71,56%

2017	2.156	145,967	315	223	71,87%
2018	2.142	147,280	315	223	71,22%
2019	2.127	148,606	316	223	71,61%
2020	2.112	149,943	317	223	70,05%
<b>Fuente:</b> Datos Macro,FAO					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Una vez que se ha obtenido, el déficit total, se pudo calcular la cobertura de la oferta donde se producirá 223 toneladas anuales de tomate riñón, cubriendo una cierta parte de la demanda en Ipiales - Colombia con un porcentaje del 71.27% en el 2015.

### 3.16.2. Proyecciones de demanda

Para el cálculo de las proyecciones, se tomó, en cuenta la producción, las exportaciones e importaciones totales según la subpartida 0702000000, realizadas por el mercado colombiano, una vez, obtenidos estos datos, se procedió a calcular el consumo nacional aparente en el país demandante, a través de la siguiente fórmula:

$$\text{CNA} = \text{Produccion Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Es así que se obtuvieron los siguientes datos:

Año	Producción nacional	Importación TN	Exportación TN	Consumo nacional aparente	Población estratificada	Consumo per cápita	
						Real (kg)	Recomendado (kg)
2011	24,679	447	242	24,474	46,045,000	0.532	3.5
2012	32,897	598	328	32,627	46,582,000	0.700	3.5
2013	47,288	609	438	47,117	47,121,000	1.000	3.5
2014	56,398	687	506.00	56,217	47,662,000	1.179	3.5
2015	63,076	796	572.00	62,852	47,791,393	1.315	3.5

<b>2016</b>	64,338	812	577.72	64,103	48,221,516	1.329	3.5
<b>2017</b>	65,624	828	583.50	65,380	48,655,509	1.344	3.5
<b>2018</b>	66,937	845	589.33	66,681	49,093,409	1.358	3.5
<b>2019</b>	68,275	862	595.23	68,009	49,535,249	1.373	3.5
<b>2020</b>	69,641	879	601.18	69,363	49,981,067	1.388	3.5
<b>Fuente:</b> Trade Map, Datos Macro. <b>Elaborado por:</b> Verónica Castro							

Además, se tomó en cuenta la población de Colombia, la cual se estratifico de acuerdo, al porcentaje de consumo de tomate riñón, según los datos de la FAO, es el 84.5 %, con estos datos se calculó el consumo real por kg con la siguiente formula:

$$CR = \frac{\text{Consumo nacional aparente}}{\text{Poblacion estratificada}} * 1000$$

Dando como resultado, el consumo real de cada uno de los consumidores en Colombia, a este resultado se le disminuyo, el consumo recomendado que según la FAO, equivale al 3.5 kg de tomate riñón.

### **3.17. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER**

El presente estudio muestra, el análisis del mercado colombiano y ecuatoriano como oportunidades de comercio internacional, que permitirá la comercialización de tomate riñón, desde la parroquia La Concepción, Ecuador, donde se verifica a través del diagnóstico situacional, porque el mercado colombiano es el objetivo para la exportación de este producto.

Además, se establece el análisis del sector del tomate en la parroquia La Concepción, determinando que su comercialización no representa a los agricultores, un rentabilidad mayor, obteniendo un ingreso per cápita de 16.44 USD, mensual por persona, es decir que únicamente la producción de este producto, no es suficiente para que los productores puedan cubrir sus necesidades. Para la exportación de tomate riñón, se considera ofertar la producción total de cada uno de los productores, teniendo un total de 223 tn, anuales, logrando así mejorar los ingresos económicos de los productores y por ende su nivel de vida.





## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

- Se concluyó, que el factor político de Colombia es favorable, debido al acuerdo de la Comunidad Andina, con el Ecuador, el cual brinda una exoneración total de los tributos para el tomate riñón, representando un gran beneficio para el proyecto.
- La economía de Colombia, esta considera como una de las más sólidas a nivel de Latinoamérica, brindando seguridad y confianza para realizar cualquier tipo de negociación, por ende se podría mencionar que la ejecución del proyecto se podrá desarrollar en las mejores condiciones.
- El porcentaje de producción de tomate riñón de la parroquia La Concepción, que será destinada para el mercado de Ipiales - Colombia, no cubre en su totalidad la demanda insatisfecha de este sector, por lo que Colombia debe importar este producto desde otros países, aumentando la competencia en el mercado.
- Para el ingreso de un producto orgánico al mercado colombiano, se identificó algunas barreras no arancelarias, que podrían encarecer el producto.
- Los habitantes de Colombia consumen en promedio 1,3 kg de tomate riñón, cabe mencionar que existe producción de este producto en el mercado de destino, por lo tanto, hay que tener en cuenta la competencia interna.
- Del análisis financiero, de los productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, se obtuvo un TIR del 17% con un VAN de 4108.56 USD.
- La producción total de cada uno de los productores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, tiene un ingreso per cápita de 16.44 USD, mensuales por cada miembro de la familia del productor que se benefició directa o indirectamente con la comercialización.
- Con la aplicación del proyecto, se pretende cubrir el 71,27% en el año 2015, marcando un mercado amplio para la comercialización de tomate

riñón hacia Ipiales - Colombia, además según las proyecciones del estudio la demanda internacional tendrá un incremento en los siguientes años, lo que es favorable para el proyecto.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

- Se debería, aprovechar el creciente potencial del sector de tomate riñón, en el mercado de Colombia, el cual demanda productos nutritivos, para ello es necesario difundir sus propiedades nutricionales, para que el producto sea reconocido a nivel mundial.
- Los productores de tomate riñón de la parroquia de La Concepción, provincia del Carchi deben destinar una mayor cantidad de hectáreas para la producción de tomate, que puede ser comercializado al mercado colombiano, debido a sus favorables condiciones de acceso.
- Se recomienda a los productores asociarse para poder tener mejor acceso a los mercados internacionales.
- Se recomienda que la producción total de los 9 productores de tomate riñón, sea considerado como la oferta exportable, para poder demostrar que la exportación de este producto puede llegar a incrementar los ingresos que perciben los agricultores y puedan mejorar así su nivel de vida.
- Se recomienda elaborar estrategias de comercialización para el mercado internacional ya que es un producto nuevo e innovador, a través, de la distribución física internacional, para la comercialización del tomate riñón optimizando tiempos y recursos al momento de la exportación.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. TITULO**

Estudio de factibilidad para la comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción hacia el mercado de la ciudad de Ipiales.

## **5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

La Parroquia La Concepción, ubicada en el Cantón Mira de la Provincia de Carchi, es un lugar que cumple con las condiciones climáticas y geográficas necesarias para la producción de tomate riñón la misma que cumple con características para su exportación.

La producción de tomate riñón generalmente se realiza a mediana escala, esto genera que exista un volumen adecuado para ser comercializado en los mercados, principalmente al Mercado Mayorista de Ibarra, esto ha llevado a que los productores de tomate riñón de la Parroquia La Concepción, comercialicen su producción únicamente a los mercados de abastos más cercanos.

Los productores de tomate riñón de la Parroquia La Concepción están dispuestos a participar en este proyecto que busca la comercialización internacional e integrar la producción de tomate que se encuentra cerca a las 10 ha, y estarían en la posibilidad de incrementar su producción de acuerdo a los avances del proyecto que se pretende aplicar para los productores de la Parroquia La Concepción.

La exportación de su producción ha sido un anhelo que los productores han estado esperando desde hace mucho tiempo, esperando que dicho fin se haga realidad que permitiría mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida. Los conocimientos de administración, contabilidad y comercialización son muy escasos por parte de los productores, sin embargo instituciones gubernamentales como el MCPEC, MIPRO, PROECUADOR están realizando capacitaciones a los varios sectores entre ellos a asociaciones de productores que generan una producción que puede ser comercializada internacionalmente.

El sector de hortalizas en Colombia es un importante atractivo para Ecuador, con las relaciones comerciales que se están impulsando entre los dos países el tomate riñón tiene futuro para el mercado colombiano con el apoyo de instituciones gubernamentales como PROECUADOR que se encuentra

constantemente en la búsqueda de nuevos mercados para la producción de nuestro país.

### **5.3. JUSTIFICACIÓN**

Una vez realizado el análisis de Colombia, se ha podido identificar varios aspectos relevantes para la investigación, en la parte socioeconómica se ha establecido que la economía colombiana se encuentra en un periodo de crecimiento continuo tal y como lo refleja el PIB que viene de un 2.5% en el año 2015, lo que significa que los colombianos cuentan con una mejor estabilidad económica, de igual manera a pesar de que las tensiones políticas en el país no son las mejores, entre Ecuador y Colombia relaciones bilaterales son excelentes debido a los procesos políticos que llevan a cabo los dos países, por lo que representa una oportunidad importante para el país. Ecuador y Colombia cuentan con la infraestructura adecuada para comunicarse ya sea por vía marítima, aérea y terrestre, en definitiva los dos países cuentan con los medios para realizar una actividad comercial.

El consumidor colombiano antes de adquirir un producto toma en cuenta en primer lugar el precio, ha dejado de adquirir varios productos como helados, bebidas entre otras, los colombianos tratan de adquirir principalmente los productos alimenticios antes que los lujos. Colombia es el primer socio comercial de Ecuador se han exportado más de 528 subpartidas, según datos del Banco Central del Ecuador (2015), lo que refleja un aumento del comercio internacional entre los dos países, eso es una ventaja para la investigación ya que el producto puede entrar al mercado colombiano.

Durante muchos años el sector agropecuario en el Ecuador, no ha tenido el suficiente apoyo por parte de los diferentes gobiernos, con políticas gubernamentales eficientes que permitan impulsar la comercialización internacional, el actual gobierno se encuentra apoyando en varios sectores entre ellos el agropecuario, se ha empezado a brindar oportunidades financieras y comerciales a los pequeños productores para que puedan ingresar su producción en el mercado internacional, instituciones

gubernamentales como MCPEC, MIPRO y PREOECUADOR han implementado programas como Emprendecuador, Exportafácil y Ferias Internacionales que impulsa PROECUADOR para la promoción de la producción ecuatoriana al mundo y con ayuda a los productores para que puedan exportar, el Instituto de la Economía Popular y Solidaria incentiva a los productores a cultivar productos que tengan demanda en el mercado internacional.

El estudio de factibilidad que se realizará para este proyecto, permitirá determinar el mejoramiento del nivel económico de los productores de esta parroquia. Los indicadores financieros ayudarán a tomar la mejor decisión para la búsqueda de nuevos mercados internacionales.

#### **5.4. OBJETIVOS**

##### **5.4.1. Objetivo General**

Diseñar un estudio de factibilidad para la comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción hacia el mercado de la ciudad de Ipiales.

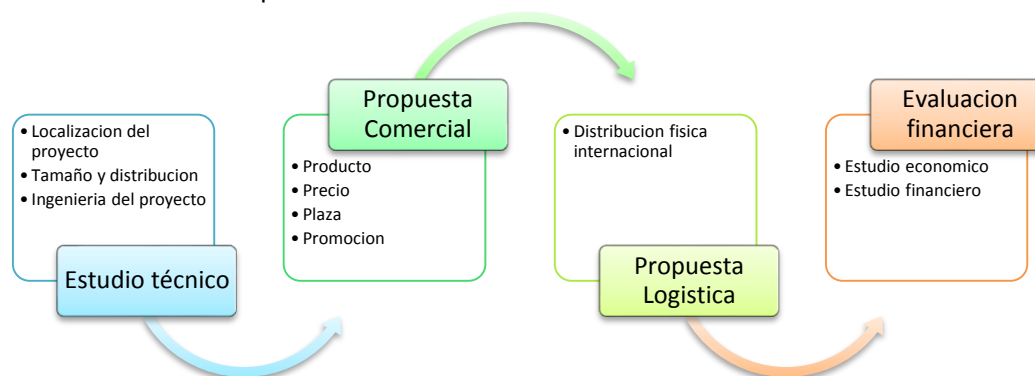
##### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar el estudio para establecer los requerimientos técnicos del proyecto.
- Establecer el proceso logístico que será utilizado para la exportación de tomate riñón a Ipiales - Colombia.
- Evaluar la factibilidad financiera del proyecto para su posible implementación.

#### **5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

El modelo operativo es el esquema que se seguirá para el cumplimiento de los tres objetivos planteados, es así, que el modelo para la presente propuesta se define:

**Gráfico 25:** Modelo operativo



**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado Por:** Verónica Castro

Como se puede observar, el gráfico anterior, indica el modelo de aplicación de la propuesta, con el cual se pretende, el estudio de factibilidad para la exportación de tomate riñón, para lo cual se parte del estudio de mercado, donde se pretende identificar la demanda efectiva, requerida en Ipiales Colombia, seguidamente se realizará la distribución física internacional, conociendo los costos que se originan tanto en el país de origen como en el país de destino y finalmente se procede a elaborar un estudio económico – financiero, que ayudará a determinar la rentabilidad del proyecto

## 5.6. ESTUDIO TÉCNICO

En el presente se detallan la localización del proyecto, el ciclo de operaciones, los requerimientos de equipos y herramientas, las instalaciones y mejoras necesarias para exportar pulpa el tomate riñón, hacia el mercado colombiano, además se propone implementar un centro de acopio.

### 5.6.1. Localización del centro de acopio

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, muy importante para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente.

#### 5.6.1.1. Macro localización

La Macro localización del proyecto debe adecuarse a las circunstancias que requiere el centro de acopio, con respecto a la disponibilidad de los insumos

y de todos los elementos que se requieren para la producción y comercialización del producto. Se determinará la ubicación por zona y región donde se encontrará situado el centro de acopio, es así que se encontrara ubicado en la ciudad de Mira, una zona que dispone de todos los servicios básicos y con accesos vehiculares de amplia movilización, para el acopio del tomate riñón por parte de los productores.

**Gráfico 26:** Macro localización del centro de acopio



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

#### 5.6.1.2. Micro localización

**Gráfico 27:** Micro localización del centro de acopio



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

El centro de acopio, se encontrará en la ciudad de Mira ubicada en las calles Israel y Portugal en un terreno de 127 m<sup>2</sup>.



