

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL, de la provincia de Imbabura.”

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

AUTORA: Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez

TUTORA: Msc. Milena Gutiérrez

TULCÁN - ECUADOR

2018

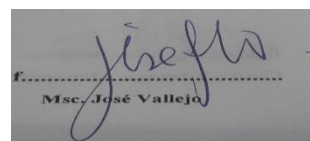
CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez con el número de cédula 1003504550 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL, de la provincia de Imbabura.”

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

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'Milena Gutiérrez'. Below the signature, there is a dotted line and a small 'f' on the left side.

Msc. Milena Gutiérrez

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'José Vallejo'. Below the signature, there is a dotted line and the text 'Msc. José Vallejo' printed below it.

Msc. José Vallejo

Tulcán, 8 de Agosto de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero/a Licenciado/a de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez con cédula de identidad número 1003504550 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

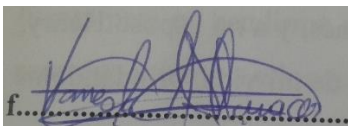


Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez

Tulcán, 8 de Agosto de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL de la provincia de Imbabura” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez

Tulcán, 8 de Agosto de 2018

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios, por darme cada día la oportunidad de seguir adelante y así poder culminar una etapa fundamental en mi vida profesional, demostrándome siempre que es posible alcanzar las metas y objetivos trazados.

También me siento agradecida con la Universidad Politécnica Estatal del Carchi que con el apoyo y ayuda constante de los docentes quienes influyeron con sus lecciones y compartieron sus conocimientos y experiencias me han formado como una persona preparada para los desafíos que nos pone la vida durante el proceso de estudio.

Desde el fondo de mi corazón agradezco a mis padres Alonso e Inés, y a mi esposo Henry, quienes siempre estuvieron en los momentos felices y más duros de mi vida, brindándome sus consejos y su apoyo incondicional para culminar esta etapa.

DEDICATORIA

Este trabajo dedico principalmente a Dios, por darme valor, fuerza y sabiduría para terminar este camino y además permitirme culminar un objetivo más de mi formación profesional.

A mis padres, por el amor, sacrificio y por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mis hermanos por estar siempre dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

A mi esposo Henry una persona muy especial en mi vida que siempre estuvo apoyándome en las decisiones que tome. A mis hijos Francisco y Victoria por ser mi inspiración y darme fuerza para no rendirme a mitad del camino y además compartir momentos significativos conmigo y junto a ellos poder culminar esta etapa de mi vida.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	1
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
ÍNDICE.....	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	16
ABSTRACT.....	17
INTRODUCCIÓN	18
I. EL PROBLEMA	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. JUSTIFICACIÓN	20
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	22
1.4.1. Objetivo General.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.4.3. Preguntas de Investigación	22
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	24
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	24
2.2. MARCO TEÓRICO	28
III. METODOLOGÍA.....	31
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	31
3.1.1. Enfoque.....	31
3.1.2. Modalidad	31
3.1.3. Tipo.....	31
3.2. IDEA A DEFENDER	32
3.2.1 VARIABLES	32
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	33
3.3.1. Definición de las variables.....	33
3.3.2. Operacionalización de variables	33
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	36
3.4.1. Técnicas para recolección de datos.....	36

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	37
3.5.1. Población y muestra de la investigación.....	37
3.5.2. Instrumentos de investigación	37
3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	37
3.6.1. Análisis situacional	37
3.6.1.1. Factores Socio Económicos	37
3.6.2. Factores Externos.....	42
3.6.2.1. Factores Socioeconómicos.....	42
3.6.2.1.1. Producto interno bruto	42
3.6.2.1.2. Producto Interno Bruto Per Cápita.....	44
3.6.2.1.3. Inflación	45
3.6.2.1.4. Tasa de desempleo	46
3.6.2.2. Factores Políticos	47
3.6.2.2.1. Política Comercial.....	47
3.6.2.2.2. Barreras Arancelarias.....	48
3.6.2.2.3. Barreras no Arancelarias.....	51
3.6.2.2.4. Balanza Comercial	53
3.6.2.3. Factores Legales	57
3.6.2.3.1. Normativa Aduanera.....	57
3.6.2.4. Factores Geográficos	58
3.6.2.4.1. Población	59
3.6.2.4.2. Índice de desempeño logístico.....	60
3.7. ESTUDIO DE MERCADO	63
3.7.1. Análisis de la Demanda	63
3.7.1.1. Perfil de Consumidor de Colombia	63
3.7.1.2. Consumo Aparente	64
3.7.1.3. Potenciales Consumidores	65
3.7.1.4. Precio del Aguacate en Colombia.....	66
3.7.1.5. Aeropuertos, puertos y pasos terrestres de Colombia.....	67
3.7.2. Análisis de la oferta de aguacate.....	68
3.7.2.1. Producto a Exportar	68
3.7.2.1.1. Clasificación arancelaria.....	68
3.7.2.1.2. Descripción del Producto.....	68
3.7.2.1.3. Precios Históricos	69

3.7.2.2. Producción de aguacate	70
3.7.2.2.1. Producción en el Ecuador	70
3.7.2.2.2. Producción de Imbabura	71
3.7.2.2.3. Producción de la Asociación.....	73
3.7.2.3. Oferta Exportable.....	75
3.7.3. PROYECCIONES DEL PROYECTO	76
3.7.3.1. Demanda Insatisfecha	76
3.8. ESTUDIO TÉCNICO	78
3.8.1. Localización.....	78
3.8.1.1. Macrolocalización.....	78
3.8.1.2. Microlocalización	78
3.8.2. Ingeniería o Proceso Productivo	79
3.8.2.1. Descripción del Proceso.....	80
3.8.2.1.1. Recolección del aguacate.....	80
3.8.2.1.2. Selección	81
3.8.2.1.3. Limpieza	81
3.8.2.1.4. Clasificación	81
3.8.2.1.5. Empaque	81
3.8.2.1.6. Almacenamiento	82
3.8.2.1.7. Transporte	83
3.8.2.1.8. Venta.....	83
3.8.3. Organigrama Estructural de la Asociación	84
3.8.3.1. Definiciones Funcionales.....	85
3.8.4. Procedimiento de Exportación.....	90
3.8.4.1. Documentos de Exportación.....	90
3.8.4.2. Procedimiento	91
3.8.4.3. Exportación.....	91
3.8.5. Logística de Exportación	92
3.8.5.1. INCOTERMS NEGOCIADO.....	93
3.8.5.2. Unitarización.....	95
3.8.5.3. Transporte	99
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	100
4.1. RESULTADOS	100
4.1.1. Análisis del POAM Resumen.....	100

4.1.2. Empresas importadoras de Aguacate	101
4.1.3. Análisis de la Encuesta	102
4.1.3.1. Hectáreas dedicadas al cultivo de aguacate	102
4.1.3.2. Tiempo de duración del cultivo (años)	103
4.1.3.3. Inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate.....	104
4.1.3.4. Tipo de aguacate producen y comercializan	105
4.1.3.5. Producto rentable	106
4.1.3.6. Calidad de aguacate que cultiva.....	107
4.1.3.8. Forma de venta.....	108
4.1.3.9. Temporada de aguacate	109
4.1.3.10. Precio del producto	111
4.1.3.11. Clientes	111
4.1.3.12. Terrenos para la producción de aguacate.....	112
4.1.3.13. Producto para el mercado internacional.....	113
4.1.3.14. País que tiene más demanda para exportar el aguacate	114
4.1.3.15. Estrategia de posicionamiento del producto	115
4.1.3.16. Precio del aguacate Ecuador – Colombia	116
4.1.4. Estudio Financiero	117
4.1.4.1. Inversión Inicial	117
4.1.4.2. Balance General	119
4.1.4.3. Estado de Resultados	120
4.1.4.4. Punto de Equilibrio	121
4.1.4.5. Flujo de Efectivo.....	125
4.1.4.6. Rentabilidad del Proyecto	126
4.2. DISCUSIÓN	128
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
5.1. CONCLUSIONES	131
5.2. RECOMENDACIONES	132
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134
VII. ANEXOS.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	34
Tabla 2. Países importadores del producto 080440, (miles de USD)	38
Tabla 3. Exportaciones totales de Ecuador de la partida 0804400000	39
Tabla 4. Exportaciones de Ecuador a nivel mundial en miles de USD	40
Tabla 5. Exportaciones de Ecuador en miles de dólares y toneladas	41
Tabla 6. Producto Interno Bruto (PIB)	42
Tabla 7. Producto Interno Bruto (PIB) Per Cápita.....	44
Tabla 8. Índice de Precios al Consumo o Inflación	45
Tabla 9. Tasa de Desempleo	46
Tabla 10. Estados Unidos Arancel vigente	49
Tabla 11. España Arancel Vigente	49
Tabla 12. Colombia Arancel Vigente	50
Tabla 13. Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos	53
Tabla 14. Balanza Comercial Ecuador - España.....	54
Tabla 15. Balanza Comercial Ecuador – Colombia en miles de USD	55
Tabla 16. Acuerdos comerciales Vigentes.....	56
Tabla 17. Normativa Aduanera.....	58
Tabla 18. Población	59
Tabla 19. Índice de desempeño logístico.....	60
Tabla 20. Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)	61
Tabla 21. Consumo Aparente de aguacate de Colombia	64
Tabla 22. Importadores Colombianos de aguacate por ciudad.....	66
Tabla 23. Precios del aguacate por kilogramo en el mercado colombiano.....	67
Tabla 24. Clasificación arancelaria del producto.....	68
Tabla 25. Precios mensuales del aguacate por kilogramo en los mercados del Ecuador	70
Tabla 26. Empresas ecuatorianas dedicadas a la exportación de la partida 0804400000....	72
Tabla 27. Organizaciones de Productores y Comercializadores de Aguacate.....	73
Tabla 28. Producción de los socios de ASOGRADEL.....	74
Tabla 29. Oferta de ASOGRADEL	75
Tabla 30. Demanda Insatisfecha	77
Tabla 31. Manual de Funciones Presidente	85
Tabla 32. Manual de Funciones del Vicepresidente	85
Tabla 33. Manual de Funciones del Secretaria	86

Tabla 34. Manual de Funciones del Asesor Comercial	87
Tabla 35. Manual de Funciones de Tesorería	87
Tabla 36. Manual de Funciones del Jefe de Personal	88
Tabla 37. Manual de Funciones del Asistente en Comercio Exterior	88
Tabla 38. Manual de Funciones del Operario	89
Tabla 39. Información del Producto	93
Tabla 40. Cálculo de los INCOTERMS	94
Tabla 41. Precio unitario de las canastillas negociado en los INCOTERMS	94
Tabla 42. Datos del cubicaje	95
Tabla 43. Cálculo del Cubicaje para semirremolque de 30T	96
Tabla 44. Cálculo del Cubicaje para semirremolque de 15T	97
Tabla 45. Estimación de Ventas	98
Tabla 46. Costos de Exportación	99
Tabla 47. Resumen de la Matriz POAM	100
Tabla 48. Importadores de aguacate	101
Tabla 49. Hectáreas dedicadas al cultivo de aguacate	102
Tabla 50. Periodo de duración del cultivo	103
Tabla 51. Inversión Promedio	104
Tabla 52. Tipo de Aguacate	105
Tabla 53. Rentabilidad del Aguacate	106
Tabla 54. Calidad del Producto	107
Tabla 55. Clasificación por parte del productor	108
Tabla 56. Forma de vender	109
Tabla 57. Temporada de aguacate	110
Tabla 58. Precio del aguacate	111
Tabla 59. Comercialización	112
Tabla 60. Terrenos para la producción de Aguacate	112
Tabla 61. Criterio de ASOGRADEL	113
Tabla 62. País que demanda aguacate	114
Tabla 63. Estrategia de ASOGRADEL	115
Tabla 64. Comparación precios Ecuador- Colombia	116
Tabla 65. Inversión Inicial	118
Tabla 66. Balance General con Financiamiento	119
Tabla 67. Balance General sin Financiamiento	120