### **5.6.2. Nombre del centro de acopio**

Tomate La Huerta, sería el nombre comercial del centro de acopio para la exportación de tomate riñón desde la parroquia La Concepción, hacia el mercado colombiano.

### **5.6.3. Propuesta administrativa**

Para el centro de acopio, se propone tener una estructura administrativa que vaya con objetivo principal del proyecto, que es realizar la exportación de tomate riñón hacia el mercado colombiano.

#### **5.6.3.1. Misión**

Rebasar las expectativas de nuestros clientes, con la más alta calidad de tomate riñón, entregados a tiempo y precios competitivos.

#### **5.6.3.2. Visión**

Ser la empresa líder a nivel regional, nacional e internacional en ventas de tomate riñón, contribuyendo al crecimiento sustentable de todos los que conformamos la cadena productiva y contribuir al desarrollo del país y así proporcionar una calidad incomparable con nuestros clientes.

#### **5.6.3.3. Políticas**

- **Alianzas estratégicas con proveedores**

El centro de acopio, tendrá una clara política de desarrollo de proveedores de insumos, brindándoles créditos y asesoría técnica y logrando de esta manera asegurar un abastecimiento continuo de insumos para la producción de alta calidad para atender la creciente demanda internacional.

- **Investigación y desarrollo**

La investigación, será un trabajo primordial, y se realiza en estrecha coordinación con el Área de Ventas, tomando los requerimientos de nuestros clientes y ofertándoles las mejores alternativas en productos de calidad mundial.

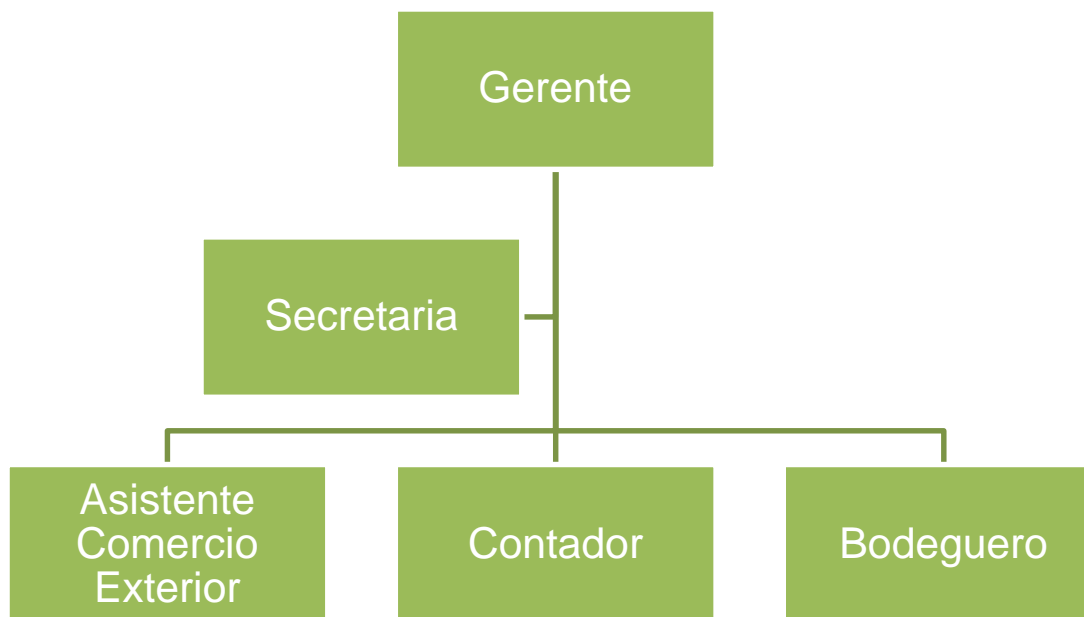
- **Responsabilidad social**

En Ecología y Desarrollo, se cree que las empresas deben jugar un papel activo en la resolución de los retos que plantea alcanzar un desarrollo económico, social y ambiental más sostenible. Por ello se trabajará con el objetivo de conseguir que las empresas y productos más respetuosos con el medio ambiente y la sociedad sean reconocidos por el mercado, que el compromiso con el desarrollo sostenible se convierta en un factor de éxito empresarial y que, por tanto, las empresas tengan incentivos no sólo éticos sino también económicos para actuar más responsablemente.

#### **5.6.3.4. Organigrama estructural**

Para la implementación del centro de acopio es necesario contar con el personal adecuado para realizar las diferentes operaciones, para ello se ha definido la siguiente estructura organizacional.

**Gráfico 28:** Organización administrativa



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Verónica Castro

#### **5.6.3.5. Manual de funciones**

Para la implementación del centro de acopio se requerirá el personal adecuado, el mismo que debe cumplir con los perfiles que se necesitan para cumplir con un buen servicio.

### **1.5.2.1.1 Descripción de puestos de trabajo**

El centro de acopio estará estructurada de tal manera que el personal tenga sus funciones acorde a cumplir con la exportación del producto.

A continuación se detalla las funciones para cada uno de los cargos propuestos para la oficina de comercio exterior.

#### **ÁREA DE GERENCIA**

**Nombre del puesto:** Gerente Propietario

**Unidad:** área administrativa

**Sustituye:** asistente administrativa

#### **Propósito del puesto:**

Es responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la oficina de comercio exterior, así como de la coordinación y toma de decisiones sobre comercialización internacional.

#### **Responsabilidades:**

- Coordinar, supervisar y dirigir las actividades de la oficina.
- Autoriza contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo. .
- Es el encargado de negociar con futuros clientes.
- Autoriza contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo.
- Establece relaciones con otras empresas, ya sea para prestar el servicio de comercio exterior o para formar una alianza que beneficie a la organización.
- Coordinar con el asistente de comercio las exportaciones.
- Controlar los procesos de exportación y comercialización del producto.
- Revisión de documentación aduanera antes de enviar al SENA.

#### **Perfil y requerimiento mínimo del puesto:**

#### **Experiencia:**

Experiencia laboral mínimo de 2 años en el desempeño de puestos similares.

**Educación:**

Ingeniero en comercio exterior con amplio conocimiento en el área o afines.

**Conocimientos y Habilidades:**

- Mercado financiero, inversiones, operaciones comerciales.
- Clasificación arancelaria
- Normativa Aduanera
- Tramites de Comercio Exterior
- Buenas relaciones humanas.
- Habilidades de negociación.
- Tener buena relaciones personales con los trabajadores en general.
- Líder, motivador, proactivo.

**Nombre del puesto:** Secretaria de gerencia

**Unidad:** área administrativa

**Reporta:** Gerente Propietario

**Propósito del puesto:**

Servir de apoyo al gerente de la empresa, al redactar cartas, informes, memos, etc.

**Responsabilidades:**

- Redacción de documentos necesarios para llevar el control de la oficina.
- Archivar Documentos.
- Llevar el control de las actividades a realizar.

- Transmitir una buena imagen ante las visitas que reciba la oficina.
- Receptar, registrar y distribuir la documentación que ingrese a la gerencia.
- Atender a funcionarios, trabajadores y visitantes que deseen entrevistarse con el Gerente General de la empresa.

**Perfil y requerimiento mínimo del puesto:**

**Experiencia:**

Experiencia de 1 año en actividades de secretariado.

**Educación:**

- Estudios en Secretariado Ejecutivo.
- Contabilidad básica, archivo de documentos, atención al cliente.
- Manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, power point)

**Competencias:**

- Responsabilidad y honestidad.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Positiva disposición para trabajar en equipo.
- Actitud de servicio.

**Nombre del puesto.** Asistente de Comercio Exterior

**Unidad:** área administrativa

**Reporta:** Gerente Propietario

**Propósito del Puesto:**

Realizar conjuntamente con el gerente todos los trámites y negociaciones, tanto para los pedidos del producto a los productores locales, como el despacho de las exportaciones hacia Ipiales – Colombia.

**Responsabilidades:**

- Coordinar con el gerente la obtención de los documentos de exportación.
- Generar en el sistema aduanero los trámites aduaneros.
- Informar a los vendedores sobre la negociación para el pedido correspondiente.
- Imprimir reportes semanales de exportaciones realizadas.
- Planificar con los vendedores el cupo de venta del producto.
- Realizar la supervisión de las exportaciones que se encuentren en curso.

**Perfil y requerimiento mínimo del puesto:****Experiencia**

Experiencia mínima de 1 año en trámites aduaneros.

**Educación**

- Estudios superiores en Comercio Exterior.
- Clasificación arancelaria, trámites de exportación, normativa aduanera.
- Negociaciones internacionales.
- Logística nacional e internacional.
- Manejo de paquetes informativos.

**Competencias:**

- Capacidad de Negociación.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Proactivo, dinámico.
- Actitud de servicio.

**Nombre del puesto.** Contador(a)

**Unidad:** área administrativa

**Reporta:** Gerente Propietario

**Propósito del Puesto:**

Realizar el manejo de procesos contables y tributarios ante la autoridad tributaria (SRI)

**Responsabilidades:**

- Llevar la contabilidad diaria de los movimientos de la oficina.
- Estar pendiente de las leyes y reglamentos del código tributario del Servicio de Rentas Internas.

**Perfil y requerimiento mínimo del puesto:****Experiencia**

Experiencia mínima de 1 año en procesos contables.

**Educación**

- Título de CPA
- Todo lo relacionado con los procesos contables necesarios.
- Tributación contable.
- Manejo de Paquetes Contables.

**Competencias**

- Buenas relaciones interpersonales.
- Proactivo, dinámico.
- Actitud de servicio.
- 

**Nombre del puesto.** Bodeguero

**Unidad:** Centro de Acopio

**Reporta:** Secretaria

**Propósito del Puesto:**

Manejar y controlar el centro de acopio, garantizando una adecuada recepción y despacho del tomate riñón, cumpliendo con los tiempos y plazos establecidos.

### **Responsabilidades:**

- Programación y control logístico del proceso de manejo de productos perecibles (recepción, almacenamiento y despacho).
- Tareas anuales, mensuales, semanales y diarias del centro de acopio.
- Manejo y Control de inventarios.
- Supervisión en el control de despachos del tomate riñón para su exportación.
- Compra de productos e insumos para limpieza del lugar.
- Encargado de las buenas relaciones interpersonales con nuestros proveedores y clientes
- Definir y ejecutar proyectos varios para la mejora de nuestros procesos internos en el centro de acopio.

### **Perfil y requerimiento mínimo del puesto:**

#### **Experiencia**

Experiencia mínima de 1 año en procesos de manejo de bodegas o centros de acopio.

#### **Educación**

- Tecnólogo Agrónomo o carreras afines.
- Manejo de bodegas y logística.
- Paquetes informáticos (Office).

#### **Competencias**

- Buenas relaciones interpersonales.
- Proactivo, dinámico.
- Excelente nivel de comunicación.
- Orientación a resultados.



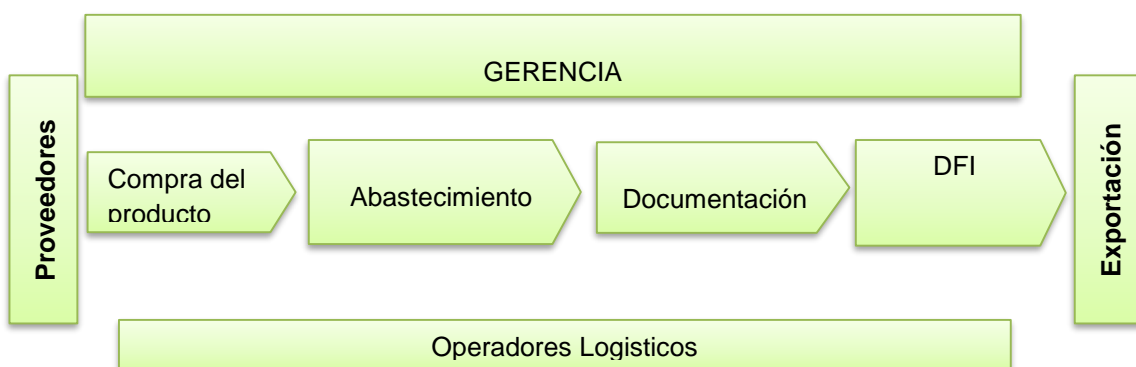
#### 5.6.4. Propuesta Operativa

La propuesta operativa, describirá los diferentes procesos que se llevaran a cabo dentro del centro de acopio, además que se detallan cada una de las actividades que el personal a cargo deberá de efectuar.

##### 5.6.4.1. Mapa de procesos

La comercialización del tomate riñón a Colombia, consiste en un proceso detallado y secuencial, de tal manera que se incorpora a la cadena de comercialización del producto.

Gráfico 29: Mapa de procesos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Verónica Castro

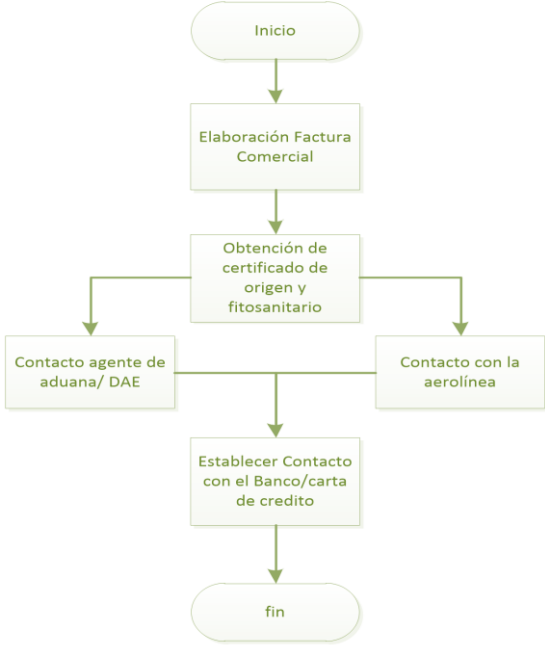
##### 5.6.4.2. Diagramas de Procesos

Un diagrama de procesos, corresponde a la representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso.

El diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial ente ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás, el flujo de la información y los materiales, las ramas en el proceso, la existencia de bucles repetitivos, el número de pasos del proceso, las operaciones de interdepartamentales.