Tabla 68. Estado de Resultados con Financiamiento	120
Tabla 69. Estado de Resultados sin Financiamiento.....	121
Tabla 70. Punto de Equilibrio con Financiamiento	123
Tabla 71. Punto de Equilibrio sin Financiamiento	124
Tabla 72. Flujo de Efectivo Con Financiamiento	125
Tabla 73. Flujo de Efectivo Neto sin Financiamiento	126
Tabla 74. Rentabilidad con financiamiento	126
Tabla 75. Rentabilidad sin Financiamiento	127
Tabla 76. Comparación Cubicaje.....	129
Tabla 77. Comparación inversión	129
Tabla 78. Comparación de Utilidad	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principales países importadores de aguacate a nivel mundial.....	38
Figura 2. Exportaciones totales valor FOB de Ecuador de la partida 0804400000.....	39
Figura 3. Principales países importadores de aguacate del Ecuador	40
Figura 4. Exportaciones de Ecuador en toneladas de la partida 0804400000	41
Figura 5. Porcentaje de Producto Interno Bruto (PIB)	43
Figura 6. Porcentaje de Producto Interno Bruto (PIB) Per cápita	44
Figura 7. Porcentaje de inflación de los países que importan aguacate ecuatoriano	46
Figura 8. Tasa de desempleo existente en los países que importan aguacate ecuatoriano ..	47
Figura 9. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – Estados Unidos	54
Figura 10. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – España.....	55
Figura 11. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – Colombia.....	56
Figura 12. Población proyectada de los países objetivo	59
Figura 13. Producción de aguacate a nivel nacional.....	71
Figura 14. Mapa de la macro localización	78
Figura 15. Mapa de Microlocalización	79
Figura 16. Pasos para lograr el empacado al vacío.....	80
Figura 17. Canastilla plástica utilizada para el mercado nacional.	82
Figura 18. Canastilla utilizada para el mercado de exportación.	82
Figura 19. Organigrama de ASOGRADEL.....	84
Figura 20. Proceso de exportación.....	92
Figura 21. Ubicación de las canastillas en el transporte de 30T.....	96
Figura 22. Ubicación de las canastillas en el transporte de 15T.....	97
Figura 23. Edad de los socios ASOGRADEL	102
Figura 24. Hectáreas de cultivo de los Socios	103
Figura 25. Período de duración de cultivo	104
Figura 26. Inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate.	105
Figura 27. Tipo de Aguacate que produce ASOGRADEL.....	106
Figura 28. Calidad del aguacate de ASOGRADEL.....	107
Figura 29. Selección del Aguacate	108
Figura 30. Forma de comercializar	109
Figura 31. Meses de temporada de aguacate	110
Figura 32. Forma de Comercialización.....	112

Figura 33. Terrenos para la producción de Aguacate	113
Figura 34. Disposición para la venta internacional de Aguacate.....	114
Figura 35. País que demanda aguacate	115
Figura 36. Estrategia de posicionamiento del producto.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

El documento que se plasma a continuación, se realiza con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto, a través de la elaboración de un estudio de mercado, en donde se analiza ciertos mercados con características homogéneas, factores como las importaciones del mercado óptimo, exportaciones nacionales, situación socio económica y política, entre otras, todos estos componentes que se enfocan en este proyecto de investigación está encaminado a generar resultados acerca de la oferta existente de la variedad de aguacate tipo Fuerte específicamente producida por ASOGRADEL una asociación ubicada en la provincia de Imbabura, dieron como resultado que el país óptimo para la exportación del producto es Colombia especialmente en Ipiales Cúcuta y Bogotá. Considerando que el 17% de la producción de aguacate existente en el Ecuador, se centra en la provincia de Imbabura, los resultados de la encuesta aplicada, a los 32 socios de ASOGRADEL deciden destinar parte de su producción para la exportación y por ende ingresar al mercado colombiano; además con ello obtener los beneficios de ingresar al mercado internacional haciendo conocer las propiedades del aguacate tipo Fuerte, como también mejorar sus ingresos sin la intervención de intermediarios. Por último se realizó un estudio técnico y financiero mismo que es fundamental ya que permite analizar la rentabilidad del proyecto, en donde como resultado se obtuvo un TIR de 28,74% el cual es superior a la tasa de interés bancaria, así también un costo beneficio de 1,93 es decir, que por cada dólar que se invierta se gana 0,93 centavos.

Palabras claves: exportación, demanda, oferta exportable, factibilidad.

ABSTRACT

The document shown below, is carried out with the purpose of knowing the feasibility of the project, through the elaboration of a market study, in which certain markets with homogeneous characteristics are analyzed. Factors such as the imports of the optimal market, national exports, socio-economic and political situation, among others. All these components that focus on this research project are aimed at generating results about the existing supply of the “Fuerte” type avocado variety specifically produced by ASOGRADEL, an association located in the Imbabura province. The result of it was that the optimal country to produce and export this product is Colombia especially in Ipiales Cúcuta and Bogotá. Considering that 17% of the production of avocado in Ecuador is centered in the Imbabura province, the results of the survey applied to the 32 partners of ASOGRADEL, decide to allocate part of their production for export and therefore go into the Colombian market. In addition to this, to obtain the benefits of entering to an international market, making known the properties of the “Fuerte” type avocado, as well as improving its income without the intervention of intermediaries. Finally, a technical and financial study was developed, which is fundamental since it allows analyzing the profitability of the project, where as a result an IRR of 28.74% was obtained, which is higher than the bank interest rate. The cost benefit was 1.93. It means that for every dollar that is invested, 0.93 cents are earned.

Key Words: exportation, demand, exportable offer, feasibility.

INTRODUCCIÓN

En el comercio internacional existen diversas oportunidades para el Ecuador, debido a que éste cuenta con diferentes productos que son apetecidos a nivel mundial, como es el aguacate que gracias a su valor nutritivo y sus diferentes usos puede ingresar a mercados internacionales con una significativa acogida.

Esta investigación tiene como fin incrementar las oportunidades de negocio que tiene nuestro país y con esto fomentar el cultivo y por ende la exportación de esta fruta que en la actualidad cuenta con un enorme crecimiento de su demanda nacional como internacional.

El primer capítulo del proyecto se plasma el problema donde se manifiesta la situación actual del país exportador Ecuador como el de destino Colombia, en lo que concierne a la comercialización de aguacate tipo Fuerte y con esto se identifica objetivos para alcanzar una investigación óptima.

El segundo capítulo se manifiesta el marco teórico en donde se toma como referencia tanto antecedentes investigativos como artículos científicos que tengan relación a la comercialización de aguacate, además se presenta un breve ensayo de los fundamentos legales para en buen desenvolvimiento de las exportaciones, así como también las teorías utilizadas en la investigación.

Posteriormente en el tercer capítulo se determina la metodología que se ha utilizado para el tema en estudio, que para ello se trabajó con información secundaria de fuentes confiables para examinar la situación de Colombia y Ecuador, y lo más importante, conocer los proveedores y clientes del producto, la cual permite analizar el porcentaje de cobertura del proyecto.

En el cuarto capítulo se analiza los respectivos resultados más relevantes considerando un estudio financiero para conocer la factibilidad del proyecto. Así también se muestra la discusión haciendo énfasis en otro proyecto referente al tema con el que se ha realizado diferentes comparaciones que conllevan a las conclusiones de la investigación.

Finalmente en el quinto capítulo se da a conocer las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado, del proyecto.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador al tener varios climas como: frío, húmedo tropical y tropical seco, le ha permitido que se dé una variedad de plantas y cultivos, mismos que son de buena calidad y que gracias a su ubicación geográfica privilegiada, el aguacate es un potencial producto de exportación, pero muchas personas que se dedican a la producción de esta fruta no logran incrementarla por factores como el financiamiento y fundamentalmente por el desconocimiento del mercado.

El consumo global de aguacate está creciendo deprisa, más rápido que la producción. Aunque la superficie plantada en todo el mundo está creciendo a ritmo acelerado, la producción todavía no puede satisfacer la demanda. Cada vez más mercados se están abriendo a la importación y a la exportación. En ocasiones, los precios se han disparado. (Plaza, 2015, pág. 1)

En Ecuador el comportamiento del mercado actual del aguacate, de acuerdo con el registro estadístico del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), en el 2013, la producción de aguacate que se utilizó para la exportación fue de 17.227 toneladas métricas (TM), siendo Imbabura y Carchi con 2.083 TM y 1.296 TM respectivamente las provincias proveedoras de este fruto, seguida en menores cantidades de producción se encuentran Tungurahua con 500 y Azuay con 488TM.

Datos que son favorables a la actividad agrícola, pero debido al desconocimiento de la demanda existente del producto e inexperiencia en realizar el proceso logístico de exportación directo, es decir, sin la intervención de terceros, de los productores y comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL”, no ha sido posible planificar de manera sustentable el sector, lo que implica ofertar el producto a precios bajos.

Los factores que afectan directamente la demanda del producto en el mercado son: el poco interés en el uso de tecnologías para el cultivo del aguacate, la intervención de intermediarios en el proceso de comercialización. Desde el lado de la oferta las plagas ocasionan daños en los cultivos y por tanto pérdidas económicas. Esta situación obstaculiza la colocación del producto en el mercado nacional e internacional, ocasionando ingresos bajos a los

productores y comercializadores de ASOGRADEL, pues no logran recuperar los costos de inversión que han realizado.

En esta investigación se han generado varias inquietudes ¿Cuál es la demanda internacional existente de aguacate?; ¿Cuáles son los principales países importadores de aguacate?; ¿Qué tipo de aguacate es el que satisface la demanda?; ¿Qué cantidad de aguacate produce la asociación ASOGRADEL?; ¿Existen otras asociaciones que comercializan aguacate en la provincia de Imbabura para conocer su producción y con esto formar alianzas para satisfacer en su totalidad a la demanda insatisfecha?; ¿Qué tipo de aguacate produce la asociación en estudio?, ¿Cuál es el mercado más factible para la comercialización de aguacate de la asociación ASOGRADEL?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento de la demanda de aguacate por parte de la Asociación de Productores y Comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL” limita la comercialización internacional.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La comercialización es fundamental cuando existen productos originarios de un país, por lo cual es de vital importancia buscar diferentes formas de ingresar a mercados exteriores, estas estrategias deben estar encaminadas al comercio tanto nacional como internacional, de tal manera que se reactive la economía un país.

Por esta razón es relevante la información que se recopile en este documento debido a que la importancia del aguacate, que también se produce en Ecuador, ha venido creciendo sostenidamente en el mercado nacional como internacional, dejando de ser una fruta desconocida para incorporarse en la dieta las personas, como se menciona que en el 2012 la nación norteamericana importó 913,7 millones este producto, mientras que en el 2016 fueron de 1.993 millones de dólares. (PORTAFOLIO, 2017). México en cambio el consumo per cápita supera los 10 kilos persona año. (El Productor, 2012). La preferencia por parte del consumidor a nivel mundial, al preferir productos saludables; constituye una ventaja debido

a que el aguacate tiene un enorme potencial de consumo en fresco. (ANACAFÉ, 2012, pág. 15)

Al ser el aguacate una fruta apetecida por el consumidor a nivel mundial es necesario realizar un estudio de factibilidad para conocer los posibles mercados internacionales demandantes del aguacate, los cuales permitirán a la Asociación comercializar la fruta de forma directa y consecuentemente mejorar sus ingresos. Así también se intensificará su productividad de una forma eficiente, contribuyendo al desarrollo competitivo de este sector y generando trabajo, pues su característica de producto perenne permite realizar cultivos durante todo el año.

Los factores que inciden positivamente en el atractivo de este producto son: los hábitos de consumo con un incremento de la demanda de productos nutritivos o enriquecidos, productos naturales y orgánicos, nuevas líneas de productos verdes, de comida rápida verde o nuevas formas de presentación y envasado. (Negocios, 2013)

Una de las ventajas con las que se cuenta para la realización de este proyecto es que el aguacate contiene diferentes usos, ya sea medicinales o como materia prima en la fabricación de cosméticos. Pero el principal uso de esta fruta es el consumo en fresco, ya que por su alto valor proteínico es indispensable en la comida y dieta del ser humano.

El desarrollo de esta investigación se justifica académicamente ya que aportará a las próximas investigaciones científicas de proyectos de grado, que se ejecuten ya sea en la misma universidad o en otras instituciones que requieran información referente a la comercialización internacional de aguacate, o también a la metodología que se sigue en este proyecto, que es coherente con nuestros estudios superiores y con el medio en el que nos desarrollamos.