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL				
<b>Centro de acopio para exportación de tomate riñón</b>			<b>Código:</b>	<b>NI-001</b>
			<b>Versión:</b>	<b>001</b>
			<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>
<b>Responsable:</b>	Gerencia			
<b>Objetivo:</b>	Negociar internacionalmente con el importador en el mercado colombiano			
<b>Alcance:</b> Contactar con el importador para determinar la elaboración y finalización del contrato.				
<b>1. DETALLE</b>			<b>Documento</b>	
Contactar al importador en el exterior vía internet o telefónica Indicaciones del té a vender Propuesta pre negociación, para determinar precio, cantidad, forma de envío, cotizaciones. Negociación, llegar a un acuerdo. Envía contrato de compra venta escaneado al cliente para la legalización del negocio Cierre del Negocio			Internet Correo electrónico Catálogo del producto Contrato	
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph TD     Gerente([Gerente]) --&gt; Contactar[Contactar al cliente en el Exterior]     Contactar --&gt; Indicaciones[Indicaciones del producto]     Indicaciones --&gt; Propuesta[Propuesta pre negociación]     Propuesta --&gt; Acepta{Acepta}     Acepta -- No --&gt; Contactar     Acepta -- Si --&gt; Negociacion[Negociación]     Negociacion --&gt; Elaboracion[Elaboración del contrato]     Elaboracion --&gt; Fin([Fin])           </pre>				
<b>3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Importadores	Número de importadores contactados/ número de ventas	Crecimiento del 100%	Mensual	Gerente
<b>4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina	Acorde a las necesidades del centro de acopio		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Gerente	Gerente	23/08/2016		
<b>ACOPIO DEL PRODUCTO</b>				

<b>Centro de acopio para exportación de tomate riñón</b>		<b>Código:</b>	NI-002	
		<b>Versión:</b>	001	
		<b>Páginas:</b>	1-1	
<b>Responsable:</b>	Bodeguero			
<b>Objetivo:</b>	Preparación del tomate con su respectivo empaque para ser exportado a Colombia			
<b>Alcance:</b> Tener las cajas de tomate listas para el embarque				
<b>1. DETALLE</b>		<b>Documento</b>		
Ingreso del producto al centro de acopio Selección y detección de elementos extraños Empacado y etiquetado del producto en cajas de cartón corrugado Pesaje del producto Acopio del producto en cuarto frío Envío del Producto al mercado de destino Fin del Proceso		Planilla entrada catálogo del producto modelo de contrato		
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph TD     A[Ingreso del Producto] --&gt; B[Selección del producto]     B --&gt; C[Empacado y Etiquetado]     C --&gt; D[Pesaje]     D --&gt; E[Almacenamiento]     E --&gt; F[Envío del producto]     F --&gt; G[FIN PROCESO]           </pre>				
<b>3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTANDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Centro de acopio	Número de cajas de tomate riñón listas para el envío	100%	Mensual	Gerente
Número de pedidos realizados / Número de despachos		Mensual		
<b>4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>		
Supervisor Producción	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina	Acorde a las necesidades del centro de acopio		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Gerente		Gerente	23/08/2016	

DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN					
<b>Centro de acopio para exportación de tomate riñón</b>			<b>Código:</b>	<b>NI-003</b>	
			<b>Versión:</b>	<b>001</b>	
			<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>	
<b>Responsable:</b>	Auxiliar Comercio Exterior				
<b>Objetivo:</b>	Realizar los documentos para la exportación de tomate riñón				
<b>Alcance:</b> Obtener los documentos de exportación y certificados requeridos para el envío					
<b>1. DETALLE</b>			<b>Documento</b>		
Elaborar la lista de empaque y la factura comercial Obtener el certificado de origen en el MIPRO. Obtener el certificado fitosanitario en Agro calidad Establecer el contacto con el agente de aduana para la elaboración de la declaración aduanera de exportación DAE. Establecer el contacto con la empresa de transporte para la elaboración del documento del transporte. Establecer el contacto con el banco para la elaboración de la carta de crédito de exportación.			Factura comercial Lista de empaque Certificado de origen Certificado Fitosanitario Correo electrónico Teléfono		
<b>2. FLUJOGRAMA</b>					
 <pre> graph TD     Inicio([Inicio]) --&gt; Factura[Elaboración Factura Comercial]     Factura --&gt; Certificado[Obtención de certificado de origen y fitosanitario]     Certificado --&gt; Aduana[Contacto agente de aduana/ DAE]     Certificado --&gt; Aerolinea[Contacto con la aerolínea]     Aduana --&gt; Banco[Establecer Contacto con el Banco/carta de credito]     Aerolinea --&gt; Banco     Banco --&gt; Fin([fin])           </pre>					
<b>3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD CÁLCULO	DE	RESPONSABLE
Documentos	Número de documentos requeridos	1 día	Semanal		Operador logístico
<b>4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO			
Auxiliar Comercio Exterior	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina	Acorde a las necesidades del centro de acopio			
REVISADO	APROBADO	FECHA			
Gerente	Gerente	23/08/2016			
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</b>					
<b>Centro de acopio para exportación de tomate riñón</b>			<b>Código:</b>	<b>NI-004</b>	

		<b>Versión:</b>	<b>001</b>
		<b>Páginas:</b>	<b>1-1</b>
<b>Responsable:</b>	Auxiliar Comercio Exterior		
<b>Objetivo:</b>	Establecer los diferentes costos a tomar en cuenta para el envío del producto		
<b>Alcance:</b> Exportación del producto			
<b>1. DETALLE</b>			<b>Documento</b>
Identificar información básica del producto y del embarque Recepción de documentos de exportación Verificación de documentos Ingreso de documentos al sistema aduanero Generar orden de embarque Ingreso documentos a la aduana Envío coordinado de la mercancía cumpliendo con los requerimientos establecidos Pago Mantener contacto con la agencia de carga durante el lapso de envío de la mercadería Fin de proceso			Factura comercial Lista de empaque Certificado de origen Certificado Fitosanitario Correo electrónico DAE
<b>2. FLUJOGRAMA</b>			
<pre> graph TD     ASISTENTE[ASISTENTE] --&gt; I1[Información básica del producto]     I1 --&gt; R1[Recepción documentos de exportación]     R1 --&gt; V1[Verificación documentos]     V1 --&gt; G1[GERENTE]     G1 --&gt; I2[Ingreso Documentos sistema aduanero]     I2 --&gt; O1[Orden de Embarque]     G1 --&gt; I3[Ingreso documentos Aduana]     G1 --&gt; E1[Envío de mercancía]     G1 --&gt; C1[Comunicación con el comprador]     G1 --&gt; G2[Generan Orden de]     O1 --&gt; I3     C1 --&gt; G2     G2 --&gt; F1[FIN DEL PROCESO]     I3 --&gt; ASISTENTE   </pre>			
<b>3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>			
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTANDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD CÁLCULO DE RESPONSABLE</b>
Exportaciones	Número de trámites ingresados	1 día	Semanal Operador logístico
<b>4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>			
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>	
Auxiliar Comercio Exterior	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina	Acorde a las necesidades del centro de acopio	
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>
Gerente		Gerente	23/08/2016

### 5.6.5. Infraestructura y equipamiento

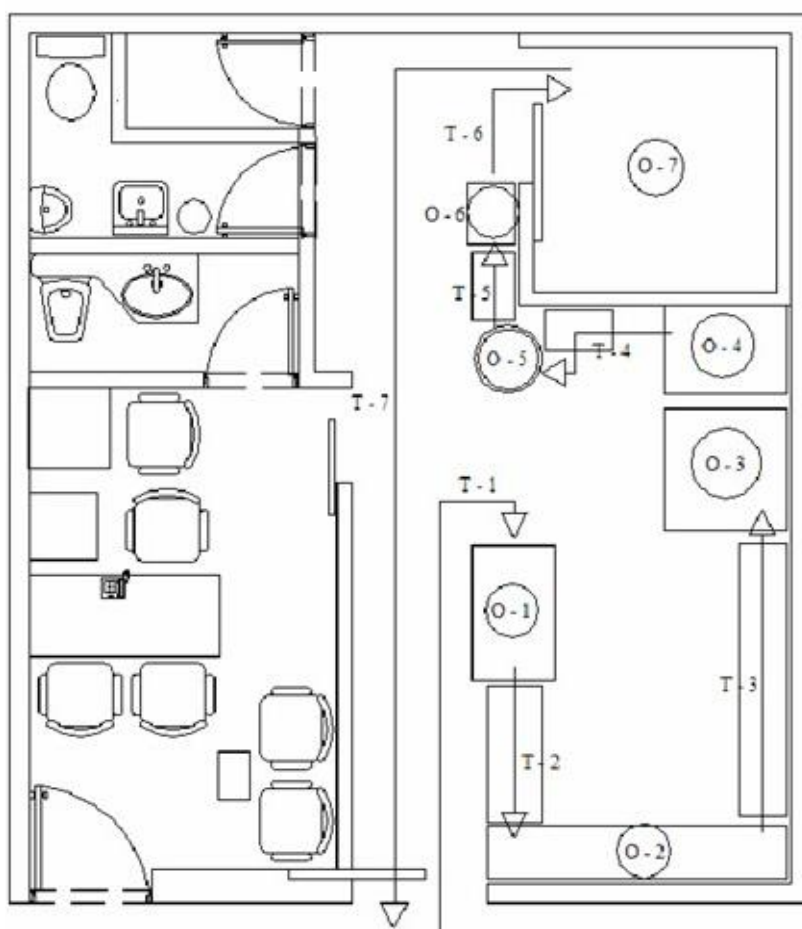
Para la puesta en marcha del centro de acopio, se deberá contar con una infraestructura y equipamiento adecuado que permita realizar las operaciones

de acopio y exportación de tomate riñón por parte de los agricultores de la parroquia La Concepción.

### 5.6.5.1. Tamaño de Instalaciones

Para realizar la exportación a Colombia, es necesario tener el espacio físico adecuado, para ello se instalará una oficina y centro de acopio del producto que contará con los requerimientos indispensables para su funcionamiento.

**Gráfico 30:** Distribución del centro de acopio



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### 5.6.5.2. Requerimiento de activos fijos

Dentro de los activos fijos se encuentran todos los requerimientos para el centro de acopio, “Tomate La Huerta”, cada uno de los activos fijos se detallaran a continuación:

<b>Tabla 36:</b> Requerimiento de activos Fijos			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Total</b>
<b>Edificios - Infraestructura</b>			<b>30,000</b>
Terreno	1	30,000.00	30,000
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>23,000</b>
Seleccionadora	1	2,000.00	2,000
Bascula	2	2,000.00	4,000
Empacadora	2	4,000.00	8,000
Cuarto frío	1	9,000.00	9,000
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>2,580</b>
Estaciones de trabajo	2	840	1,680
Sillas giratorias	4	80	320
Sillas de espera	8	20	160
Archivadores	2	50	100
Teléfono	2	50	100
Mesas	4	20	80
Estantería metálica	2	45	90
Fax	1	50	50
<b>Equipo de Computo</b>			<b>1,850</b>
Computadoras	2	750	1,500
Impresoras	1	350	350
<b>Total Activos Fijos - Inversión Fija</b>			<b>57,430</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada			
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

## 5.6.6. Propuesta de comercialización

### 5.6.6.1. Producto

Para que el producto en este caso tomate riñón, pueda ingresar al mercado de Ipiales – Colombia, es necesario que se realice una adecuada presentación del producto su embalaje y su etiquetado cumpliendo todas las normas legales para el ingreso del producto al mercado meta.

Para el logotipo del producto se diseña para dar un nombre comercial del producto para su comercialización.

**Gráfico 31:** Logotipo del producto



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

Mediante el diseño del logotipo y el nombre de la empresa se estructura la etiqueta del producto el mismo que es de la siguiente manera:

**Gráfico 32:** Etiqueta del producto



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

La presentación del producto se determina para dar una protección al producto para su exportación, el tomate riñón será enviado en cajas de cartón corrugado, mismas que pueden ser apiladas.



**Gráfico 33:** Empaque del tomate riñón



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

#### **5.6.6.2. Precio**

Existe un enlace particular importante entre los bienes sustitutos. Las alteraciones del precio de un bien pueden ocasionar desplazamiento en la curva de la demanda de otro bien. Sin lugar a dudas que el principal producto sustituto del tomate riñón en estado natural, en razón de ello se presenta como una gran ventaja asumir que los colombianos tienen que recurrir a menos viajes al lugar de despensa en razón de un mayor tiempo de conservación del producto.

Los productos que pueden llegar a competir con el tomate riñón a causa de variaciones en precios, calidad, presentación, gusto de los consumidores, publicidad, etc.; son las hortalizas frescas, entre otros. El precio al mercado debe de ser competitivo y además para el acceso a la canasta básica de los consumidores en Colombia, es por eso que el costo de producción es de 6,01 y la venta de la caja de tomate riñón de 13 kg, es de:

**Precio de Venta: 7.47 USD**

### **5.6.6.3. Plaza**

El presente estudio ha considerado distribuir los productos por medio de los importadores directos, para ello recurre a la base de datos de Colombia, a fin de obtener una lista con los compradores, tomando en cuenta aquellos que tienen mayor posicionamiento y experiencia en negocios internacionales. Tomando en cuenta el perfil del consumidor ellos adquieren más los productos de la canasta básica en importadores.

### **5.6.6.4. Promoción.**

- **Canales de Producción: Mailing o Publicidad Directa por Correo**

La aplicación de este tipo de publicidad se valdrá de dos medios, el buzoneo, a través del cual se introducirán folletos catálogos, tarjetas de presentación a correos de clientes para lo cual se solventará en la utilización de base de datos o referidos y en el uso de páginas de internet de acceso libre. (Laudon, 2012). El Mailing Personalizado se utilizará para el envío de folletos publicitarios donde se incluyan además proposiciones de ventas a distribuidores mayoristas de tomate riñón en Ipiales - Colombia.