A través de este proyecto en donde se busca introducir un producto con un alto valor nutritivo y además ampliar la oferta exportable del mismo, los principales beneficiados serán los miembros de la asociación ASOGRADEL, ya que incrementarían sus ingresos al comercializar de manera directa y ampliarían su enfoque empresarial. Otro de los beneficiados será el consumidor, debido a que los diferentes países tienen sus exigencias al

adquirir un producto, ya que debe cumplir los esquemas de calidad que se exige para el consumo. Por tal motivo esta investigación proporcionará la información necesaria para el cumplimiento de los mismos y así poder acceder a productos de calidad y con varios nutrientes que satisfagan las necesidades a precios justos y accesibles.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura

1.4.2. Objetivos Específicos

- a) Fundamentar bibliográficamente la comercialización internacional de aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL” y la oferta de la Provincia de Imbabura.
- b) Diagnosticar la oferta exportable y la demanda requerida en el mercado internacional con la finalidad de comercializar el aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura
- c) Realizar un estudio de mercado, estudio técnico, y estudio financiero para identificar las oportunidades internacionales para la comercialización del aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas “ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura.

1.4.3. Preguntas de Investigación

¿Cuál es la demanda internacional existente de aguacate?

¿Cuáles son los principales países importadores de aguacate?

¿Cuáles son los permisos adecuados para la exportación del aguacate?

¿Cuáles son los estándares de calidad que tiene que cumplir el aguacate para ingresar al mercado internacional?

¿Qué acuerdos comerciales tiene Ecuador actualmente que favorezca para la comercialización internacional del aguacate?

¿Qué tipo de aguacate es el que satisface la demanda?

¿Qué cantidad de aguacate produce la asociación ASOGRADEL?

¿Existen otras asociaciones que comercializan aguacate en la provincia de Imbabura para conocer su producción y con esto formar alianzas para satisfacer en su totalidad a la demanda insatisfecha?

¿Qué tipo de aguacate produce la asociación en estudio?

¿Cuáles son los principales competidores en el mercado internacional?

¿Cuál es el mercado más factible para la comercialización de aguacate de la asociación ASOGRADEL?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se ha considerado los siguientes antecedentes, que será de apoyo y de mucha importancia como referencias para el desarrollo de este proyecto, entre los cuales están:

Autora: Rosero Rosero Maira Alejandra

Título: La demanda de aceite de aguacate extra virgen en el mercado de Francia y la comercialización para la empresa Uyamá Farms S.A.

Año: 2015

Tesis

Según la investigación realizada por Rosero (2015), en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con el tema antes mencionado, tiene como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de aceite de aguacate extra virgen desde la empresa Uyamá Farms S.A., para atender la demanda requerida en Francia, con esto se determina si es factible la exportación de aceite de aguacate a un mercado internacional, como también se examinó los principales competidores tomando en cuenta los requerimientos que solicitan para el producto que se va ofertar y posteriormente las vías de exportación para la venta del producto y se llega a la conclusión de que los clientes europeos se caracterizan por exigir productos naturales, de calidad y alto valor agregado, inclusive el costo no es tan importante a la hora de adquirirlo, por ello se considera que tendrá aceptación muy favorable en el país estudiado.

En la investigación es fundamental conocer la importancia que tiene el producto a exportar como es el aguacate ya que el panorama actual ofrece un amplio abanico de beneficios que éste tiene y las oportunidades de ingresar a un mercado internacional, asimismo en la investigación mencionada anteriormente se toma en cuenta el tipo de investigación realizada que fue descriptiva, aplicada y documental que son significativas debido a que en el proyecto se utilizará las mismas. Además ha permitido conocer los diferentes derivados del aguacate, condiciones climáticas, proceso de producción y países competitivos que permitirán conocer las necesidades y requerimientos del consumidor para lograr una comercialización a nivel internacional con un producto de alta calidad generando así perspectivas favorables para el crecimiento de las exportaciones del producto.

Autora: Geovanna Maricela Cisneros López

Título: Exportación de aguacate de la provincia de Manabí – Ecuador y la demanda requerida en Bogotá – Colombia

Año: 2013

Artículo Científico

Según Cisneros (2013) en su publicación, menciona que como objetivo principal es la implementación de un estudio de mercado, el cual permita estudiar varios factores, como: las importaciones, exportaciones, situación socio económica y política, entre otras; así como también, se plasmó el estudio técnico, logístico, es así que dicha investigación concluyó que es factible realizar la exportación de aguacate debido a que no existe barreras arancelarias entre Ecuador y Colombia porque son países miembros de la CAN y además existe un alto nivel de aceptación de la fruta por parte del consumidor.

Esta investigación proporciona información relevante para la investigación lo cual es de vital importancia ya que indica los lugares donde existe la producción de aguacate como también los países posibles donde pueden comprar el producto, competidores, esta investigación además se realizó mediante el uso de información secundaria, la cual permite indagar diversos factores de la comercialización de aguacate, por ende los proveedores y clientes.

Autora: Marriott Bravo María Maricela

Título: Estrategias de marketing para exportación de aceite de aguacate al mercado francés

Año: 2016

Tesis

En la investigación realizada por Marriot (2016) en la Universidad de Guayaquil, tiene el propósito de diseñar estrategias de marketing internacional para mejorar el posicionamiento del producto y con esto incentivar la producción del mismo, también se encuentran los niveles de producción de aguacate, en donde se garantiza la calidad. Mencionada investigación llega a concluir que la calidad del producto es óptima para el consumo tanto nacional como internacional pero falta mejorar algunos estándares para subir el nivel de exportaciones como materia prima o como producto con valor agregado.

Esta investigación será de gran ayuda, debido a que se mencionan varios puntos relevantes como son las preferencias del consumidor en donde también se muestra que existe conocimiento significativo del producto por parte de los demandantes ya que existe un nivel moderado de aceptación del aguacate, de igual forma en la investigación se demuestra que

hay disponibilidad a comprar y consumir los productos ecuatorianos en diferentes mercados internacionales; se toma esta referencia porque utiliza métodos investigativos como cualitativo y descriptivo mismos que se ha utilizado para analizar varios factores que predominan el proyecto de investigación.

Autora: Játiva Pozo Erika Johanna

Título: Estudio de Factibilidad para la producción, comercialización y demanda del aguacate en el mercado de la Provincia de Imbabura

Año: 2016

Tesis

Según Pozo (2016) en su investigación realizada en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, se plantea como objetivo realizar un estudio de factibilidad que permita analizar la demanda de aguacate para su producción y comercialización en el mercado de la provincia de Imbabura, menciona varios aspectos como lugares de producción, clima en donde se produce el producto y demás información importante que ayudó a determinar si el proyecto es factible. Después de recopilar información, del mercado y realizar los cálculos respectivos de oferta y demanda se obtuvo como resultado la existencia de una demanda insatisfecha de 1.583.289 kg de aguacate al año, esto es beneficioso para el proyecto debido a que existe un alto número de consumidores insatisfechos por lo que se puede decir que la cantidad de kilogramos de aguacate que se puede ofrecer al mercado es sumamente amplia.

Esta investigación es importante para nuestro proyecto porque se puede conocer fuentes de indagación confiable de donde la autora obtuvo datos significativos, además del proceso de producción del aguacate, así también herramientas de investigación que son fundamentales para la obtención de información como método que se aplicó en el proyecto es el inductivo – deductivo y las técnicas utilizadas que son las encuestas y las entrevistas, mismas que ayudaron a llegar a la conclusión de que por lo general la frecuencia de consumo de aguacate es de una a dos veces a la semana, la cantidad de consumo de esta fruta se ve influida por el número de integrantes de cada una de las familias y del poder adquisitivo de las mismas. El sabor de esta fruta es neutro por lo que se puede combinar con una serie infinita de platos.

Autora: Guzmán Marroto Violeta Pamela

Título: Diseño de plan estratégico para incrementar las exportaciones de aguacate hacia el mercado de Francia

Año: 2012

Tesis

Según Guzmán (2012) en su investigación realizada en la Universidad Politécnica Salesiana se analizará la evolución de las exportaciones del aguacate, como también la competencia del mismo, los requerimientos técnicos y sanitarios que tiene éste con ayuda de un estudio de mercado. Después de recopilar esta información observa que para ingresar a este mercado se necesita de mucho esfuerzo y labor que será en las misiones comerciales y el contacto con los clientes de manera más directa y además para llevar a cabo este plan estratégico se debe organizar a los productores con el objetivo de fomentar la capacidad gremial, mejorar su poder de negociación, incrementar sus ingresos y que logren alcanzar una mejor posición dentro de la cadena productiva.

Esta investigación es importante ya que menciona varias estrategias que se pueden utilizar para introducir el producto en mercados internacionales como uno de ellos es Francia, así también llega a la conclusión que para que genere más rentabilidad es necesario la unión de los productores de aguacate lo que en la investigación que se está ejecutando ya existe una asociación esto indica que es una ventaja para la comercialización del aguacate.

Autora: Dirección General de Fomento de las Exportaciones del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua

Título: Estudio de la Demanda Potencial de la Oferta Exportable de Nicaragua en Alemania

Año: 2015

Artículo Científico

Según la publicación realizada por la Dirección General de Fomento de las Exportaciones del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua (2015), se analiza de forma sintética los principales productos y sectores con potencialidad exportadora tales como el café, cacao, camarón, queso, vegetales de conserva, aceites, miel, pulpa de fruta, mermelada, jugos y néctares, frutas deshidratadas y snacks, cueros y calzado y finalmente, el sector del mueble; de igual manera, de forma más exhaustiva, mediante la realización de una matriz de cruce de los sectores priorizados en Alemania, se ha identificado los principales sectores en donde podrían ingresar los productos con mayor aceptación.

El contenido de esta publicación es de vital importancia, debido a que nos informa varios aspectos que ayudan al Proyecto de Investigación, como conocer cuán importante es la oferta exportable de un país, además saber acerca del mercado a donde se pretende como destino de los productos, es decir, situación actual y perspectivas macroeconómicas y también las tendencias de consumo que tienen los países sobre los productos o servicios.

Autor: Yabrudy Vega Javier

Título: El aguacate en Colombia: Estudio de caso de los Montes de María, en el Caribe colombiano

Año: 2012

Artículo Científico

Según la publicación de Yabrudy (2012), tiene como objetivo analizar, la demanda internacional, es decir, las potencialidades del aguacate colombiano a nivel mundial, asimismo la alta demanda se refleja no solo en Colombia sino también en el mundo, en especial aquellos países donde el aguacate es un producto nuevo. Prueba de ello, son los aumentos experimentados durante las últimas décadas tanto en el consumo como los nuevos países de este, esta publicación llego a la conclusión de que los agricultores de la región Caribe deben trabajar de la mano de los centros de investigación, para la puesta en marcha y desarrollo de técnicas que permitan mejorar sus prácticas agrícolas actuales como también reorientar y fortalecer a las organizaciones de productores, que consecuencia de las divisiones internas y en algunos casos la falta de liderazgo, no han podido sacar adelante al sector aguacatero.

La investigación es significativa, ya que, analiza información puntual del producto, además identifica algunos factores que afectan la producción de aguacate, los cuales le han impedido a Colombia convertirse en un competidor importante en el mercado internacional, así como también las exportaciones que ha realizado el país y qué países demandan el producto, considerando las preferencias que tienen estos consumidores.

2.2. MARCO TEÓRICO

Comprende tanto a exportación que es la venta de los productos originarios de un país a clientes situados en otro país, como la importación que es la compra de bienes o servicios a un proveedor originario de un país distinto al comprador. (Lerma, 2010, pág. 11)

Por lo que en esta investigación se realiza la exportación de aguacate originario de la provincia de Imbabura, es así que se toma en cuenta varias teorías.

Nueva Teoría del Comercio Internacional (Paúl Krugman.- Existen ventajas comparativas como las economías de escala, lo cual quiere decir a mayores volúmenes de producción menores serán los costos generados. Con esto se analiza que dicha teoría permite un intercambio bilateral de acuerdo a su producción. Además ésta se reflejará en la oferta exportable y se logrará cubrir el mercado nacional e internacional a menores costos.