- **Comercio Electrónico B2B:**

Se la define como, “las ventas electrónicas de bienes o servicios entre negocios o empresas.” Este medio de promoción será utilizado especialmente para agilizar la comunicación entre proveedores-empresa-compradores, con el fin de aprovechar las ventajas. Ayuda a reducir los costos en la adquisición de productos, en razón de que el cierre de ventas se lo realiza de manera virtual sin que haya necesidad de un contacto personal, por lo que el tiempo ocupado para esas gestiones se reduce favorablemente.

Mejora la calidad del servicio la atención al cliente, de tal forma que los clientes, no pierdan tiempo en tratar de comunicarse para presentar sus inquietudes, sino que se limitan tan solo al envío de un correo electrónico, el mismo que será atendido oportunamente.

Además se aprovechará al máximo las campañas en la cual se busca incentivar las costumbres de una alimentación saludable con un alto consumo de hortalizas y de productos naturales, esto incentivará a los importadores a comprar un producto natural y exótico, a ello se debe agregar que se debe insistir en participar en ferias de exposición con el fin de explorar las posibilidades para las importaciones, de tal forma que ellos se provean de toda la información que sirva de sustento para la ejecución de negocios.

### **5.6.7. Propuesta legal**

Debido a que el centro de acopio no se encuentra conformado legalmente se tomó la decisión de que corresponda a una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que luego de cumplir con los requisitos establecidos se registrará en la Superintendencia de Compañías bajo la razón social de “Centro de acopio Tomate La Huerta”, que contará con la participación de 9 socios, por otro lado, el capital de esta compañía será integrado por las aportaciones de cada uno de los socios.

#### **a) Requisitos para constitución de compañías en el Ecuador**

##### **Cuadro 19:** Constitución de Compañías en el Ecuador

Ingresar al portal web:[www.supercias.gpb.ec](http://www.supercias.gpb.ec)

Crear una cuenta e ingresar su usuario y contraseña

Llenar el formulario de solicitud de constitución de compañías y adjuntar los documentos

Un notario se encargara d ingresar al sistema, valorar la información y asignar fecha y hora para firmar la escritura y los nombramientos

El registro mercantil validara la información y facilitara la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos

El sistema remitirá la información de este trámite al servicio de rentas internas SRI y se emitirá el Ruc de la compañía

El sistema emitirá el número de expediente y notificara que el trámite de constitución se ha realizado

**Fuente:** Superintendencia de compañías, 2015

**Elaborado Por:** Verónica Castro

#### **b) Requisitos de inscripción de sociedad en el registro único de contribuyentes (RUC)**

**Cuadro 20:** Requisitos de inspección en el (RUC)

Llenar formulario RUC-01-A Y RUC-01-B suscritos por el agente de retención  
 Copia de registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o Institución Pública  
 Copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la Institución  
 Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o Institución  
 Copia de cedula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención  
 Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención  
 Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades

**Identificación de Sociedades Privadas**

Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil  
 Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil  
 Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías  
**Fuente:** Servicio de Rentas Internas, *Guía Referencial del Registro Único de Contribuyentes RUC*, 2015

**Elaborado Por:** Verónica Castro**c) Requisitos de Afiliación de los Empleados al IESS****Cuadro 21:** Afiliación a los Empleados al IESS

Registrar al trabajador mediante aviso de entrada que se envía a través de la página web de la institución en este caso al IESS  
 Ingresar a la página web del IESS en la categoría de empleadores deben registrar con la cedula y la clave del empleador  
 Selecciona el aviso de entrada para que puedas ingresar la cedula de identidad del afiliado luego clic en validar y enviar  
 Llenar un formulario del trabajador  
 Aceptación del IESS para la afiliación del empleador

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social**Elaborado por:** Verónica Castro**d) Requisitos para registrarse como exportador****Cuadro 22:** Requisitos de Exportador

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.  
 Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador o Security Data  
 Calificarse como exportador en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y registrarse el Sistema aduanero ECUAPASS que consta en la página web.

**Fuente:** Guía del Exportador Pro Ecuador.**Elaborado por:** Verónica Castro**5.7. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL**

La distribución física internacional, comprende todas las actividades realizadas para el transporte del tomate riñón, desde el centro de acopio, ubicado en la ciudad de Mira, provincia del Carchi, hasta el lugar de destino, Ipiales – Colombia, cumpliendo con todas las formalidades legales y aduaneras.

La DFI, está dividida en tres etapas, para el traslado de la mercancía, denominadas:

- Etapa 1: procesos en el país de exportación
- Etapa 2: procesos en el tránsito internacional
- Etapa 3: Procesos en el país de importación

### 5.7.1. Datos básicos del embarque

Con el fin, de realizar la exportación de tomate riñón, será necesario identificar algunos aspectos importantes, en relación a este producto, como su posición arancelaria, tanto en el país exportador como exportador, unidad comercial de venta y el valor comercial, como se detalla a continuación:

<b>Cuadro 23:</b> Información básica del producto	
<b>Nombre técnico o comercial del producto</b>	Tomate riñón
<b>Posición arancelaria en el país exportador</b>	0702000000
<b>Posición arancelaria en el país importador</b>	0702000000
<b>Unidad comercial de venta</b>	Cajas de 13 kg
<b>Moneda de transacción.</b>	USD
<b>Valor ex-work de la unidad comercial.</b>	6.01
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

Una vez q se cuenta con la información básica del producto, se podrá determinar los datos básicos del embarque, mismo que se realizará cada trimestre, en cada uno de estos, se enviará un total de 4288 cajas de tomate riñón de 13 kg, y anual un total de 17,152 unidades, bajo el termino de negociación CIP, cuyas obligaciones como exportador se extienden hasta el descargue de la mercancía en la terminal aérea del exportador, asumiéndolos costos del seguro y el transporte internacional.

<b>Cuadro 24:</b> Información básica del embarque	
<b>País de origen</b>	Ecuador
<b>Ciudad de punto de embarque</b>	Mira
<b>País de destino</b>	Colombia
<b>Ciudad de punto de destino</b>	Ipiales
<b>Nº de unidades comerciales por embarque</b>	4288.00
<b>Valor inicial del embarque (EXW)</b>	25,770.69
<b>Tipo de embalaje</b>	Pallets
<b>Tipo de unidad de carga</b>	contenedor
<b>Nº total de embalajes (Cajas)</b>	17152
<b>Nº total de unidades de carga</b>	12
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

De igual manera, se deberá tomar en cuenta información adicional como la forma de pago, el tipo de cambio y la tasa de interés, los cuales, podrán llegar a influir de manera directa en la realización del proyecto.

<b>Cuadro 25:</b> Información Adicional	
<b>Termino de negociación</b>	CIP
<b>Forma de pago</b>	Carta de crédito
<b>Plazo</b>	30 días
<b>Tipo de Cambio</b>	1
<b>% de tasa de seguro</b>	1%
<b>Porcentaje de tasa pasiva de interés anual</b>	11,20%
<b>TASA PROMEDIO DE INFLACIÓN ANUAL</b>	4,44%
<b>INFLACIÓN ANUAL PAÍS DE DESTINO</b>	3,12%
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

### 5.7.2. Calculo del cubicaje

Para el cálculo del cubicaje se deberá tomar como base las medidas de la caja de cartón corrugado, que contiene 13 kg de tomate riñón, las cuales, serán unitarizadas en pallets, además se dispone de una capacidad máxima de apilamiento de doce cajas, obteniendo un total de 72 cajas por pallet.

<b>Tabla 37: Cálculo de cubicaje</b>			
<b>Detalle</b>	<b>EMPAQUE / EMBALAJE cajas</b>	<b>UNIDAD DE CARGA</b>	<b>Estimación del espacio</b>
<b>Nº de unidades</b>	4288	72	
<b>Largo mts</b>	0.6	1.2	2
<b>Alto mts</b>	0.17	2.2	12
<b>Ancho mts</b>	0.4	1.2	3
<b>Volumen total del embarque m3</b>	0.0408	3	73
<b>Peso por unidad kg</b>	13	936	72
<b>Peso total del embarque ton</b>	0.013	0.936	72
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada			
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

De la misma manera, se realizó el cubicaje para el contenedor refrigerado, el cual, se enviará hasta el lugar de destino, como se optó por el transporte terrestre, es así que se enviará 20 pallet por contenedor, a continuación se determinará las medidas del pallet correspondientes para el proceso de exportación.

<b>Tabla 38: Cálculo de cubicaje</b>			
<b>Detalle</b>	<b>EMPAQUE / EMBALAJE</b>	<b>UNIDAD DE CARGA</b>	<b>Estimación del espacio</b>
<b>Nº de unidades</b>	60	20	
<b>Largo mts</b>	1.2	12.5	10
<b>Alto mts</b>	2.2	2.28	1
<b>Ancho mts</b>	1.2	2.4	2
<b>Volumen total del embarque m3</b>	3.17	68.40	21.59
<b>Peso por unidad kg</b>	936	18720	20
<b>Peso total del embarque ton</b>	0.936	18.720	20
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada			
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

Con los datos obtenidos, se realizó las proyecciones de venta para los siguientes cinco años, que tendrá vigencia el proyecto, utilizando como año base el 2016, con un porcentaje de cobertura, sobre la demanda del mercado de destino del 71.2%.

<b>Tabla 39: Proyección de ventas</b>					
<b>DATOS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>OFERTA EXPORTABLE KG</b>	223000	223000	223000	223000	223000
<b>DEMANDA KG</b>	313254	314016	314744	315437	316093
<b>% DE COBERTURA DE LA DEMANDA</b>	71.2%	71.0%	70.9%	70.7%	70.5%
<b>FRECUENCIA DE ENVÍO</b>	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
<b>NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO</b>	4	4	4	4	4
<b>TAMAÑO DEL EMBARQUE (KG por trimestre )</b>	55750	55750	55750	55750	55750
<b>Nº de empaques / embalajes CAJAS por trimestre</b>	4288	4288	4288	4288	4288
<b>Nº Pallets por trimestre</b>	60	60	60	60	60
<b>Nº contenedores por trimestre</b>	3	3	3	3	3
<b>Peso total envío kg trimestre</b>	55744	55744	55744	55744	55744
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN cajas POR ENVÍO anual</b>	17152	17152	17152	17152	17152
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN pallets POR ENVÍO anual</b>	240	240	240	240	240
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO (PALLETS)</b>	12	12	12	12	12
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS Kg AÑO</b>	222976	222976	222976	222976	222976
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.3. Costos directos país de exportación

#### 5.7.3.1. Empaque

El tomate riñón va empacada en cajas de cartón corrugado doble, además, se colocará en cada embace un envoltorio de papel filtro para evitar el contacto con el empaque.

<b>Tabla 40: Costo de empaque por envío (Total Trimestre)</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario USD</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total USD</b>	<b>Tiempo en Días</b>	<b>RR.HH.</b>	<b>Costo total de operación USD</b>
Cajas de cartón corrugado doble	0.5	4288	2144	0,33	2	214.,00
Papel filtro	0.8	8	6.4			6.40
Cinta adhesiva	0.35	5	1.75			1.75
Etiquetas	0.03	4288	128.64			128.64
<b>Totales</b>						<b>2280.79</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada						
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro						



### 5.7.3.2. Unitarización

La unitarización corresponde a la agrupación de los productos en sus respectivos empaques y embalaje, sobre un pallet debidamente asegurado por medio de zunchos de tal manera que se podrán manipular, almacenar y transportar como una sola unidad de carga, de forma segura, de esta manera la unitarización constituye el primer paso para el proceso de exportación.

<b>Tabla 41:</b> Costo de Unitarización por envío (Total Trimestre)						
Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo total de operación USD
Pallets	8	60	480	0,33	1	480
Zunchos	3	60	180			180
<b>Totales</b>						660
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro						

### 5.7.3.3. Manipuleo en el local del exportador

Corresponde al costo de carga de los pallets, al medio de transporte para posteriormente ser trasladados al puerto de destino, para este caso la ciudad de Tulcán.

<b>Tabla 42:</b> Costo de manipuleo en el local del exportador ( Total Trimestre)					
Descripción	Costo por pallet	Cantidad	Tiempo horas	Tiempo días	Costo total de operación USD
Cargue del pallets al vehículo	20	60	2	0,25	1200
<b>Totales</b>				0,25	1200
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.3.4. Documentación

La documentación necesaria para cumplir con el proceso de exportación en aduana ecuatoriana es la siguiente:

<b>Tabla 43: Costo documentación (Total Trimestre)</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario USD</b>	<b>Cantidad</b>	<b>RR. HH.</b>	<b>Tiempo Horas</b>	<b>Tiempo Días</b>	<b>Costo total de operación USD</b>
<b>Certificado de Origen</b>	100	1	1	2	0,25	100
<b>Certificados Fitosanitario</b>	112	1		2	0,25	112
<b>Totales</b>				6	0,75	212
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada						
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro						

### 5.7.3.5. Transporte interno

Para el transporte interno se requiere contratar una empresa transportista en este caso la empresa TRANSCOMERINTER CIA LTDA, quien se encargará del transporte interno desde la ciudad de Mira hacia la ciudad de Tulcán, en un semirremolque de 40 tn, con contenedor refrigerado, tomando en cuenta que se transportará 55.75 toneladas trimestrales de tomate riñón para la comercialización al mercado colombiano.

<b>Tabla 44: Costo Transporte Interno (Total Trimestre)</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario por vehículo</b>	<b>Cantidad de vehículos</b>	<b>Tiempo días</b>	<b>Costo total de operación USD</b>
<b>Flete interno vehículo</b>	320	3	0,62	320
<b>Totales</b>			0,62	300
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada				
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro				

### 5.7.3.6. Manipuleo Embarque

Este costo corresponde a la carga de la mercancía al medio de transporte que cumplirá con la operación de transporte internacional.

<b>Tabla 45: Costo manipuleo de embarque ( Total Trimestre)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Costo por Embarque</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tiempo horas</b>	<b>Tiempo en Días</b>	<b>Costo total de operación USD</b>
<b>Cargue de pallets a transporte internacional</b>	20	60	3	0,13	1200
<b>Totales</b>				0,13	1200
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada					
<b>Elaborado Por:</b> Verónica castro					

### 5.7.3.7. Agentes

Para él envío electrónico a través del sistema informático ECUAPASS y la elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA, se contratará los servicios de un agente de aduana, quien se encargará además de la elaboración de los documentos de transporte, en este caso la carta de porte para el despacho de la mercancía.