Ventaja Absoluta Adam Smith.- Los países se beneficiarán del intercambio comercial de productos. Cada país logrará más eficiencia en su producción a través de la especialización de ciertos bienes o servicios y el intercambio por otros, además se logra una disminución en los costos, los cuales se reflejarán en la comercialización de los países. Con esto se generará fuentes de trabajo y se incrementará el nivel de vida. Los proyectos gubernamentales ayudarán a que mejore la producción de aguacate y ésta se realiza con costos bajos, ya que cuenta con terrenos cada socio de la asociación y no requiere de procesos costosos para obtener un producto de calidad.

Con respecto a la Constitución de la República del Ecuador (2008), en la que se contemplan los objetivos referentes a la política comercial (ART. 304) en donde manifiestan que se debe fortalecer el aparato productivo y la producción nacional como también impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo por lo tanto la exportación de los productos ecuatorianos se refleja como un objetivo importante en la constitución, por ello la investigación está encaminada a dar cumplimiento a dichos objetivos como lo es la producción nacional así como el desarrollo de la economía a escala con este proyecto se pretende que la asociación ASOGRADEL se convierta en exportadora de aguacate cumpliendo con los requisitos necesarios, en donde como ventaja se tiene que las personas que integran dicha asociación tienen conocimiento de la producción del aguacate lo cual es de vital importancia ya que ellos mismos se encargan de proveer el producto.

Así también en el Art. 306 se menciona que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (...). (Constitución De La República Del Ecuador, 2008, pág. 146)

Con este proyecto los socios de ASOGRADEL generarán empleo e ingresos, ya que en las diferentes actividades se necesita de mano de obra experta y también al ser pequeños productores de aguacate se pueden acoger a este artículo para que el Estado les proporcione ayuda en lo que amerite.

Ventaja Competitiva (Michael Porter).- El valor que un país es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores. La previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes. Al contar con que ASOGRADEL conoce de la producción del aguacate se disminuiría un costo y aumentará la rentabilidad generando

así la venta del producto a un precio accesible para el cliente y de calidad, lo cual es de mucha importancia para competir en el mercado internacional.

ASOGRADEL se ampara en el Código Orgánico de Producción, comercio e inversiones (COPCI), ya que en este se encuentran los siguientes artículos **Art. 4.- Fines.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

b) Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, (...)

c) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios (...) (COPCI, 2010, pág. 2)

Art. 93 Fomento a la exportación: El Estado fomentará la producción a las exportaciones y promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno (...) (COPCI, 2010)

Art. 154. Exportación definitiva: Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano.(...) (COPCI, 2010)

Por ende ASOGRADEL se acoge al COPCI ya que muestra la importancia de fomentar la producción nacional, el comercio, por ello la asociación efectuará la venta del aguacate a mercados internacionales realizando la respectiva investigación para conocer qué país es el más idóneo para la exportación dejando atrás la venta a través de intermediarios.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

“El cualitativo utiliza recolección de datos sin medición numérica como las descripciones y la observación para descubrir o afinar preguntas de la ‘investigación’” (Sampieri, 2014, pág. 11). Es por ello que es el más idóneo para el estudio, debido a que relata la problemática a ser investigada, además da un aporte al avance del conocimiento y como también es una guía para conocer bajo que antecedentes, fundamentos legales y teorías se basa esta investigación y sobre todo para argumentar las críticas, y los análisis.

Sampieri (20014) menciona: “El enfoque cuantitativo usa recolección y análisis de datos y confía en la medición numérica y en el uso de la estadística con el fin de establecer pautas de comportamiento” (pág. 4). Por tanto fue fundamental la utilización de este enfoque porque la recopilación de información se realiza mediante la consulta en fuentes estadísticas y/o sitios confiables, como páginas de organizaciones reconocidas, tales como: FAO, Naciones Unidas, Banco Mundial, Trademap, entre otras, es factible; debido a la dificultad que ocasiona la distancia a la que se encuentra la población a estudiarse.

3.1.2. Modalidad

Hace referencia a que cada objetivo tiene una metodología para cumplirse, es así que se ha utilizado la modalidad cualitativa y cuantitativa debido a que contienen procesos sistemáticos, críticos, y empíricos que se aplican en el estudio de un fenómeno, y además también se utilizó consultas bibliográficas en libros, mismos que son actualizados y que se encuentren dentro del área de estudio, documentos referentes a comercio exterior, entre otros, de esta manera se obtuvo información precisa.

3.1.3. Tipo

La investigación fue documental, ya que se realizó el estudio de problemas mismos que tienen como propósito ampliar y profundizar el conocimiento basándose, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o

electrónicos.” (UPEL, 2012, pág. 11) ; es así que para el proyecto este tipo de investigación fue muy útil porque se enfocó en exploraciones anteriores con lo que se conoció de forma rápida y resumida datos y características relevantes para el estudio.

Además se utilizó la descriptiva, este tipo de investigación se realizó para conocer el quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio; por lo tanto, fue la más adecuada para el proyecto de comercio exterior en el que se requiere realizar una descripción del consumo aguacate, la población, el segmento de mercado, entre otros factores. Este diseño descriptivo se utiliza para diferentes objetivos, entre los cuales está calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características. Mediante el estudio de mercado se determina cuál es la proporción de la población del país más idóneo, en donde serían consumidores potenciales de aguacate; además con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri R. , 2014). Dicha investigación fue de gran ayuda para el proyecto, ya que se pudo conocer el perfil de los consumidores del mercado óptimo, además se determinó aspectos importantes sobre el país idóneo para la comercialización del producto, asimismo gustos y preferencias del cliente, los competidores, la normativa de los países oferentes y demandantes del producto, barreras arancelarias y no arancelarias, acuerdos vigentes entre el Ecuador y los países elegidos como también se pudo describir situaciones del entorno.

3.2. IDEA A DEFENDER

El estudio de factibilidad permitirá conocer la demanda internacional de aguacate de la “Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura para su comercialización.

3.2.1 VARIABLES

Variable independiente: Oferta exportable

Variable dependiente: Demanda Internacional

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

Un aspecto fundamental en el proceso investigativo, es la operacionalización de las variables, misma que permite identificar la validez que éstas presentan, además se conoce sistemáticamente el marco teórico que fundamenta el problema del cual se ha desprendido y de su relación directa con la idea a defender que la respalda. Es decir, consiste en precisar que aspectos de los que se busca y que están expresados en los objetivos específicos de la investigación, vamos a precisar a través de los diferentes instrumentos utilizados para la recolección de la información. (Acosta, 2016)

Además, esta herramienta de investigación y análisis permite identificar las variables de estudio a través de indicadores que logren realizar la correcta interpretación de estas, considerando parámetros estrictamente medibles, es decir de forma cuantitativa y cualitativa si el caso lo amerita.

En la investigación la variable independiente es Oferta Exportable debido a que si hay oferta por parte de la asociación ASOGRADEL se podrá cubrir la demanda internacional misma que es la variable dependiente del proyecto.

3.3.2. Operacionalización de variables

Para la realización de la operacionalización de variables se toma en cuenta diferentes interrogantes en donde se menciona los países que de acuerdo a las estadísticas posteriormente plasmadas y analizadas de los indicadores económicos, de las exportaciones, importaciones, entre otros factores más relevantes, son los mercados más óptimos para ingresar con el aguacate de ASOGRADEL. Se considera a Colombia, Estados Unidos y España.

Tabla 1. Operacionalización de variables
Operacionalización de variable independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
	Entorno	Político/ Legal	Política económica/ Comercial Política frente a las Exportaciones Balanza comercial del Ecuador Entidad que supervisa o controla a ASOGRADEL Asociaciones en el entorno cercano que producen aguacate Legislación de Ecuador es favorable exportar el aguacate	Encuesta	Cuestionario
		Factores socioeconómicos/ Grupo ofertante	Cuál es la escenario actual del Ecuador Situación actual de ASOGRADEL País que tiene más demanda de aguacate		
Oferta Exportable	Producto/ oferta	Características	Calidad del aguacate Nivel nutricional	Entrevista al representante de los socios	Cuestionario
		Producción	Tipo de aguacate que produce y comercializa ASOGRADEL Temporada de aguacate Periodo de cultivo(años) Hectáreas están dedicadas al cultivo de aguacate Inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate Forma de pago Empaque para la venta del producto Clientes internos del producto ¿ASOGRADEL cuenta con terrenos para la producción de aguacate?	Encuesta a los socios	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Variable	Dimensión	Indicadores	Operacionalización de variable dependiente		Técnica	Instrumento
				Ítems		
Demanda internacional	Entorno de las oportunidades y amenazas	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en Estados Unidos, España y Colombia?	¿Cuál es el índice inflacionario de Estados Unidos, España y Colombia? ¿Cuál es la tasa de desempleo de Estados Unidos, España y Colombia? ¿Cuál es la política comercial en Estados Unidos, España y Colombia? ¿Existen barreras arancelarias en Estados Unidos, España y Colombia? ¿Existen barreras no arancelarias en Estados Unidos, España y Colombia? ¿Qué acuerdos comerciales existen entre Estados Unidos, España y Colombia?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas
			¿Cuál es la situación del PIB en Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Cuál es el índice inflacionario de Estados Unidos, España y Colombia?			
		Políticos	¿Cuál es la política comercial en Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Existen barreras arancelarias en Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Existen barreras no arancelarias en Estados Unidos, España y Colombia?			
	Mercado del consumidor	Legales	¿Cuál es la Normativa Aduanera de Estados Unidos, España y Colombia?	¿Cuál es la población total de Estados Unidos, España y Colombia? ¿Cuál es el índice de desempeño logístico de Estados Unidos, España y Colombia? ¿Cuál es el perfil del consumidor en el país objetivo? ¿Cuál es el consumo aparente de aguacate en el país objetivo? ¿Cuáles son los posibles competidores de aguacate en el país objetivo? ¿Cuál es la frecuencia de consumo del mercado objetivo?	Investigación bibliográfica y linkográfica	
			¿Cuál es la Normativa Ambiental de Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Cuál es la Normativa Ambiental de Estados Unidos, España y Colombia?			
		Geográficos	¿Cuál es la Población total de Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Cuál es el índice de desempeño logístico de Estados Unidos, España y Colombia?			
			¿Cuál es el perfil del consumidor en el país objetivo?			
Preferencias del consumidor	¿Cuál es el consumo aparente de aguacate en el país objetivo?					
	¿Cuáles son los posibles competidores de aguacate en el país objetivo?					
	¿Cuál es la frecuencia de consumo del mercado objetivo?					
Frecuencia de consumo						

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para la ejecución de la investigación se procedió a recolectar la datos mediante la utilización de una entrevista a la presidenta de la asociación en estudio, de igual manera se realizó encuestas a los 32 socios de ASOGRADEL y además se recolectó información de fuentes secundarias, como del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para conocer si existe otras asociaciones dedicadas a la producción de aguacate.

Al realizar el estudio de mercado las fuentes secundarias fueron indispensables, debido a que permitieron analizar la situación actual de Colombia, así también los acuerdos comerciales que están vigentes, los factores socioeconómicos, el precio, las importaciones, las exportaciones y la producción nacional de la fruta en estudio, entre otras. Las fuentes que sirvieron de guía y de donde se pudo obtener información fundamental fueron: MAGAP, DIAN, TRADE MAP, FAO, PRO ECUADOR, Banco Mundial, Banco Central del Ecuador, SENA, además de proyectos anteriores que contenían datos relevantes.

3.4.1. Técnicas para recolección de datos

Para la realización del estudio de mercado del aguacate, se utilizó la técnica de entrevista, con el instrumento del cuestionario mismo que fue dirigido a la representante de ASOGRADEL, así como encuestas a los comerciantes y productores de la misma. Con lo que se pudo identificar la oferta y demanda del producto en los mercados locales. Dicho estudio permitió establecer el diagnóstico situacional de los productores en los aspectos de área de cultivo, variedad, edad de la plantación, ubicación, rendimiento, inversión, comercialización, costos, entre otros; referente a los comerciantes de aguacate, se obtuvieron datos sobre variedad de aguacate comercializado, cantidades, precios, formas de pago y rutas de comercialización; también se obtuvo información de las entidades u organismos involucrados en la producción y comercialización del aguacate en la provincia de Imbabura, recabando información importante sobre las zonas de producción, programas de apoyo, entre otros.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para el procesamiento de la información se procedió a recopilar datos que contribuyeron a la determinación de la demanda internacional mediante el análisis de los factores externos, así mismo la oferta de aguacate en la provincia de Imbabura, por ende la de la Asociación en estudio, es decir, se obtiene la capacidad de producción de esta fruta, para de esta manera tener una idea previa si existe oferta del producto para cubrir parte de la demanda del mercado objetivo.