<b>Tabla 46: Costo Agentes (Total Trimestre)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Honorarios profesionales</b>	<b>RR.HH.</b>	<b>Tiempo en Horas</b>	<b>Tiempo en Días</b>	<b>Costo total de operación USD</b>
<b>Agente de aduana</b>	240	1	4	0,5	240
<b>Totales</b>			4	0,5	240
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.4. Costos Indirectos País de Exportación

#### 5.7.4.1. Bancarios

La forma de pago, conveniente para esta negociación internacional será una carta de crédito, misma servirá, como seguro para el cobro de la mercancía a exportar y será emitido por una institución financiera, para este ejercicio el Banco Pichincha.

<b>Tabla 47: Costos bancario ( Total Trimestres)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Valor FCA</b>	<b>Tasa del banco</b>	<b>tiempo de contratación en horas</b>	<b>tiempo de contratación en Días</b>	<b>COSTO FINAL USD</b>
<b>Costo Carta de Crédito</b>	27630.69	3.00%	2.00	0.25	828.92
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

#### 5.7.4.2. Capital e inventario país de origen

Para calcular el costo del capital e inventario se tomará el valor FCA y la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador, la misma, que está en el 11,20%.

<b>Tabla 48 :Capital e Inventario - País Origen ( Total Trimestre)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Base de cálculo = FCA + gastos</b>	<b>Tasa pasiva de interés anual</b>	<b>tiempo en días</b>	<b>año comercial</b>	<b>COSTO FINAL USD</b>
<b>Costo de oportunidad.</b>	30431.61	11.20%	2.21	360	20.88
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.5. Total Costo – Tiempo de la DFI del país exportador

Los costos totales directos e indirectos, tienen un valor de 6,962.6 USD, en un tiempo de 2.2 días requeridos para que la mercancía esté preparada para el envío a la ciudad de Ipiales - Colombia, con un valor FOB de 30,452.5 USD.

<b>Tabla 49: Costos directos país de exportación</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>TIEMPO DÍAS</b>
<b>Empaque</b>	2,280.8	0,3
<b>Unitarización</b>	660.0	0,0
<b>Manipuleo en el local del exportador</b>	1,200.0	0,0
<b>Documentación</b>	212.0	0,0
<b>Transporte interno</b>	320.0	1,0
<b>Manipuleo Embarque</b>	1,200.0	0,1
<b>Agentes</b>	240.0	0,5
<b>COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN</b>		
<b>Bancarios</b>	828.9	0.3
<b>Capital e inventario país de origen</b>	20.9	2.2
<b>TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>6,962.6</b>	<b>2.2</b>
<b>VALOR EXWORK</b>	25,770.7	0.3
<b>VALOR FCA</b>	27,630.7	0.7
<b>VALOR CPT</b>	30,452.5	2.2
<b>Fuente:</b> Investigación <b>Elaborado por:</b> Verónica Castro		

### 5.7.6. Costos directos en el tránsito internacional

#### 5.7.6.1. Flete Internacional

El transporte internacional, se efectuará en el cruce de frontera, en la ciudad de Tulcán, hacia la ciudad de Ipiales, según la cotización de la empresa de

transporte TRANSCOMERINTER, el transporte se realizará en un tiempo aproximado de 2 horas, con un costo de 180 USD.

Descripción	Cantidad	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete internacional vía aérea	180	1,5	180
<b>Totales</b>			180
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

### 5.7.6.2. Seguro Internacional

La mercancía contará con un seguro del 1%, para la protección de la carga, este seguro está a cargo del exportador, el mismo que se contratará a la empresa COOPSEGUROS del Ecuador S.A, la póliza de seguro, cubrirá daños como: robo, falta de entrega y rotura de empaques o embalajes, como se indica en el certificado o aplicación de seguro, y su vencimiento será treinta (30) días calendario contados a partir de la fecha de llegada del avión a destino final.

Descripción	Valor asegurado	Prima	Tiempo de contratación en horas	Tiempo en días	Costo de operación
<b>Cobertura de todo riesgo</b>	30632.48	1%	2	0.25	306.32
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.7. Costos indirectos en el tránsito internacional

#### 5.7.7.1. Capital e Inventario

Para el cálculo del capital e inventario, en el tránsito internacional se toma el valor CIP, debido a que, la inversión ha crecido, de igual manera, se calcula con la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador.

<b>Tabla 52: Costo del Capital e Inventario - Tránsito Internacional (Total Trimestre)</b>					
<b>Descripción</b>	<b>VALOR CIP</b>	<b>Tasa pasiva de interés anual</b>	<b>Tiempo en días</b>	<b>Año comercial</b>	<b>COSTO FINAL USD</b>
Costo de oportunidad.	30938.81	11.20%	2.63	360	25.27
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro					

### 5.7.8. Total Costo – Tiempo de la DFI en el tránsito internacional

Los costos directos e indirectos en el tránsito internacional, tiene un costo de 511,6 USD, y un valor CIP de 30,938.00 USD, en un tiempo aproximado de 3,5 días.

<b>Tabla 53: Análisis de costos en el Tránsito Internacional (Total Trimestre)</b>		
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>TIEMPO EN DÍAS</b>
FLETE INTERNACIONAL	180.0	1,0
VALOR CFR	30,632.5	3,2
SEGURO INTERNACIONAL	306.3	0,3
VALOR CIP	30,938.8	3,5
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
CAPITAL E INVENTARIO	25.3	1,6
<b>COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	<b>511.6</b>	<b>1,6</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada <b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

### 5.7.9. Costos directos en el país de Importación

Como el término de negociación es CIP, los costos que se genera en el país importador, están a cargo del comprador, estos valores no serán tomados en cuenta porque aumentan los costos para cálculos del precio de venta, ya que estos valores no serán pagados por la empresa exportadora.

## 5.8. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.8.1. Inversión Inicial

La inversión inicial, que se deberá realizar para el presente proyecto está conformada por la adquisición de todos los activos fijos necesarios para la

elaboración, exportación de tomate riñón, capital de operación y gastos de constitución.

En el contexto de la implementación del centro de acopio, se debe incluir activos fijos, definidos como aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido, para este ejercicio se ha determinado que se debe adquirir:

<b>Tabla 54: Activos Fijos</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Edificios – Infraestructura	30,000
Maquinaria y Equipo	23,000
Muebles y Enseres	2,580
Equipo de Computo	1,850
<b>TOTAL</b>	<b>57.430</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

De igual manera se debe contar con el capital de operación, considerado como aquellos recursos que requiere el centro de acopio para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente.

Para que el centro de acopio pueda operar, se requerirá de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades que surgen a tiempo, teniendo los siguientes datos:

<b>Tabla 55: Capital de Operación</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Costos de Producción	80,322
Gastos Administrativos	22,760
Gastos de Exportación	25,097
Total Costo Anual	128,179
Total Costo Diario	356.05
Ciclo de caja	60
Capital de Operación	21,363
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

Finalmente es necesario considerarlos gastos de constitución, correspondientes a todos aquellos gastos que son necesarios para la constitución de una sociedad mercantil, y que suelen devengarse antes de la formalización de la constitución. Se toman como Gastos de Constitución los del notario, los de inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil, los impuestos pagados en la constitución, como puede ser el de Operaciones Societarias, los honorarios de letrados, impresión de memorias, gastos de publicidad, comisiones, gastos de colocación de títulos y cualquier otro gasto relacionado con el proceso de constitución de la sociedad. Para la constitución del centro de acopio, es necesario realizar los siguientes gastos:

<b>Tabla 56: Gastos de Constitución</b>			
<b>Activos Diferidos - Gastos de Constitución</b>			<b>Total</b>
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>2015</b>
Permisos	1	2,000.00	2,000.00
Licencias	1	700.00	700.00
<b>Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución</b>			<b>2,700.00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada			
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro			

Para la puesta en marcha del proyecto de exportación de tomate riñón se necesita una inversión total de 81493.00 USD, mismos que se encuentran distribuidos en gastos de constitución, inversión fija y capital de operación, como se indica en la siguiente tabla:

<b>Tabla 57: Inversión inicial</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	57,430
Capital de Operación	21,363
Gastos de Constitución	2,700
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>81,493</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada	
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro	

La estructura del financiamiento para este proyecto, se encuentra compuesta en un 40% que corresponde al capital propio y el 60% forma parte del capital ajeno, este porcentaje será financiado a través del Banco del Pichincha a una tasa de interés del 18.20%, obteniendo cuotas mensuales de 1,772.62 USD y un plazo de 3 años.



<b>Tabla 58: Estructura de Financiamiento</b>		
Concepto	Participación	Valor
<b>Capital Propio</b>	40%	32,597
<b>Capital Ajeno</b>	60%	48,896
<b>TOTAL</b>		81,493
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada		
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro		

### 5.8.2. Proyección de Costos

Para realizar la proyección de los costos, se ha tomado los costos directos e indirectos desde la adquisición de tomate riñón, por parte de los productores de la parroquia La Concepción. Los costos de producción, serán proyectados para cinco años, contando desde la implementación del proyecto.

<b>Tabla 59: Proyección de costos</b>							
<b>Costos de Producción</b>			<b>Proyección Costos de Producción</b>				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Materia Prima</b>			78,042	81,507	85,126	88,905	92,853
Tomate riñón	222,976	0.35	78,042	81,507	85,126	88,905	92,853
<b>Mano de Obra</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Obreros	0	0	0	0	0	0	0
<b>Costos Generales de Fabricación:</b>			<b>2280.79</b>	<b>6,182</b>	<b>6,288</b>	<b>6,398</b>	<b>6,514</b>
Cajas de cartón	4288	0.50	2144	2,239	2,339	2,442	2,551
Papel filtro	8	0.80	6.4	6.7	7.0	7.3	7.6
Cinta adhesiva	5	0.35	1.8	1.8	1.9	2.0	2.1
Etiquetas	4288	0.03	129	134	140	147	153
Depreciaciones	0	0	0	3800	3800	3800	3800
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>80,322</b>	<b>87,689</b>	<b>91,413</b>	<b>95,303</b>	<b>99,366</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Realizada							
<b>Elaborado Por:</b> Verónica Castro							

### 5.8.3. Proyección de Gastos

Para la implementación del proyecto, es necesario realizar gastos administrativos, para la exportación de tomate riñón hacia el mercado colombiano. Para la administración del centro de acopio ubicado en la ciudad de Mira, para la cual tiene los siguientes gastos:

<b>Tabla 60: Proyección de gastos</b>							
<b>Gastos Administrativos</b>			<b>Proyección Gastos Administrativos</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sueldos	1	22,124	22,124	19,659	21,558	23,641	25,925
Servicios Básicos	12	25.00	300	313	327	342	357
Suministros de Oficina	12	18.00	216	226	236	246	257
Suministros de Limpieza	12	10.00	120	125	131	137	143
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>22,760</b>	<b>21,738</b>	<b>23,667</b>	<b>25,780</b>	<b>28,182</b>

**Fuente:** Investigación Realizada  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

De igual manera, se realizarán gastos de exportación, correspondientes al empaque, unitarización, manipulación, documentación, agente de carga, transporte interno e internacional, seguro, entre otros.

<b>Tabla 61: Proyección gastos de exportación</b>							
<b>Gastos de Exportación (Ventas)</b>			<b>Proyección Gastos de Exportación (Ventas)</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Embalaje	4	2280.79	9,123	9,534	9,959	10,405	2280.79
Unitarización	4	660.00	2,640	1316	1374	1435	660.00
Manipuleo en el local de exportador	4	1200.00	4,800	5,264	5,497	5,742	1200.00
Documentación	4	212.00	848	886	966	1,101	212.00
Transporte interno	4	320.00	1,280	1,520	1,840	2,252	320.00
Agentes	4	240.00	960	1,003	1,094	1,246	240.00
Costos bancarios	4	828.92	3,316	3,528	3,708	3,899	828.92
Capital e inventario - país de origen	4	20.88	84	89	94	99	20.88
Flete internacional	4	180.00	720	752	752	752	180.00
Seguro internacional	4	306.32	1,225	1,306	1,376	1,451	306.32
Capital e inventario - tránsito internacional	4	25.27	101	108	113	120	25.27
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>			<b>25,097</b>	<b>25,304</b>	<b>26,773</b>	<b>28,501</b>	<b>30,395</b>

**Fuente:** Investigación Realizada  
**Elaborado Por:** Verónica Castro

## 5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación de un proyecto es muy importante para determinar la rentabilidad de la inversión que se dese realizar, para determinar si el proyecto es o no factible para ser ejecutado.

Para evaluar el proyecto se inicia con los instrumentos de evaluación como son los estados financieros, flujo de caja y los indicadores de evaluación, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI).

### 5.9.1. Balance de Situación Inicial

El estado de situación inicial, representa los activos con los que contará el centro de acopio, de igual manera se detalla los pasivos, en donde se encuentra el rubro del préstamo para el financiamiento del proyecto, y también representa el patrimonio que corresponde a los recursos propios.

<b>Activos Corrientes</b>		<b>Pasivos Corto Plazo</b>	
<b>Bancos</b>	21,363	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>21,363</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
<b>Activos Fijos</b>		<b>Pasivos Largo Plazo</b>	
<b>Edificios - Infraestructura</b>	30,000	Préstamos Bancarios	48,896
<b>Maquinaria y Equipo</b>	23,000	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>48,896</b>
<b>Muebles y Enseres</b>	2,580		
<b>Equipo de Computo</b>	1,850	<b>Total Pasivos</b>	<b>48,896</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>57,430</b>		
<b>Activos Diferidos</b>		<b>Patrimonio</b>	
<b>Gastos de Constitución</b>	2,700	Capital Social	32,597
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>2,700</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>32,597</b>
<b>Total Activos</b>	<b>81,493</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>81,493</b>

### 5.9.2. Estado de Resultados

Mediante esta herramienta contable se puede determinar si el centro de acopio presenta utilidades o pérdidas al final de cada año, por las exportaciones de tomate riñón.