3.5.1. Población y muestra de la investigación

Para la investigación se trabajó con información secundaria, donde se recolectó datos de diferentes fuentes confiables como: MAGAP, aquí se obtuvo una lista de las asociaciones que se dedican a la producción de aguacate de la provincia de Imbabura. El Banco Central del Ecuador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), fueron de mucha ayuda, ya que se encontró información sobre las exportaciones e importaciones que realiza nuestro país.

Además para calcular la demanda de la fruta en estudio se procedió a buscar datos en FAO, en el Banco de la República de Colombia, TRADE MAP, estas páginas arrojaron datos del consumo recomendado del aguacate como también la población del mercado objetivo, esta información permitió conocer la demanda requerida.

3.5.2. Instrumentos de investigación

Se utilizó la entrevista para conocer datos necesarios para la investigación de la Asociación, los cuales se procedieron a hacer los respectivos cálculos. Así también se procedió a realizar encuestas para obtener información acerca de la producción del aguacate y para conocer si es apetecido o no, el producto en el país escogido.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.6.1. Análisis situacional

3.6.1.1. Factores Socio Económicos

Principales países importadores de aguacate

Tabla 2. Países importadores del producto 080440, (miles de USD)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	Cantidad 2016 (Toneladas)
Estados Unidos de América	913751	1141822	1603046	1703479	1992886	859606
Países Bajos	187525	260813	284072	308602	479924	185889
Francia	201575	235393	270289	280943	376780	134360
Reino Unido	74550	90753	111335	169549	242375	99882
Japón	161901	162020	168569	153516	211145	73915
Alemania	72956	90661	111557	148032	203410	58453
España	67818	83541	100195	126940	197014	87427
Colombia	426	273	218	77	16	217

Fuente: (Trade Map, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

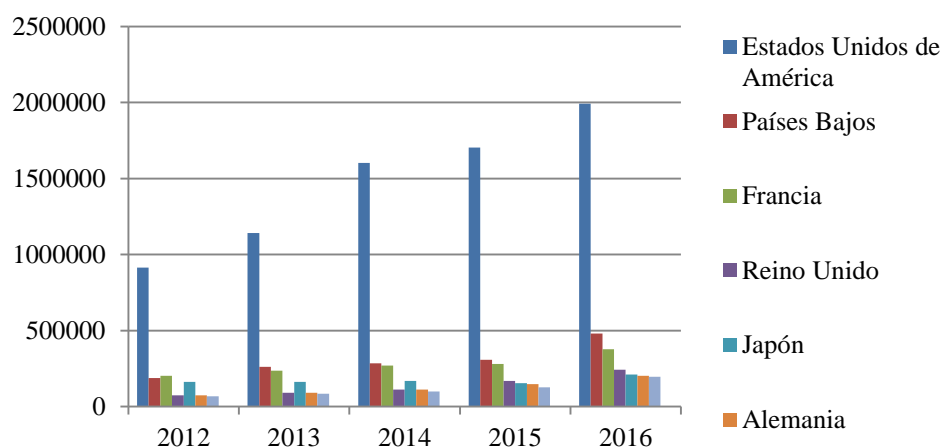


Figura 1. Principales países importadores de aguacate a nivel mundial.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

De acuerdo a las estadísticas proporcionadas se observa que las exportaciones de aguacate a nivel mundial son significativas en varios países, tomando en cuenta que Estados Unidos es un importador fuerte de este producto, por lo cual se considera como uno de los mercados óptimos para ingresar el aguacate de la Asociación en estudio. Además se toma en cuenta que el resto de los países han adquirido el producto en mininas cantidades, por lo tanto se podrían considerar como un mercado factible para la comercialización.

Tabla 3. Exportaciones totales de Ecuador de la partida 0804400000

Período	Estado	Código Subpartida	Subpartida	TM	FOB
2013	NO	0804400000	Aguacates	3780,8	237,5
	TRADICIONAL		(paltas)		
2014	NO	0804400000	Aguacates	3012,9	186,0
	TRADICIONAL		(paltas)		
2015	NO	0804400000	Aguacates	1083,5	71,3
	TRADICIONAL		(paltas)		
2016	NO	0804400000	Aguacates	217,9	14,9
	TRADICIONAL		(paltas)		
2017	NO	0804400000	Aguacates	251,5	199,2
	TRADICIONAL		(paltas)		
2018	NO	0804400000	Aguacates		67,47
	TRADICIONAL		(paltas)		
2019	NO	0804400000	Aguacates		42,7
	TRADICIONAL		(paltas)		
2020	NO	0804400000	Aguacates		17,93
	TRADICIONAL		(paltas)		
2021	NO	0804400000	Aguacates		-6,84
	TRADICIONAL		(paltas)		
2022	NO	0804400000	Aguacates		-
	TRADICIONAL		(paltas)		31,61

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

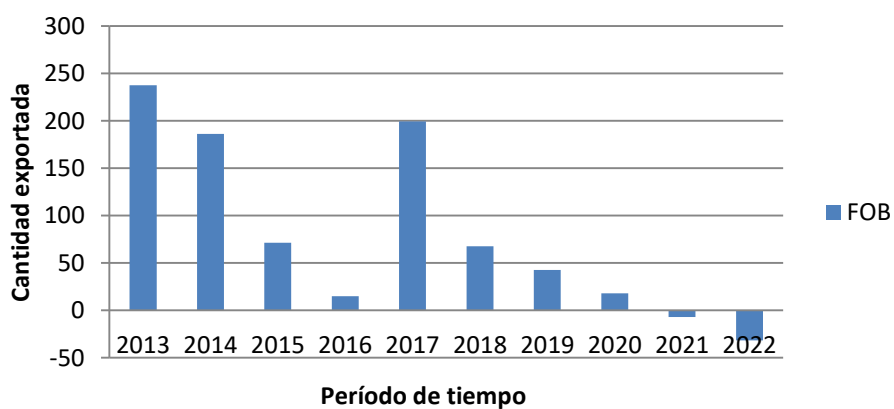


Figura 2. Exportaciones totales valor FOB de Ecuador de la partida 0804400000

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Ecuador ha tenido un incremento en sus exportaciones en este período de tiempo, sin embargo en el año 2016, ha sufrido una disminución pero en el 2017 volvió el dinamismo en su demanda internacional con lo que fluctúa alrededor de 251,5 toneladas generando así una tendencia positiva sin embargo como se puede observar su crecimiento va disminuyendo en los siguientes años.

Tabla 4. Exportaciones de Ecuador a nivel mundial en miles de USD

Código Subpartida	Subpartida	País Destino	FOB	FOB	FOB	FOB	FOB
	TOTALES		237,5	186,0	71,3	250,5	196,1
0804400000	Aguacates (paltas)	Antillas Holandesas	0,4	0,1	-	-	-
0804400000	Aguacates (paltas)	Colombia	237,1	185,5	65,1	132,7	8,0
0804400000	Aguacates (paltas)	201España	0,0	0,0	2,9	25,8	43,5
0804400000	Aguacates (paltas)	Hong Kong	-	-	-	7,2	11,4
0804400000	Aguacates (paltas)	Países Bajos (Holanda)	-	0,3	3,2	79,7	120,4
0804400000	Aguacates (paltas)	Singapur	-	-	-	4,4	7,5

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

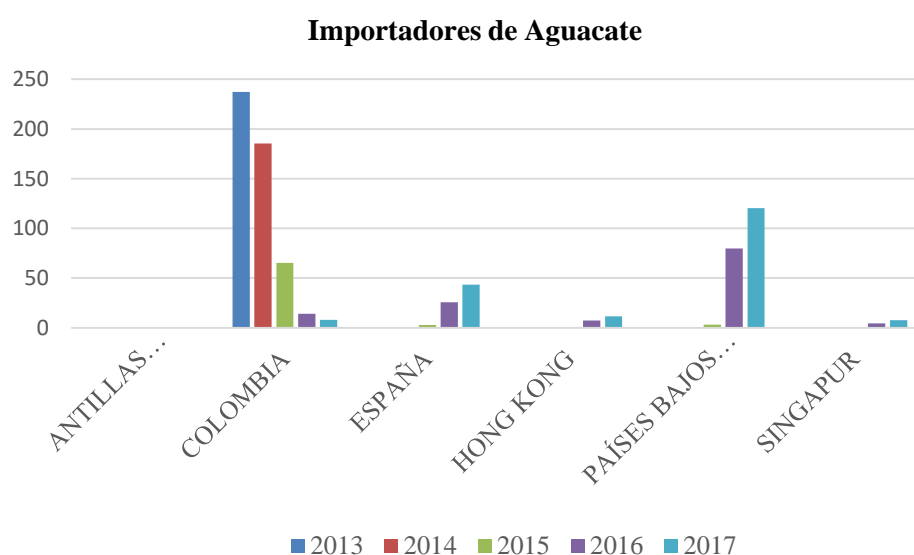


Figura 3. Principales países importadores de aguacate del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

De acuerdo a la Figura 3 se puede observar que las exportaciones de Ecuador a nivel mundial son representativas en varios países, considerando que desde el año 2013 y 2017, Ecuador ha exportado la subpartida 0804400000, en mayor cantidad a Colombia, España y Holanda, sin embargo los países indicados anteriormente han adquirido el producto en mínimas cantidades, por lo cual genera expectativas de ingresar a dichos mercados. Pero se debe poner énfasis con los que se está negociando actualmente y donde el producto ha sido acogido por los consumidores estos son Colombia y España.

Tabla 5. Exportaciones de Ecuador en miles de dólares y toneladas de la partida 0804400000

País destino	2013		2014		2015		2016		2017	
	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
COLOMBIA	3780,6	237,1	3012,6	185,5	1080	65,1	217,1	14,0	132	8,0
ESPAÑA	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	2,9	0,5	0,7	26,2	44,2

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

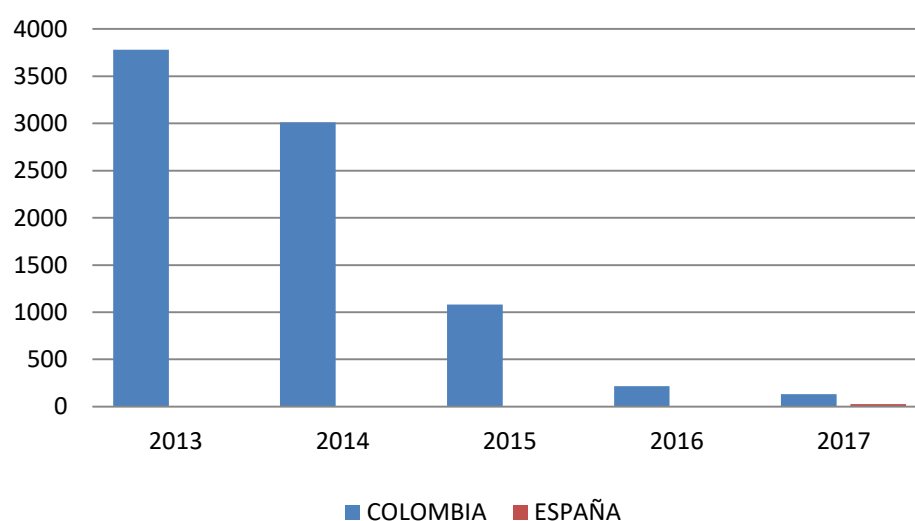


Figura 4. Exportaciones de Ecuador en toneladas de la partida 0804400000

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Además se observa que tanto Colombia como España han realizado importaciones representativas del producto ecuatoriano en cuestión, pero también se produce un decrecimiento en los años 2016 y 2017, lo cual genera preocupación en este sector porque está perdiendo mercados de comercialización, sin embargo al ser un mercado conocido podría ser una oportunidad para la comercialización del aguacate.

3.6.2. Factores Externos

3.6.2.1. Factores Socioeconómicos

Los elementos socioeconómicos son importantes en el marketing internacional, ya que se enfocan en el desarrollo de la empresa para lograr los objetivos planteados por lo tanto, si éstos cambian, la empresa debe adecuarse a las situaciones económicas lo antes posible (Kirchner, 2010, pág. 21)

3.6.2.1.1. Producto interno bruto

“El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado” (ECONOMÍA, 2015).

Es decir el PIB permite calcular si la economía de un país genera más o menos riqueza cada año, a partir del cálculo se obtiene el porcentaje de variación para conocer el aporte de cada unidad productiva y de cada uno de los sectores económicos a la creación de riqueza nacional.

Tabla 6. Producto Interno Bruto (PIB)

AÑOS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	COLOMBIA
2012	2,20%	-2,90%	4,00%
2013	1,70%	-1,70%	4,90%
2014	2,60%	1,40%	4,40%
2015	2,90%	3,40%	3,10%
2016	1,50%	3,30%	2,00%
2017	2,12%	5,95%	3,66%
2018	2,10%	7,70%	3,65%
2019	2,08%	9,45%	3,65%
2020	2,06%	11,20%	3,64%
2021	2,04%	12,95%	3,63%
2022	2,02%	14,70%	3,63%

Fuente: (Banco Mundial, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

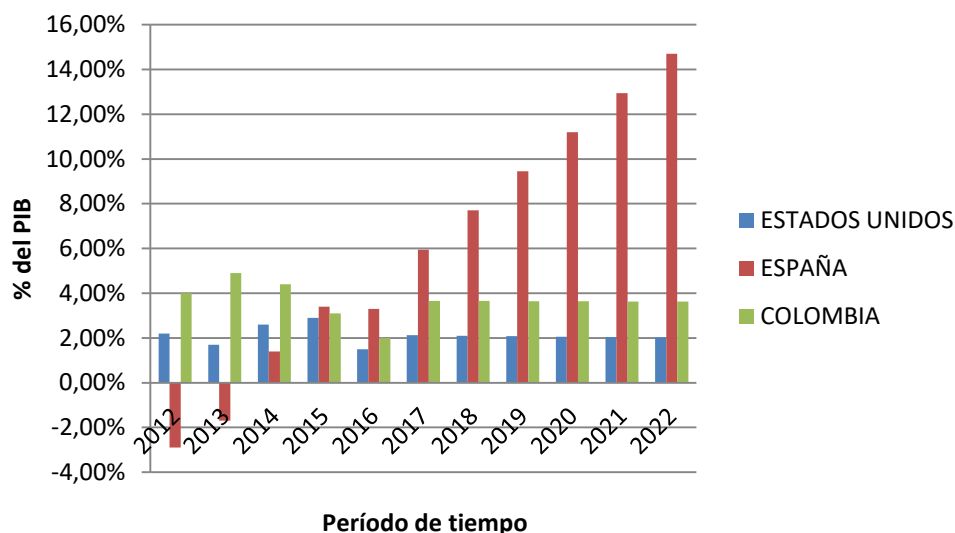


Figura 5. Porcentaje de Producto Interno Bruto (PIB)
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tomando en cuenta los valores del Banco Mundial publicados desde el 2012 hasta el 2017, se puede observar en la Figura 5 que Estados Unidos tiene un alto porcentaje en comparación a Colombia y España, reflejando de esta manera que la economía de este país crece en base al consumo de los hogares debido a que adquieren bienes nacionales e importados, aunque el PIB de España en los primeros años la cifra se manifiesta negativa por varios factores como la disminución de las inversiones, un menor empleo y por ende existe una pequeña cantidad de personas con disponibilidad de dinero, lo que a su vez disminuye el consumo (PIB) pero luego este indicador ha incrementado de manera significativa, lo cual significa una estabilidad económica a largo plazo. Sin embargo Colombia, al igual que los dos países tiene un nivel continuo, es decir, se observa un crecimiento constante. Por lo tanto los tres países tienden a incrementar en los próximos años, generando de esta manera opciones de desarrollo económico para la población.

La evolución de este indicador económico es muy beneficioso para la economía de Estados Unidos, España y Colombia, debido a que la capacidad de producir riqueza y al constante crecimiento en sectores de industria, servicios y agricultura, de igual manera las pequeñas y medianas empresas crean muchos empleos permitiendo una economía estable. Por tal motivo se puede efectuar negociaciones comerciales garantizando la exportación del aguacate de la Asociación ASOGRADEL.

3.6.2.1.2. Producto Interno Bruto Per Cápita

Tabla 7. Producto Interno Bruto (PIB) Per Cápita

AÑOS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	COLOMBIA
2012	11,80%	-1,50%	18,00%
2013	-0,70%	-0,20%	-1,60%
2014	3,40%	1,20%	-1,60%
2015	23,30%	2,30%	-8,80%
2016	2,50%	3,40%	-3,80%
2017	9,68%	4,73%	-14,80%
2018	10,22%	5,96%	-19,88%
2019	10,76%	7,19%	-24,96%
2020	11,30%	8,42%	-30,04%
2021	11,84%	9,65%	-35,12%
2022	12,38%	10,88%	-40,20%

Fuente: (Banco Mundial, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

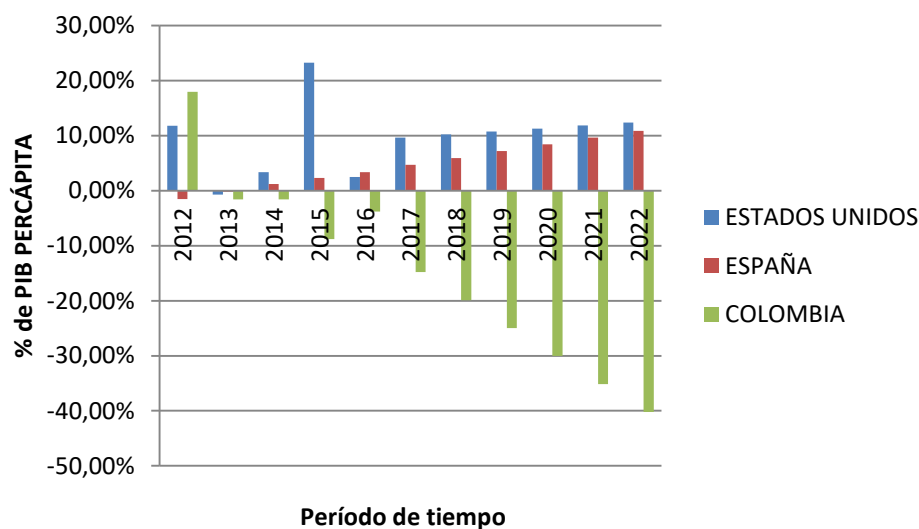


Figura 6. Porcentaje de Producto Interno Bruto (PIB) Per cápita

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El PIB per cápita de Estados Unidos muestra una variación pequeña entre los años de 2012 a 2017 de acuerdo a los valores arrojados por el Banco Mundial y mantiene una tendencia de crecimiento, generando así que el PIB per cápita sea alto y las personas pueden adquirir sus productos, ya que sus ingresos económicos son rentables.

En cambio en España se observa que cuenta con un per cápita que se ha mantenido en crecimiento, aunque entre los años 2015 y 2016 hubo una disminución pero en los próximos años de acuerdo a las tendencias habrá un aumento, con esto el país genera que los ingresos

que recibe una persona para subsistir sea estable y puedan tener capacidad de compra de bienes y servicios se encuentran un mercado.

El PIB per cápita de Colombia es pequeño, no se observa una diferencia alta en cada año, pero en los próximos años ha decrecido, por lo cual la capacidad de compra en este país es baja.

El PIB per cápita da a conocer la capacidad de compra de bienes y servicios de acuerdo al ingreso que recibe cada persona, por lo tanto Estados Unidos, España muestran un buen nivel de calidad de vida y un poder adquisitivo de compra de bienes y servicios, considerando estos países cuenta cada uno con varios recursos naturales y una alta productividad, por lo que generan oportunidades de ingreso a los mercados, ya que la población consume productos de calidad nutritivos para el cuidado de su salud, lo que no sucede con Colombia aunque también tienden a consumir productos sanos y con altos nutrientes.

3.6.2.1.3. Inflación

“La inflación afecta la capacidad de compra en el mercado, ya que si se incrementa el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios” (Lema, 2010, pág. 22)

Tabla 8. Índice de Precios al Consumo o Inflación

AÑOS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	COLOMBIA
2012	2,069	2,446	3,177
2013	1,465	1,409	2,023
2014	1,622	-0,151	2,878
2015	0,119	-0,5	5,005
2016	1,262	.0,203	7,517
2017	0,4194	-2,8383	7,619
2018	0,1234	-3,8781	8,785
2019	-0,1726	-4,9179	9,951
2020	-0,4686	-5,9577	11,117
2021	-0,7646	-6,9975	12,283
2022	-1,0606	-8,0373	13,450

Fuente: Banco Mundial, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

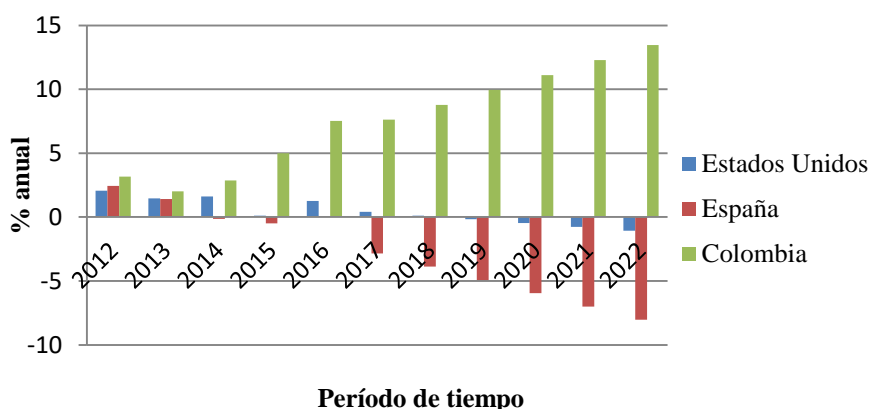


Figura 7. Porcentaje de inflación de los países que importan aguacate ecuatoriano
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El Índice de Precios al Consumo o inflación de España muestra una tasa de variación anual, misma que es baja para el año 2017, esto se debe a que la caída de los precios es usual, debido a la llegada de frutos y verduras de temporada a precios más bajo, con lo que surge la deflación, ya que este indicador está por debajo del 1%.

En cuanto a la tasa de variación anual del IPC de Estados Unidos en los últimos años ha mantenido una variación constante que no ha perjudicado los precios de los productos, es decir, al ser una economía estable, las personas pueden comprar sus bienes o servicios. Por otro lado la tasa inflación de Colombia en diciembre del 2017 fue del 4,1%. La “Figura 7” muestra los valores que de acuerdo a las tendencias éstos pueden disminuir, por lo cual los precios serán más bajos, lo que significa que se promueve el uso eficiente de los recursos productivos.

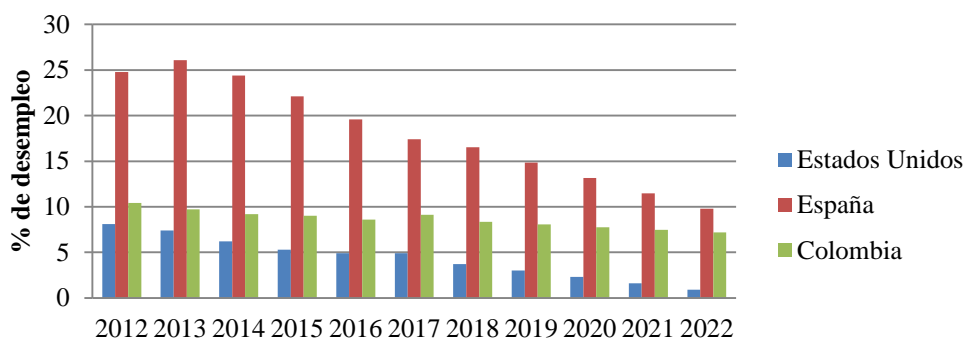
3.6.2.1.4. Tasa de desempleo

Tabla 9. Tasa de Desempleo

AÑOS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	COLOMBIA
2012	8,1	24,8	10,4
2013	7,4	26,1	9,7
2014	6,2	24,4	9,2
2015	5,3	22,1	9
2016	4,9	19,6	8,6
2017	4,9	17,4	9,1
2018	3,7	16,52	8,33
2019	3,0	14,84	8,05
2020	2,3	13,16	7,76
2021	1,6	11,48	7,48
2022	0,9	9,8	7,19

Fuente: Banco Mundial, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer



Evolución de la tasa de desempleo

Figura 8. Tasa de desempleo existente en los países que importan aguacate ecuatoriano
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El desempleo en España desde el 2012 al 2017, muestra una variación significativa, por lo cual, las cifras son altas en comparación a Colombia y Estados Unidos, por lo tanto, el número de personas desocupadas perjudican el bienestar de las familias, lo que puede causar inestabilidad política y económica del país por la inversión en industrias que generen empleo a la sociedad.