El proceso consiste en restar ingresos menos los gastos operacionales que se genera durante el año, también es importante deducir la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta, y con ello generando la utilidad neta del proyecto.

<b>Tabla 62: Estado de Resultados</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
<b>Ventas</b>	<b>153,815</b>	<b>166,493</b>	<b>171,842</b>	<b>177,290</b>	<b>184,972</b>
Cajas de tomate riñón	17,152	17,152	17,152	17,152	17,152
precio caja de tomate 13kg	8.97	9.71	10.02	10.34	10.78
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>80,322</b>	<b>87,689</b>	<b>91,413</b>	<b>95,303</b>	<b>99,366</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>73,493</b>	<b>78,804</b>	<b>80,428</b>	<b>81,986</b>	<b>85,606</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>47,857</b>	<b>47,042</b>	<b>50,439</b>	<b>54,281</b>	<b>58,577</b>
Gastos Administrativos	22,760	21,738	23,667	25,780	28,182
Gastos de Exportación	25,097	25,304	26,773	28,501	30,395
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>25,636</b>	<b>31,762</b>	<b>29,989</b>	<b>27,705</b>	<b>27,029</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	<b>7,813</b>	<b>5,149</b>	<b>1,957</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	0	7,813	5,149	1,957	
<b>U.A.T.I</b>	<b>25,636</b>	<b>23,949</b>	<b>24,840</b>	<b>25,748</b>	<b>27,029</b>
- 15% Particip. Trabajadores	3,845	3,592	3,726	3,862	4,054
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>21,791</b>	<b>20,356</b>	<b>21,114</b>	<b>21,886</b>	<b>22,974</b>
- 22% Impuesto a la Renta	4,794	4,478	4,645	4,815	5,054
<b>Utilidad Neta</b>	<b>16,997</b>	<b>15,878</b>	<b>16,469</b>	<b>17,071</b>	<b>17,920</b>
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

### 5.9.3. Flujo de Efectivo Neto

Uno de los elementos importantes dentro de la evaluación del proyecto es el flujo de efectivo neto también conocido como flujo de caja, los indicadores que se calculará representa los resultados del presente estudio.

<b>Tabla 63:</b> Flujo de Efectivo Neto						
<b>Entradas de efectivo</b>	<b>0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas		153,815	166,493	171,842	177,290	193,931
+ Depreciaciones		4,675	4,675	4,675	4,761	4,761
+ Amortizaciones		540	540	540	540	540
Liquidación del Proyecto						35,993
Recuperación Capital de Operación						21,363
<b>Total Entradas</b>	<b>0</b>	<b>159,030</b>	<b>171,707</b>	<b>177,056</b>	<b>182,590</b>	<b>256,588</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>	<b>0</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Inversión Inicial	81,493					
Costos de producción		80,322	87,689	91,413	95,303	99,366
Amortización de la Deuda				13,458	16,123	19,315
Reposición de Activos				2,108		
Costos exportación		25,097	25,304	26,773	28,501	30,395
Gastos Administrativos		22,760	21,738	23,667	25,780	28,182
<b>Total Salidas</b>	<b>81,493</b>	<b>128,179</b>	<b>134,731</b>	<b>157,419</b>	<b>165,708</b>	<b>177,258</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-81,493</b>	<b>30,851</b>	<b>36,976</b>	<b>19,638</b>	<b>16,883</b>	<b>79,329</b>
<b>Fuente:</b> Investigación						
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro						

#### 5.9.4. Valor Actual Neto

El valor actual neto refleja traer a los valores actuales los flujos futuros, los mismos que se calculan de la diferencia entre los ingresos y egresos, si el VAN obtenido es positivo el proyecto puede ser ejecutado, por lo contrario, si el VAN es negativo hay que descartar le ejecución del proyecto.

Mediante esta herramienta de evaluación financiera se medirá si existe riesgo o no al invertir en el presente proyecto, lo que permitirá tomar decisiones al momento de analizar la ejecución del proyecto.

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 81,493.24		
1	30,850.56	0.8755	27,009.77
2	36,976.45	0.7665	28,342.68
3	19,637.59	0.6711	13,178.37
4	16,882.59	0.5875	9,919.06
5	79,329.48	0.5144	40,805.98
		<b>SFE</b>	<b>119,255.86</b>
		- I.I.	81,493.24
		<b>VAN</b>	<b>37,762.62</b>

El proyecto generara ganancias de 37,762.62 USD, luego de recuperar la inversión.

### 5.9.5. Tasa Interna de Retorno

El TIR, representa el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá por la decisión de invertir en el proyecto. Mediante este indicador se puede evaluar el proyecto ya que cuando el TIR es mayor que la tasa de oportunidad, si el rendimiento que se obtendrá es mayor a la inversión, es la mejor alternativa para realizar la inversión.

<b>Tabla 64:</b> Tasa interna de retorno	
TIR	<b>30,19%</b>
PR	2,65
C/B	1,46
Fuente: Investigación Elaborado por: Verónica Castro	

Según el dato obtenido se puede determinar que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá el 30,19%.

### 5.9.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo determina lo que transcurrirá para recuperar la inversión, es un indicador muy importante ya que permite conocer el tiempo que se necesitará para recuperar el dinero invertido, este criterio, permite conocer el número de periodos aceptables que necesita la empresa para la recuperación de su inversión.

<b>Tabla 65: Periodo de recuperación</b>			
<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Fat. Act</b>	<b>FE Descontado</b>
<b>0</b>	- 81,493.24		
<b>1</b>	30,850.56	0.8755	27,009.77
<b>2</b>	36,976.45	0.7665	28,342.68
<b>3</b>	19,637.59	0.6711	13,178.37
<b>4</b>	16,882.59	0.5875	9,919.06
<b>5</b>	79,329.48	0.5144	40,805.98
Fuente: Investigación Elaborado por: Verónica Castro			

Periodo de recuperación: 2,65

### **5.9.7. Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es aquel en donde la organización ni pierde ni gana, es decir los ingresos totales sean iguales a los costos totales, este análisis permite determinar que a partir del punto de equilibrio hacia arriba existe utilidad caso contrario existe perdidas, se observa que el número de unidades que se necesita se encuentra inferior a la producción actual.

<b>Tabla 66: Punto de equilibrio</b>		
	<b>Año 0</b>	
<b>Costo de Producción</b>	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>
Materia Prima directa		78,042
Mano de Obra Directa		0
<b>Costos Indirectos Fabricación</b>		
Cajas de cartón	2,144	
Papel filtro	6	
Cinta adhesiva	2	
Etiquetas	129	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>2,281</b>	<b>78,042</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>22,760</b>	<b>25,097</b>
Gastos Administrativos	22,760	
Gastos de Exportación		25,097
<b>Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	
Interés Bancario		
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>25,041</b>	<b>103,138</b>
<b>Unidades</b>	<b>17,152</b>	
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>1.46</b>	<b>6.01</b>
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>7.47</b>	
<b>% Utilidad</b>	<b>20%</b>	
<b>Precio de venta Unitario</b>	<b>8.97</b>	
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>	<b>8,475</b>	
<b>Fuente:</b> Investigación		
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro		

## 5.10. CONTRIBUCIÓN A INGRESOS ECONÓMICOS

Para conocer, el porcentaje de contribución de mejora a los ingresos de los productores de tomate riñón, es necesario medir el rendimiento de las actividades realizadas, para lo cual se basó en la fórmula del rendimiento, dada por la teoría de las restricciones (TOC), para lo cual se recolectó la información de los tres factores determinantes a ser analizados: los gastos que ocasiona las ventas, los ingresos correspondiente a las ventas realizadas por la empresa durante un periodo de tiempo y la inversión a efectuarse.

Todos estos datos fueron recolectados de la encuesta realizada a los agricultores de tomate riñón de la parroquia La Concepción, para lograr medir



el rendimiento se aplicó la fórmula propuesta por la teoría de las restricciones (TOC):

$$\text{RENDIMIENTO} = \frac{I - G}{\text{Inv}}$$

Dónde:

I = Ingresos, ventas anuales.

Inv = Inversión, generada por la exportación de tomate riñón.

G = Gastos ocasionados para generar los ingresos.

Para el cálculo de la formula se obtuvo los siguientes datos:

<b>Tabla 67:</b> Datos históricos producción de tomate riñón						
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>Ingresos</b>		109,095.0 0	112,044.0 0	113,060.0 0	115,575.0 0	117,966.0 0
<b>Gastos</b>		92,090.38	94,461.37 6	95,278.24	97,300.3	99,22.66
<b>Inversión</b>	56894					
<b>Fuente:</b> Investigación						
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro						

Con la aplicación de la formula se obtuvo los siguientes datos:

<b>Tabla 68:</b> Aplicación de la fórmula de rendimiento					
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>R = T-Go/I</b>	0.30	0.31	0.31	0.32	0.33
<b>Fuente:</b> Investigación					
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

De igual manera se tomó los datos de la información obtenida con la exportación de tomate riñón, donde se obtuvo

<b>Tabla 69:</b> Datos exportación de tomate riñón						
		2016	2017	2018	2019	2020
<b>Trhotoutp</b>		159,030	171,707	177,056	182,590	256,588
<b>Go</b>		128,179	134,731	157,419	165,708	177,258
<b>Inversión</b>	81,493					

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Verónica Castro

De igual manera se aplicó la fórmula del rendimiento, para obtener los datos requeridos:

<b>Tabla 70:</b> Aplicación de la fórmula de rendimiento					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>R =T-Go/I</b>	0.38	0.45	0.24	0.21	0.97
<b>Fuente:</b> Investigación <b>Elaborado por:</b> Verónica Castro					

Se puede asegurar, que la exportación de tomate riñón, puede mejorar el nivel de ingresos que obtienen los productores de la parroquia, para determinar el porcentaje, se ha toma nivel de significación, es decir, la diferencia entre el logro de rendimiento que tiene el ejercicio de comercialización a nivel internacional (R1) y el rendimiento de la venta a nivel nacional (R0), se obtiene:

$$VCC = R_1 - R_0$$

$$VCC = 0.38 - 0,33$$

$$VCC = 0.5$$

El resultado obtenido, demuestra que los productores obtendrían un mayor rendimiento económico con la exportación de tomate riñón, el rendimiento incrementa un 5%.

## **5.11. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA**

Se concluye que la implementación del centro de acopio en la ciudad es factible desde el punto de vista comercial, técnico, logístico y viable económicamente.

La rentabilidad del negocio es importante ya que existe demanda que necesita ser cubierta en Ipiales – Colombia, la factibilidad de la inversión presenta una rentabilidad económica aceptable.

El proceso logístico del proyecto pretende realizar una distribución internacional del tomate, cumpliendo con los requerimientos del país de destino, esto puede ser cumplido por el país, lo que permitirá elevar el nivel exportaciones de tomate riñón.

La comercialización en Colombia se encuentra bien definida, los datos demuestran una demanda creciente y sostenida del producto, por lo que existe un mercado factible.

Nuestro producto será competitivo en el mercado colombiano ya que, debido a las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia, debido al acuerdo de cooperación comercial firmado por ambos países, permite que no pagar derechos arancelarios.

La oferta exportable de los productores de la parroquia La Concepción, ha logrado cubrir un 71.1% de la demanda insatisfecha en el mercado colombiano, además de tener un precio competitivo que permitirá ganar mercado.

La exportación de tomate riñón hacia el mercado colombiano, permitirá a los agricultores de la parroquia La Concepción, mejorar sus ingresos económicos, logran así alcanzar un mejor nivel de vida.

## **5.12. RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA**

Se recomienda promover la realización de estudios de factibilidad para solucionar problemas de la región, convirtiéndose en oportunidades de negocios, generando beneficios para los inversionistas, mediante esto generar la exportación de productos no tradicionales para ingresar a los mercados internacionales.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) debe impulsar el fomento a la producción de tomate riñón en la Provincia del Carchi, mediante el desarrollo de variedades de alto rendimiento para mejorar su productividad y sea más competitivo.

Es importante que PROECUADOR e instituciones afines, unifiquen esfuerzos para la búsqueda de contactos comerciales que aseguren operaciones comerciales de tomate riñón en el exterior capaz de promover una producción de calidad, eficiencia y optimizando recursos.

Ecuador debe firmar más acuerdos bilaterales o multilaterales con países de todo el mundo, a más de los existentes, generando un intercambio de productos de todo tipo entre ellos el tomate riñón, mediante preferencias arancelarias que ayuden a nuestros productos al ingreso de nuevos mercados, de esa manera para ser más competitivos

Aplicar métodos de mejoramiento continuo en las actividades comerciales que desarrollaría la oficina de comercio exterior, para de esta manera brindar un excelente servicio al cliente.

Finalmente se recomienda la ejecución del proyecto ya que el desarrollo del mismo permitirá mejorar la productividad del tomate riñón y con ello el aumento de las exportaciones a Colombia.

## BIBLIOGRAFÍA

Arguello, M. (2015), *Plan de negocios para la creación de un minimercado de verduras*. Recuperado de:

<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1052/1/UDLA-EC-TIC-2012-36.pdf>

*Alimentación sana*. (2013). Obtenido de <http://www.alimentacion-sana.org>

Almeida, E. (2013). Obtenido de Revista Tierra Adentro: <http://revistatierraadentro.com>

Banco de la Republica de Colombia. (2016).

Bemudez, J. (2013). *Seguridad Alimentaria y Nutricional en el Ecuador*.

Ecuador.

Cuevas, J. (Mayo de 2014). *Revista Tierra Adentro*. Obtenido de Revista Tierra

Adentro: <http://www.revistatierraadentro.com/index.php/agricultura>

Czinkota, M. (2007). *Negocios Internacionales*. Thomson.