Por otro lado la economía de Colombia está avanzando, el desempleo está disminuyendo, lo cual significa que se encuentra en un nivel estable, ya que el mercado laboral ofrece más puestos de trabajo, y de esta manera el país genera mayor productividad e ingresos económicos como también bienestar a la población.

En cambio la tasa desempleo de Estados Unidos es muy baja en comparación con los anteriores países, esto se debe a que ha sumado puestos de trabajo. Según el informe mensual que publica el Departamento de Trabajo sobre la "situación del empleo" en el país, la tasa de desempleo bajó 0,1 punto porcentual a 4,3%, su nivel más bajo en una década. (INFOBAE, 2017). Lo cual es un indicador positivo que respalda la solidez del mercado laboral, además en los próximos años esta cifra tiende a disminuir.

3.6.2.2. Factores Políticos

3.6.2.2.1. Política Comercial

Este tipo de normatividad establece cada país, generando procesos de integración comercial para facilitar el acceso a los mercados regulando los pagos internacionales y el intercambio entre países.

El arancel es uno de los principales instrumentos de política comercial del Ecuador y una importante fuente de ingresos fiscales.

Las prohibiciones y restricciones a la importación afectan a numerosos productos; principalmente se aplican por motivos relacionados con la salud o la vida de las personas y de los animales o la preservación de los vegetales, el medio ambiente, la inocuidad o la seguridad.

Es importante conocer las barreras arancelarias existentes, tanto para la importación como la exportación de aguacate, para calcular los aranceles que se debe pagar, para lo cual en primera instancia se debe realizar una correcta clasificación arancelaria misma que permite identificar en qué partida o subpartida arancelaria se encuentra el producto de estudio y con esto poder conocer qué impuestos debe pagar el aguacate, así como las restricciones, o en caso contrario qué beneficios tiene de acuerdo al país que ingrese.

3.6.2.2.2. Barreras Arancelarias

“Son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los que se dedican a la importación y exportación esto se realiza en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías” (PROECUADOR, 2014)

Se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación o importación de un producto. Es difícil establecer con exactitud los lapsos de tiempo para gestionar los distintos trámites aduaneros, ya que estos se determinan en función de muchas variables, tales como tipo de producto, inspecciones, certificaciones, nuevos requerimientos, etc. Es importante indicar que con la correcta asesoría y experiencia en las distintas etapas del proceso aduanero, es posible cumplir con tiempos ideales y óptimos. (PROECUADOR, 2017, pág. 7)

Ecuador es parte de varios acuerdos comerciales ya sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, éstos otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos países que constan en el Acuerdo.

Estados Unidos mantiene uno de los regímenes comerciales más abiertos del mundo con un promedio arancelario del 3.4%, sobre una base jurídicamente consolidada en la OMC. El arancel ponderado que Estados Unidos tiene en promedio es de 1.4% sobre una base aplicada. (PROECUADOR, 2014)

Tabla 10. Estados Unidos Arancel vigente

País	Subpartida SA	Descripción	SGP
Estados Unidos	080440	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	0%

Fuente: (OMC, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Gran parte de las exportaciones ecuatorianas ingresa al mercado americano bajo el principio de “nación más favorecida”, establecida por la Organización Mundial de Comercio (OMC) misma que sigue siendo una prioridad fundamental del país en cuanto a la política comercial. Por lo que ha sido una gran ventaja, ya que se envía el 33% de las exportaciones nacionales, a pesar de que no todos los productos tengan una preferencia arancelaria significativa. Además dicha nación está presente en prácticamente todas las organizaciones internacionales de carácter multilateral, los mismos que tienen características de respeto a la cobertura y el alcance de la eliminación de aranceles.

El 90% de las exportaciones totales ecuatorianas ingresaron a los Estados Unidos por nación más favorecida, el 47% de los productos pagó cero arancel, y el 53% de los productos paga un arancel mayor a 0%. (Cassinelli, 2017, pág. 170)

Ecuador es uno de los principales proveedores de Estados Unidos desde Latinoamérica. Las exportaciones principalmente se concentran en productos alimenticios: frutas, vegetales y conservas de alimentos. Sin embargo se ha podido observar que de acuerdo al comportamiento de las relaciones comerciales y a las tendencias y preferencias del consumidor aún existe gran potencial para la oferta ecuatoriana en este mercado.

Tabla 11. España Arancel Vigente

País	Subpartida SA	Descripción	Ad-Valorem
España	080440	Aguacates "paltas", frescos o secos.	0%

Fuente: Comisión Europea, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

De acuerdo a la Comisión Europea crecieron en un 56,1 % en el 2017, lo que provocó la reactivación del mercado ecuatoriano, aunque Ecuador sigue siendo un destino minoritario para España entre los países latinoamericanos con los que la Unión Europea mantiene acuerdos de libre comercio. (El Universo, 2018)

Las exportaciones han aumentado con la puesta en marcha del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, lo que es beneficioso para el país ya que sigue estando dentro de los países sudamericanos, con los cuales España mantiene actividades comerciales mediante dicho tratado, además el 95% de la oferta exportable nacional ingresa sin aranceles a la zona euro.

Ecuador, que anteriormente era beneficiario del Sistema General de Preferencias y ahora del Acuerdo multipartes, goza de un arancel del CERO% aplicado a gran parte de los productos que ingresan a la Unión Europea.

Colombia, como Miembro de la Organización Mundial del Comercio, dentro de sus compromisos en esta organización, aplicó un arancel a la Nación Más Favorecida (NMF) para los productos agrícolas se ubicó en 15,3% y para los productos no agrícolas un promedio de 7.3% (PROECUADOR, 2014)

Tabla 12. Colombia Arancel Vigente

País	Subpartida SA	Descripción	Ad-Valorem
Colombia	080440	Aguacates "paltas", frescos o secos.	0%

Fuente: (OMC, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El vecino mercado colombiano es un destino que siempre debe estar en la agenda de los productores ecuatorianos, debido a que gran parte de los productos de la oferta exportable nacional tienen un gran potencial y pueden ser muy competitivos en dicho mercado. A pesar de esto es importante recalcar que así como el mercado Colombiano es muy grande, también es un gran productor de bienes y servicios.

El comercio bilateral entre Colombia y Ecuador se caracteriza por el flujo comercial altamente favorable además la nación colombiana resulta ser activa en la búsqueda de acuerdos comerciales para la diversificación de sus exportaciones por tal motivo cuenta con experiencia en el tema y es ahora una industria en desarrollo. Al ser este país miembro de la

Comunidad Andina igual que Ecuador, existe mayor oportunidad de ingresar a dicho mercado, ya que se goza de preferencias arancelarias, una de estas es el 0% en las exportaciones ecuatorianas.

Por lo cual la exportación de aguacate a Colombia no tiene ninguna barrera arancelaria, ya que se encuentra en el acuerdo de Cartagena mismo que manifiesta acerca del programa de liberación, donde menciona que para ingresar a este país se debe el certificado de origen y con éste documento el producto está libre del pago de gravámenes y restricción de todo orden.

3.6.2.2.3. Barreras no Arancelarias

“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, 2014)

Estados Unidos

Para ingresar a Estados Unidos se debe cumplir con una barrera no arancelaria que es la “Protección de la salud y seguridad alimentaria en alimentos” y forma parte de la categoría de obstáculos técnicos.

Es así que para el ingreso a este país los alimentos deberán ser puros, inocuos, y producirse bajo estrictas condiciones higiénicas, por lo tanto los aguacates para que sean aceptados deben tener buena forma, limpios, buen color, buenas condiciones físicas y están libres de descomposición, antracnosis y heridas por el frío y están libre del daño causado por aplastamientos, cortes u otras quebraduras de piel, tallos halados, decoloración café áspera o similares, cicatrices o costras, quemaduras de sol, escaldaduras de sol o quemaduras por rociado, manchas, otras enfermedades.

Con respecto a las normas de empaque, el producto en cuestión deberá ser empacado de acuerdo con buenas prácticas comerciales y éste deberá ser al menos bastante hermético o ajustado.

A continuación se mencionan los documentos que se deben presentar al momento de ingresar la mercancía al territorio estadounidense:

- Manifiesto de ingreso de mercancías (Entry Manifest, custom form 7533), o un permiso especial para entrega inmediata (Special Permit for Immediate Delivery, custom form 3461).
- Certificado de Origen.
- Evidencia de los derechos sobre la mercancía, esto quiere decir que se debe probar de manera satisfactoria la posesión de la misma.
- Factura comercial o una Pro Forma Invoice, cuando la primera no pueda ser diligenciada.
- La lista de empaque.

Otro tipo de documentación dependiendo del tipo de producto. (PROECUADOR, 2017)

Con respecto a las restricciones al comercio, Estados Unidos mantuvo un nivel de protección mayor para las importaciones agrícolas y no agrícolas, en comparación con el Ecuador; resultando en una protección general de 6.5% y 5% para Estados Unidos y Ecuador, respectivamente.

España

En la legislación de la Unión Europea, manifiesta una serie de regulaciones de carácter general, que son aplicadas para los productos alimenticios. (PROECUADOR, 2014)

Por esta razón los controles sanitarios para su ingreso al mercado europeo son muy rigurosos.

Higiene Alimentaria.- con respecto a este parámetro la UE, estableció que todos los procesos que se realicen a los productos alimenticios se deberán hacer de manera higiénica. (PROECUADOR, 2017)

Norma y reglamentos técnicos: Eliminar las barreras derivadas de la divergencia de normas en sus Estados miembros.

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado: La Secretaría de Economía y SAGARPA son las encargadas de vigilar los etiquetados de los productos. El etiquetado se debe mostrar de forma práctica en el idioma oficial del estado miembro al que se va a enviar el producto.

Colombia

Actualmente, el mercado colombiano registra un consumo cada vez mayor de productos de calidad por lo cual en cuanto a las medidas no arancelarias y específicamente sobre los productos priorizados, se observa que el mayor número de medidas se concentran en el ámbito sanitario y fitosanitario, el registro de importaciones y las relacionadas con la

reglamentación y la normalización técnica. Además se debe contar con licencias previas y medidas ambientales.

Para la comercialización del aguacate se debe cumplir con dichas barreras que permitirán la entrada de la mercadería y sobre todo la salubridad del producto, entre éstas tenemos:

Certificado Fitosanitario.- Es el documento que prueba la condición de salubridad en que se encuentra determinados productos en este caso el aguacate. (Resolución 239).

Norma Técnica Colombiana NTC 1248.- Esta norma muestra los aspectos que se requiere para la importación de aguacate, en ésta se redacta de manera específica los requisitos de calidad, empaque, etiquetado, entre otras normas que debe tener el producto.

3.6.2.2.4. Balanza Comercial

“Es donde se registra las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.”