Diario El Nacional. (2014). Obtenido de <http://www.guia.com.ve/noti/29280/plande-seguridad-alimentaria>

Diario El Pais. (2013). Obtenido de [www.elpais.com](http://www.elpais.com)

Diario la Voz. (2013). Recuperado el Junio de 2013, de [www.diariolavoz.com.ve](http://www.diariolavoz.com.ve)

Diaz, R. (2013). Obtenido de <http://riie.com.ve/?a=26891>

Diaz, L (2015), *El van y el tir*. Recuperado de: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

El Mundo. (2012). *Hacia donde va la agricultura venezolana*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve>

El Mundo. (2013). *El Mundo Economía y Finanzas*. Obtenido de Economía

Venezolana: [www.elmundo.com.ve](http://www.elmundo.com.ve)

Entorno Empresarial. (2013). Obtenido de [www.entornoempresarial.com](http://www.entornoempresarial.com)  
Entorno Empresarial. (2013). *Características Consumidor Colombia*. Obtenido de [www.entornoempresarial.com](http://www.entornoempresarial.com)

Ernesto, A. (2013). *Tierra Adentro*. Obtenido de [www.revistatierraadentro.com](http://www.revistatierraadentro.com)  
Estadísticas, I. N. (2012). [www.ine.gov.ve](http://www.ine.gov.ve).

Fedeagro. (2012). *Consumo hortalizas*. Obtenido de [www.fedeagro.com](http://www.fedeagro.com)  
GAD Carchi. (2013). *Información Parroquia La Concepción*. Obtenido de [www.carchi.gob.ec](http://www.carchi.gob.ec)

Guzmán, M. L. (2002). *Poyecto de Pre factibilidad para la producción y exportación de tomate riñon a Colombia*. Ecuador.

INE. (2013). *Importación de Hortalizas*. Obtenido de [www.ine-gob.ve](http://www.ine-gob.ve)  
INIA. (2012). <http://www.inia.gob.ve>.

Instituto Nacional de Estadística. (2013). *Informe Canasta Alimentaria*. Caracas.

Instituto Nacional de Estadísticas. (2013). *INE*. Obtenido de Sistema Estadístico

Comercio Exterior: [www.ine.gov](http://www.ine.gov)

Jaua Elias. (08 de 2013). Seguridad Alimentaria. *Diario El Nacional*. Jhonny, C. (05 de 2012). *FONAIAP*. Obtenido de [http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas\\_tec](http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_tec) Juan, P. (2013). *Gestión Tecnológica*. Obtenido de <http://gestiontecnologicaglobal.blogspot.com>

Lara, J. S. (2001). *Historia de la iglesia catolica en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.

Lugo, J. (2012). *Mercal*.

Ministerio Relaciones Exteriores. (2011). *Política Comercial Ecuatoriana*. 124, (pág. 2). Quito.

Molina, S. (2012). *Universidad Católica Andrés Bello*. Obtenido de [www.ucab.edu.ve/clubderomaColombia/](http://www.ucab.edu.ve/clubderomaColombia/)

Narváez, C. (2007). *Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Tomate Riñon al Mercado de Brasil*. Quito, Ecuador.

Proecuador. (2012). *Guía Comercial Colombia*.

PROECUADOR. (2012). *Guía Comercial Colombia*.

PROECUADOR. (2012). *Informe de primer nivel tomate riñon Colombia*.

Guayaquil.

PROECUADOR. (2012). *Perfil Logístico Colombia*.

PROECUADOR. (2012). *Perfil Logístico Colombia*.

PROECUADOR. (Marzo de 2013). *Boletín Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>

PROECUADOR. (2013). *Guía Comercial Ecuador*. Guayaquil. Obtenido de [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

PROECUADOR. (2013). *Guía Comercial Ecuador*. Guayaquil.

Ricardo, D. (2005).

Steinberg. (2012). *Comercio Internacional*.

Steinberg. (2012). *Teorías Filosóficas comercio*.

Telesur. (2013). Obtenido de [www.telesurtv.net](http://www.telesurtv.net)

Vargas Sanchez, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica*. Mexico:

Pearson Educación.

Villegas, C. (2011). *Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de Tomate Riñon bajo invernadero, ubicado en el cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro*. Machala, El Oro, Ecuador.



# **ANEXOS**

## Anexo 1: Entrevista Productores parroquia La Concepción

### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



Estimado agricultor, el objetivo de este cuestionario es recabar información sobre la oferta de tomate riñón en la parroquia La Concepción, provincia del Carchi. Dada la relevancia de la información que le solicito, es de primordial importancia que me ayude respondiendo con sinceridad y responsabilidad.

#### DATOS GENERALES

Nombre: \_\_\_\_\_  
Provincia: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Número de teléfono: \_\_\_\_\_

#### PRODUCCIÓN

**Encierre en un círculo la respuesta que usted crea conveniente**

**1. El producto que usted cultiva es de tipo:**

- a) Orgánico                      b) Inorgánico                      c) Mixto

**2. ¿Cuál es la variedad de tomate riñón que tiene sembrado actualmente?**

- a) Cita      b) Danesco      c) Charleston      d) Pietro      e) Jennifer

**3. ¿Qué cantidad de hectáreas tiene destinado para la producción de tomate riñón?**

- a) 1 a 5 hectareas                      b) 6 a 10 hectareas                      c) 10 a mas hectareas

**4. ¿Con que frecuencia cosecha el tomate riñón?**

- a) Semanalmente                      b) Quincenalmente                      c) Mensualmente

#### COMERCIALIZACIÓN

**5. ¿Qué cantidad de tomate riñón obtiene por cosecha?**

Kilogramos

**6. ¿Cuál es la presentación y peso de su producto al momento de su entrega?**

Cajas  kilogramos

Gavetas  kilogramos

**7. ¿Qué tipo de embalaje utiliza?**

**8. ¿Quiénes son sus principales clientes?**

- a) Supermercados                      b) Mercados      d) Consumidor      c) Intermediarios

**9. ¿Qué precio de venta tiene el kilogramo de tomate riñón?**

Precio

**10. ¿Cuáles son las ciudades a donde vende su producto?**

- a) Ibarra      b) Quito                      c) Tulcán                      d) Otras

**11. ¿El capital de trabajo que utiliza para la producción de tomate es?**

- a) Propio      b) Financiado      c) Mixto

**12. ¿La producción de tomate riñón para usted es una actividad rentable?**

- a) Si                      b) No                      c) En ocasiones

Porque

**13. ¿Le gustaría exportar el tomate riñón que usted produce?**

- a) Si                      b) No

**14. ¿De la producción que usted obtiene que porcentaje estaría dispuesto a exportar?**

Porcentaje

Gracias por su colaboración

Firma Encuestado

ENCUESTA PRODUCTORES (OFERTA)

## Anexo 2: Parroquia La Concepción



### Anexo 3: Cultivos de tomate riñón



#### Anexo 4: Cuadros para cálculo financiero

CALCULO DE CUBICAJE									
CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE CAJAS	UNIDAD DE CARGA	estimación del espacio	Nº de vehículos a utilizar año 0	Nº de vehículos a utilizar año 1	Nº de vehículos a utilizar año 2	Nº de vehículos a utilizar año 3	Nº de vehículos a utilizar año 4	Nº de vehículos a utilizar año 5
<b>Nº de unidades</b>	13	936		5,449	6,533	8,058	9,582	11,107	12,631
<b>Largo mts</b>	0,40	5,4	13						
<b>Alto mts</b>	0,18	2,27	12						
<b>Ancho mts</b>	0,30	2	6						
<b>volumen total del embarque m3</b>	0,0216	24,516	1135,000						
<b>Peso por unidad kg</b>	13	12168	936						
<b>Peso total del embarque ton</b>	0,013	12,168	936						
<b>SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS</b>				-4164	-5179	-6606	-8033	-9460	-10887

AÑOS						
DATOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>OFERTA EXPORTABLE</b>	796	954	1177	1399	1622	1844
<b>DEMANDA</b>						
<b>INSATISFECHA</b>	5161901	5236251	5310056	5384386	5465016	5539185
<b>% DE COBERTURA DE</b>						
<b>LA DEMANDA</b>	0,015%	0,018%	0,022%	0,026%	0,030%	0,033%
<b>FRECUENCIA DE ENVIO</b>	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
<b>NUMERO DE ENVÍOS</b>						
<b>AL AÑO</b>	12	12	12	12	12	12
<b>TAMAÑO DEL</b>						

<b>EMBARQUE</b>	<b>66,30</b>	<b>79,50</b>	<b>98,05</b>	<b>116,60</b>	<b>135,15</b>	<b>153,71</b>
<b>Nº de empaques /</b>						
<b>embalajes</b>	5100,00	6115,00	7542,00	8969,00	10396,00	11823,00
<b>Nº de semiremolques</b>						
<b>30 TN</b>	1	1	1	1	1	1
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN</b>						
<b>EMBALAJES POR ENVÍO</b>	5100	6115	7542	8969	10396	11823
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL</b>						
<b>(envases) POR ENVÍO</b>	66300	79495	98046	116597	135148	153699
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES /</b>						
<b>EMBALAJES AL AÑO</b>	61200	73380	90504	107628	124752	141876
<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN</b>						
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>	795600	953940	1176552	1399164	1621776	1844388
	0,00	-0,04	-0,05	-0,06	-0,06	-0,07

Depreciación de Maquinaria			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
<b>0</b>			<b>162000</b>
<b>1</b>	16200	0,10	145800
<b>2</b>	16200	0,10	129600
<b>3</b>	16200	0,10	113400
<b>4</b>	16200	0,10	97200
<b>5</b>	16200	0,10	81000
<b>6</b>	16200	0,10	64800
<b>7</b>	16200	0,10	48600
<b>8</b>	16200	0,10	32400
<b>9</b>	16200	0,10	16200
<b>10</b>	16200	0,10	0

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
<b>0</b>			<b>2850</b>
<b>1</b>	285	0,10	2565
<b>2</b>	285	0,10	2280
<b>3</b>	285	0,10	1995
<b>4</b>	285	0,10	1710
<b>5</b>	285	0,10	1425
<b>6</b>	285	0,10	1140
<b>7</b>	285	0,10	855
<b>8</b>	285	0,10	570
<b>9</b>	285	0,10	285
<b>10</b>	285	0,10	0



Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
<b>0</b>			<b>3497</b>
<b>1</b>	1166	0,33	2331
<b>2</b>	1166	0,33	1166
<b>3</b>	1166	0,33	0
Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
<b>0</b>			<b>3652</b>
<b>1</b>	1217	0,33	2435
<b>2</b>	1217	0,33	1217
<b>3</b>	1217	0,33	0

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

ARTÍCULO CIENTÍFICO



**Verónica Castro**

Egresada de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi;  
Escuela de Comercio Exterior Y Negociación Comercial  
Internacional.

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

Entregado: 12/07/2016

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.  
(ECEYNCI)**

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador**

e-mail:

**Resumen**

*El proyecto detalla el tema propuesto que se denomina “La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”. Inicialmente se desarrolló el planteamiento del problema, se identificó la situación actual de los Productores de la Parroquia de la Concepción, los mismos que no cuentan con un adecuado sistema de comercialización, lo que refleja que no pueden acceder*

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

*a un mercado internacional, de igual manera se estableció la delimitación y los objetivos del estudio.*

*Se destaca antecedentes investigativos, mismos que fueron una referencia para realizar el estudio, de igual manera se identificó la base legal adecuada con el tema, acorde a Ecuador y Colombia, se estableció las teorías de comercio que dieron el soporte para el presente estudio.*

**Palabras Claves:** *nivel económico, oferta, demanda, mercado, consumidores, análisis financiero, distribución física internacional.*

### **Abstract**

*The project is structured into five chapters, the same detailing the proposed theme is called "Marketing kidney tomato from the parish of La Concepción of the province of Carchi to Ipiales-Colombia contributes to the standard of living of the productive sector parish". Initially the approach to the problem developed, the current situation of Producers Parish dela Concepcion, they do not have adequate marketing system was identified, reflecting that can not access an international market, in the same way established the delimitation and objectives of the study. research, same background that was a reference for the study, just as the appropriate legal base with the issue was identified, according to Ecuador and Colombia, theories of trade that support for this study was established stands.*

**Keywords:** *supply, demand, market, consumer, financial analysis, international physical distribution.*

## **1. Introducción**

La comercialización de tomate riñón desde la Parroquia La Concepción del Cantón Mira de la Provincia del Carchi hacia el mercado colombiano, necesita del análisis de una serie de aspectos fundamentales para llegar a este proceso. La exportación de tomate riñón a Ipiales – Colombia será a través de la creación de un centro de acopio, utilizando los mejores canales de comercialización, mejorando tiempos y costos de la logística internacional. El presente proyecto, representa para los productores de tomate riñón de la parroquia una alternativa a parte de la forma tradicional de comercialización del tomate, para ofrecer una producción con calidad de exportación, sujeta a normas de calidad, la misma que fue evaluada a través de diferentes indicadores financieros para garantizar el éxito del proyecto.

Colombia se ha convertido en un socio comercial importante de nuestro país, “El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador durante el año 2012 ha sido los Estados Unidos, representando cerca del 22.78% del total exportado, lo siguen Colombia con un 10.44%, Venezuela con un 9.04%” (PROECUADOR, 2015),

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

Según reseñó el “Banco Central en los primeros cinco meses del año, la inflación acumulada en los productos agrícolas es de 26,4%, según cifras oficiales del ente. En comparación con mayo de 2014 la inflación en los rubros agrícolas se ubica en 63,2%”. (Banco Central del Ecuador).

## **2. Materiales y métodos**

La modalidad que se va a utilizar en el trabajo de investigación es cuali-cuantitativa, cualitativa porque se emitirá un juicio de valor teniendo en cuenta la calidad del tomate riñón que será demandada por los mercados alternativos para la exportación de dicho producto, también se debe conocer gustos y preferencias, cuantitativa porque se conocerá la cantidad producida por los agricultores de la parroquia La Concepción y la cantidad demandada por los mercados alternativos de Ipiales.

## **3. Resultados y discusión**

### **3.1. ANÁLISIS DE MERCADO TOMATE RIÑÓN**

El agricultor ecuatoriano para llevar a cabo cualquier actividad agropecuaria, en nuestro caso el cultivo de tomate riñón, debe siempre reflexionar sobre los factores que afectan positiva o negativamente al desarrollo de los procesos productivos. Con esta actitud el agricultor al utilizar parámetros de crecimiento y desarrollo podrá compararse y ubicarse en los diferentes niveles productivos que ocurren en el entorno nacional e internacional y establecer los correctivos pertinentes (Almeida, 2012).

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

## La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia

Ficha técnica del tomate riñón

	
<b>Nombre científico</b>	Lycopersicon esculentum
<b>Nombre comercial</b>	Tomates Frescos
<b>Partida Arancelaria</b>	0702000000
<b>Unidad Medida</b>	Kilogramos
<b>Presentación comercial</b>	Cajas de Cartón corrugado
<b>Variedades</b>	Cita, Pietro, Jennifer
<b>Zonas de producción</b>	Carchi, Imbabura, Manabí, Guayas
<b>Características del producto</b>	
<b>Peso promedio</b>	180 a 225 gramos aproximado
<b>Diámetro promedio</b>	8,5 cm
<b>Diámetro mínimo</b>	7,5 cm
<b>Color</b>	Rojo
<b>Textura</b>	Firme
<b>Empaque</b>	Caja de cartón corrugado
<b>Fuente:</b> Investigación	
<b>Elaborado por:</b> Verónica Castro	

### 3.2. Características de producto Tomate Riñón

El tomate riñón es una hortaliza muy nutritiva que tiene muchas proteínas y minerales importantes para la salud del ser humano.

La producción de tomate puede ser forma escalonada, en los meses de enero y febrero se hacen las primeras siembras, en marzo se puede hacer otra siembra bajo túnel o campana y ya en mayo al aire libre. La temperatura mínima para poder sembrar es de 15°C. Entre Marzo y Abril se hace el primer trasplante, el segundo trasplante, durante Abril y Mayo, y el tercero en Junio, pueden efectuarse ya al aire libre.

La temperatura más indicada para el cultivo del tomate oscila entre los 20° y 24°, la primera cosecha, procedente de la siembra de Enero y Febrero, se realiza en Mayo, las otras dos, desde Julio a Septiembre y de modo continuado, es decir, la producción de tomate es continua durante todo el año.

El tomate se puede sembrar en suelos que van de arenosos a arcillosos. Los mejores rendimientos se obtienen en suelos de textura franco arenoso y franco limoso, profundo y muy bien drenado.

#### 3.11.2. Perfil Consumidor Colombiano

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

### **La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

El consumidor colombiano está actualmente influenciado por el factor precio, esto ha conllevado que muchas empresas han innovado sus conceptos, tratando de competir principalmente por el atributo precio, la gran mayoría busca ser percibido por el consumidor como el que tiene los precios más económicos, mejores ofertas, etc. Se ha notado la tendencia a la sustitución de marcas, disminución de consumos y eliminación de productos como por ejemplo: helados, chucherías, variedad de bebidas. Disminución en la compra de comida rápida para el disfrute de la familia. Eliminación de algunos servicios como por ejemplo televisión por cable e internet. Tendencia creciente por el desabastecimiento de algunos alimentos de sustituir los mismos o eliminarlos de su dieta de alimentación. (Entorno Empresarial, 2013).

#### **3.11.3. Consumidores Potenciales**

Se ha definido como consumidores potenciales a la población de Ipiales, ya que el tomate riñón es un producto de consumo masivo y el mismo se encuentra en la dieta alimenticia del colombiano.

Los consumidores sería la población de Ipiales, del departamento de Nariño la misma que cuenta con la población al 2015 de 123.341 habitantes y con un crecimiento sostenido para los últimos años tal y como lo muestra el siguiente cuadro:

<b>Población Ipiales</b>	
<b>Años</b>	<b>Población</b>
<b>2013</b>	109.116
<b>2014</b>	112.345
<b>2015</b>	123.341
<b>Fuente: DANE, 2016</b>	
<b>Elaborado por: Verónica Castro</b>	

El tomate riñón en Colombia es un producto que se encuentra en las comidas de los colombianos, el plan de seguridad alimentaria implantado por el Gobierno para lograr que Colombia sea un país autoabastecido, hasta ahora se ha sustentado en las importaciones de productos de primera necesidad y en parte de la producción

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

nacional de cereales y hortalizas, dos de los sectores en los que existe abastecimiento.(Jaua Elias, 2013)

<b>Importaciones y exportaciones de tomate en Colombia</b>		
<b>Años</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>
	<b>TM</b>	<b>TM</b>
2011	88	0
2012	733	1
2013	262	12
2014	379	0
2015	572	796

**Fuente:** DIAN, 2016  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.3.Producción colombiana de Tomate riñón

El grupo de plantas llamadas hortalizas representa dentro de la dieta diaria un papel vital para el colombiano, la producción agrícola entre ellas el tomate riñón se concentra los departamentos de Nariño, Caldas, Antioquia, Valle del Cauca.

#### **Producción de tomate riñón en Colombia**

<b>Años</b>	<b>Exportaciones</b>
2011	200000
2012	202030
2013	195854
2014	195149
2015	193076

**Fuente:** DIAN, 2016  
**Elaborado por:** Verónica Castro

### 3.4.Demanda Insatisfecha

Según los datos establecidos se puede establecer que existe un déficit de consumo de tomate riñón es de kg es decir toneladas que demanda la población de Ipiales, por lo que es necesario cubrir dicho mercado.

### 3.5.Competencia Internacional

Se identificó que existe una exportación importante de tomate riñón a nivel mundial, de acuerdo a los datos del cuadro su puede evidenciar que de los países de América latina que exportan tomate riñón son México, Guatemala y

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

Honduras, siendo los tres principales países exportadores de tomate riñón al mundo.

Según la DIAN menciona que se ha importado cerca de 12,033 kg de tomate con un valor por kg de 2,34 dólares (Instituto Nacional de Estadísticas, 2015), lo que representa un margen de 0,80 centavos mayor al precio de venta ofertado por los productores de la Parroquia La Concepción cuyo precio es de 1,54 dólares, este valor representa un margen de 34,18% con relación a nuestro precio, valor que se transformaría en la reducción de la utilidad a los ofertantes lo que hace a los Productores de la Parroquia La Concepción más competitivos y representa una oportunidad para ingresar al mercado colombiano.

### **3.6. Canal de Distribución en Colombia**

A consecuencia de la imperfección de los canales de distribución y de la fuerte dependencia de las importaciones, el comercio colombiano opera con amplios márgenes de beneficio, resultando más rentable que la producción. Debido a los planes de desarrollo regional de pasadas décadas, muchas empresas situaron sus plantas en zonas alejadas de los principales mercados interiores, viéndose forzadas a depender de intermediarios para la distribución mayorista, quienes a su vez recurren a un segundo y tercer nivel de distribuidores para poner la producción al alcance del productor final. (PROECUADOR, 2015)

La distribución alimenticia en Colombia está altamente intervenida por el Gobierno. Atendiendo a intereses de soberanía alimentaria, su intención es la de controlar toda la cadena de valor desde la producción a la venta última al cliente. En Colombia, la venta es entre mayoristas que principalmente son importadores directos, como Vicasol, Nature Choice, Frutas Hortisol, Agroponiente, Frutas Enma, Unikas, entre otros.

### **3.7. Oferta Exportable**

Para identificar la oferta exportable de tomate riñón por parte de los productores de la Parroquia La Concepción, se realizó una pregunta en la encuesta, en donde se preguntó si desean exportar y la cantidad que podrían destinar para una posible exportación.

De igual manera se estableció que los productores que desean exportar les gustaría en principio poner a disposición el 50% de su cosecha semanal. Según la tabla se puede identificar que existiría a disposición de exportación 1275 semanales de cajas de tomate riñón cada una con un peso aproximado de 13 kg, con un total de 16575 kg, mensualmente tendríamos 5100 cajas con un total de 66300 kg mensuales que estaría destinado a la exportación, anualmente serían 795600 kg, es decir 795 toneladas anuales.

### **3.8. ANÁLISIS FODA**

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**



**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

El análisis FODA es una herramienta que permite identificar la situación competitiva de una empresa o sector, para la presente investigación se pretende expresar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector productivo de hortalizas en donde está incluido el tomate riñón en la Parroquia La Concepción, y con ello identificar con claridad el entorno situacional de este sector.

**Fortalezas**

- Suelo y clima privilegiados para la producción de tomate riñón
- Variedad de producción
- Pequeñas asociaciones de productores.
- Productores con experiencia en la producción.
- Variedad de tipos de tomate riñón sembrado en el sector

**Oportunidades**

- Producción con proyección a nivel internacional.
- Consumo masivo a nivel nacional.
- Apoyo gubernamental
- Búsqueda continúa de mejoramiento de la producción.
- Producto de venta en supermercados.

**Debilidades**

- Baja cantidad de productos para su comercialización principalmente para el mercado internacional.
- Falta de capacitación a los productores para la implementación de nuevas técnicas de producción.
- Falta de recursos económicos para los pequeños productores para la adquisición de materiales de producción.
- Existe desconocimiento para tomar acciones para ingresar el tomate riñón al mercado internacional.

**Amenazas**

- Podría existir sobreofertas en el mercado nacional, provocando precios bajos en relación a los precios internacionales.
- Colombia es el principal competidor en la producción de tomate riñón.
- Puede existir preferencias por los productos de países que tienen un TLC firmado.

**3.9.FUERZAS DE PORTER**

**Competidores Potenciales**

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

México es el principal competidor ya que es uno de los mayores proveedores de tomate riñón a Colombia

La demanda de hortalizas en Colombia alta principalmente por las industrias de alimentos.

**Compradores**

Los precios son muy variables ya que se encuentra en función del mercado y de acuerdo a las cantidades de producción.

**Proveedores**

El proveedor necesita la cantidad adecuada para satisfacer la demanda para ser exportada, los productores manejan una experiencia empírica para la producción de tomate riñón.

**Sustitutos**

El hecho de ser un producto perteneciente a las hortalizas, puede ser reemplazado por otros productos como: zanahoria, pimiento, cebolla entre otras.

**3.14. ESTRATEGIAS**

- Promover la asociatividad entre los productores para mejorar sus posibilidades de la búsqueda de nuevos mercado
- Desarrollo de capacitaciones continuas en comercio exterior, con el objetivo de generar un ambiente favorable de aceptación para la exportación.
- Identificar consumidores potenciales de tomate riñón.
- Dar a conocer los beneficios del consumo de tomate riñón.
- Analizar la oferta y la demanda del tomate riñón en Colombia.
- Buscar diferentes alternativas de ingreso del tomate riñón al mercado colombiano.
- Ingresar al mercado colombiano con un 15% de diferencia en el precio ofertado por la competencia colombiana como estrategia de posicionamiento, situación que determina un precio de 1,54 dólares el Kg.
- Introducir paulatinamente un porcentaje adecuado de producto a Colombia con el fin de que aporte a una alimentación sana en la población.
- Ingresar el producto al mercado Colombiano con un precio accesible al consumidor y rentable para el productor de la Parroquia La Concepción de la Provincia del Carchi.
- Identificar los requerimientos necesarios para realizar el ingreso de tomate riñón a Colombia como permisos previos, certificados fitosanitarios, etc.)

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

- Establecer las mejores condiciones de transporte internacional para la exportación desde Ecuador a Colombia.

#### **4. Conclusiones**

- La productividad actual de tomate riñón en la Parroquia La Concepción es organizada, pero no cuenta con canales de comercialización en forma adecuada.
- El precio del producto varía en forma importante acorde a la época del año y los respectivos volúmenes de producción local, el precio es altamente fluctuante.
- Los productores de tomate riñón de la Parroquia La Concepción manejan su producción de una manera mixta es decir utilizan materiales orgánicos y químicos, cabe mencionar que la producción orgánica ha empezado a ser utilizada por los agricultores en los últimos años.
- La rentabilidad del negocio es importante ya que existe demanda que necesita ser cubierta en Ipiales – Colombia, la factibilidad de la inversión presenta una rentabilidad económica aceptable siendo el VAN de 322.737,14 mayor a cero, y el TIR con un porcentaje de 38,67%.
- El proceso logístico del proyecto pretende realizar una distribución internacional del tomate, cumpliendo con los requerimientos del país de destino, esto puede ser cumplido por el país, lo que permitirá elevar el nivel exportaciones de tomate riñón.

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**

**La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia**

**5. Recomendaciones**

- Es importante iniciar con una capacitación técnica con expertos en producción, que permita mejorar las técnicas de cultivo de tomate y con ello obtener un producto de exportación.
- Es necesario que los productores cuenten con nuevos niveles de comercialización, puede ser mediante la venta directa a los consumidores finales sin la necesidad de la intervención de intermediarios, como la exportación del producto.
- Se recomienda la conformación de cooperativas o asociaciones entre los productores de tomate riñón de la Provincia del Carchi, de acuerdo a su ubicación geográfica con el objeto de ganar mayor representatividad en el mercado nacional e internacional.
- Se recomienda promover la realización de estudios de factibilidad para solucionar problemas de la región, convirtiéndose en oportunidades de negocios, generando beneficios para los inversionistas, mediante esto generar la exportación de productos no tradicionales para ingresar a los mercados internacionales.
- El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) debe impulsar el fomento a la producción de tomate riñón en la Provincia del Carchi, mediante el desarrollo de variedades de alto rendimiento para mejorar su productividad y sea más competitivo.

**6. Referencias bibliográficas y linkográficas:**

Banco de la Republica de Colombia. (2016). Inflación Venezolana. Caracas.

Bemudez, J. (2013). Seguridad Alimentaria y Nutricional en el Ecuador.

Ecuador.

Cuevas, J. (Mayo de 2014). Revista Tierra Adentro. Obtenido de Revista Tierra

Adentro: <http://www.revistatierraadentro.com/index.php/agricultura> Czinkota, M. (2007). Negocios Internacionales. Thomson.

Diario El Nacional. (2014). Obtenido de <http://www.guia.com.ve/noti/29280/plande-seguridad-alimentaria>

Diario El Pais. (2013). Obtenido de [www.elpais.com](http://www.elpais.com)

Diario la Voz. (2013). Recuperado el Junio de 2013, de [www.diariolavoz.com](http://www.diariolavoz.com).

**“La comercialización de tomate riñón desde la parroquia La Concepción de la provincia del Carchi hacia Ipiales-Colombia contribuye en el nivel de vida del sector productivo de la parroquia”**

**Verónica Yomaira Castro Villarreal UPEC-ECUADOR**