(PROECUADOR, 2014)

Tabla 13. Balanza Comercial Ecuador - Estados Unidos

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2012	10586303	6499021	4087282
2013	11013256	7418623	3594633
2014	11211729	8379839	2831890
2015	7197272	5488696	1708576
2016	5410920	3890066	1520854
2017	4833871	4190897,9	642973
2018	3417196	3476114,2	-58918
2019	2000521	2761330,5	-760810
2020	583846	2046546,8	-1462701
2021	-832829	1331763,1	-2164592
2022	-2249504	616979,4	-2866483

Fuente: PROECUADOR, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

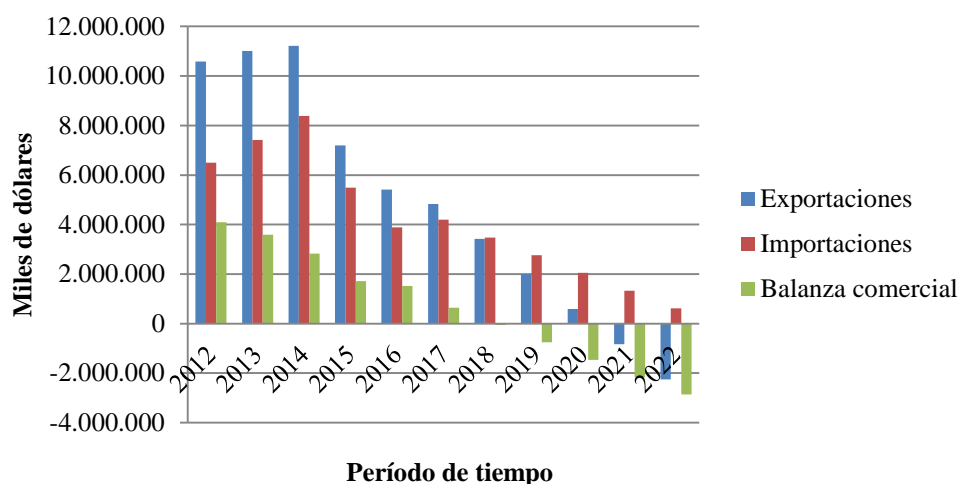


Figura 9. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – Estados Unidos
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

EL dinamismo del comercio entre el Ecuador y Estados Unidos registra una balanza comercial positiva, debido a que dicha nación es uno de los mercados óptimos para los productos ecuatorianos. Las exportaciones han incrementado tanto de los productos tradicionales como de los no tradicionales en donde se encuentra en producto en estudio, el aguacate; a pesar de que la balanza comercial ha sido fluctuante, ésta se ha mantenido positiva.

Por lo tanto genera expectativas alentadoras para la comercialización de los productos ecuatorianos y como consecuencia mejora las condiciones de vida de los ecuatorianos ya que incrementa el empleo en varias zonas del país y una de ellas es la agricultura.

Tabla 14. Balanza Comercial Ecuador - España

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2012	441843	583637	-141794
2013	777241	698635	78606
2014	525072	582375	-57303
2015	483490	406338	77152
2016	547333	338478	208855
2017	530164,5	287108,1	243056
2018	521887,4	208846,6	313041
2019	513610,3	130585,1	383025
2020	505333,2	52323,6	453010
2021	497056,1	-25937,9	522994
2022	488779	-104199,4	592978

Fuente: PROECUADOR, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

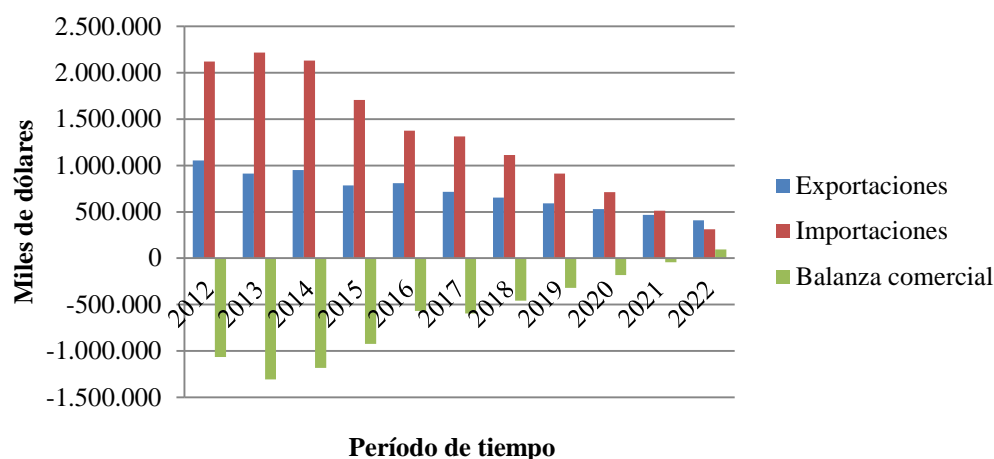


Figura 10. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – España
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Las exportaciones ecuatorianas a España se situaron en los 208855 miles de dólares en el 2016 con un crecimiento significativo frente al periodo del 2017. En este contexto, la balanza comercial entre ambos países resulta ser favorable a Ecuador, ya que muestra un saldo comercial positivo y además como se puede observar en la “Figura 10” una clara tendencia del incremento de las exportaciones ecuatorianas a España, siendo este un mercado importante dentro de la comunidad Europea.

Tabla 15. Balanza Comercial Ecuador – Colombia en miles de USD

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2012	1055945	2121751	-1065806
2013	912116	2218240	-1306124
2014	951305	2133269	-1181964
2015	784028	1708068	-924040
2016	810457	1377643	-567186
2017	717051	1312277,8	-595227
2018	655144,6	1112439	-457294
2019	593238,2	912600,2	-319362
2020	531331,8	712761,4	-181430
2021	469425,4	512922,6	-43497
2022	407519	313083,8	94435

Fuente: PROECUADOR, 2017
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

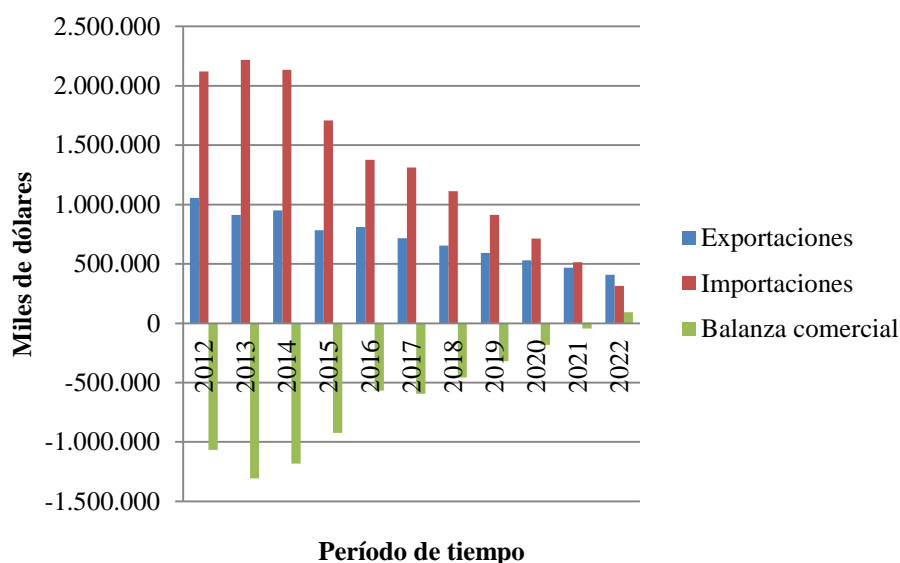


Figura 11. Balanza Comercial en miles de dólares entre Ecuador – Colombia
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Colombia es el quinto mercado de destino de las exportaciones ecuatorianas y cuarto proveedor de las importaciones y aunque el saldo comercial con este país fue crónicamente deficitario en el 2013, debido a que las importaciones han sido mayores a las exportaciones, sin embargo la balanza comercial tiende en los próximos años a disminuir su déficit y alcanzar un superávit, por lo cual, Ecuador cuenta con una fortaleza para ingresar a este mercado debido a que el consumo de productos saludables es alto, generando así ser un mercado atractivo para la comercialización del aguacate.

Acuerdos Comerciales

Tabla 16. Acuerdos comerciales Vigentes

Estados Unidos	España	Colombia
Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)	Acuerdo multipartes (Unión Europea)	Acuerdo de Cartagena Comunidad Andina (CAN)

Fuente: ONU, Pro-Ecuador, Gobierno de España, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Ecuador goza de preferencias arancelarias en España, Colombia y Estados Unidos ya que es miembro de la Unión Europea, Comunidad Andina y además se renovó el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) respectivamente.

Las preferencias arancelarias con Estados Unidos se mantienen hasta finales del 2020 ya que la Cámara de representantes de dicha nación renueva el SGP. (El Universo, 2018) Este acuerdo permite que productos ecuatorianos y de otros 120 países ingresen al mercado estadounidense con aranceles más bajos lo cual les ayuda a ser competitivos, además incrementa las exportaciones y crea nuevas plazas de trabajo en Ecuador.

“El Gobierno ecuatoriano suscribió el Protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea. De acuerdo con la CEPAL, el Acuerdo Comercial representará para el Ecuador un incremento anual en indicadores económicos PIB, consumo e inversión” (Ministerio de Comercio Exterior, 2016)

Dicho acuerdo asegura la liberalización inmediata del 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos. Además da un efecto positivo en la generación de empleos y en mejores ingresos para la población, prueba de esto en el 2017 las exportaciones crecieron un 15%, debido al acuerdo y a factores como la mejora de precios y la recuperación de mercados. Es así que al ingresar al mercado español el aguacate no tendrá ninguna restricción, siempre y cuando se cumpla todas las formalidades correspondientes al proceso de exportación, así como la presentación de los documentos que se amerite al producto, debido a que España es miembro de la Unión Europea.

En cuanto al Acuerdo de Cartagena, éste manifiesta que todos los países miembros pueden ingresar sus productos con aranceles bajos. Por lo cual al ser Ecuador y Colombia miembros gozan de varios beneficios y como consecuencia el aguacate ecuatoriano podrá ingresar al mercado colombiano solamente cumpliendo requisitos básicos.

3.6.2.3. Factores Legales

“Consiste en todas las leyes, decretos, reglamentos y normas de un país a otro y afecta a la distribución de productos, la promoción, las especificaciones técnicas y de seguridad del producto, las normas relativas al envase, etiquetado, marcas comerciales, idioma”. (Lema, 2010, pág. 26)

3.6.2.3.1. Normativa Aduanera

Esta normativa surge de la autoridad que limita, prohíbe o impone requisitos especiales para determinados productos o servicios de tipo comercial en un mercado dado.

Tabla 17. Normativa Aduanera

Estados Unidos		España		Colombia
Código	de	Código	Aduanero	Estatuto Aduanero
Reglamentaciones	de	la	Unión	
Federales		Europea		

Fuente: ONU, Pro-Ecuador, Gobierno de España, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Estados Unidos rige su normativa a través Código de Reglamentaciones, el cual detalla normas internacionales y reglamentos para el comercio internacional (importaciones y exportaciones), protegiendo de esta manera la integridad de los derechos de autor, marcas, entre otros.

España es un país miembro de la Unión Europea, por lo cual, la principal Ley Aduanera de la Unión es el Código Aduanero en donde se incluyen las normas que regulan los trámites aduaneros comunitarios, además las normas aseguran las prácticas aduaneras de todos los países de la UE, sean uniformes y transparentes.

Este Código Aduanero Comunitario cuenta con disposiciones generales sobre derechos y obligaciones con respecto a la normativa aduanera, regulando el comercio de mercancías a nivel nacional e internacional.

Colombia aplica el Estatuto Aduanero el cual rige en la totalidad del territorio colombiano y regula las relaciones jurídicas que se establecen entre la aduana nacional y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías, hacia y desde Colombia. Además es un mecanismo fundamental para mejorar el comercio exterior en este país, y brinda a los empresarios herramientas que ayudarán a mejorar la competitividad del sector privado.

Cada una de las normativas aduaneras de los tres países tiene un objetivo en común, la protección del fisco y el impedimento de mercancías ilegales.

3.6.2.4. Factores Geográficos

“Tienen influencia en las condiciones que caracterizan al mercado y se manifiestan en los aspectos relativos a la población, adecuación del producto, producción.” (Lema, 2010, pág. 30)

Las condiciones en las cuales la empresa debe operar en los mercados internacionales están influidas por diferentes factores por lo cual es indispensable aplicar estrategias de marketing adaptadas a la situación el mercado objetivo.

3.6.2.4.1. Población

“Conjunto de personas que vive en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística” (Lind, Wathen, & Marchal, 2012, pág. 58).

Tabla 18. Población

AÑOS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	COLOMBIA
2012	313998379	46773055	46881475
2013	316204908	46620045	47342981
2014	318563456	46480882	47791911
2015	320896618	46447697	48228697
2016	323127513	46443959	48653419
2017	325524000	46460000	49066000
2018	327792054	46324935	49523153
2019	330098599	46264171	49960031
2020	332405144	46203408	50396909
2021	334711689	46142644	50833787
2022	337018235	46081881	51270664

Fuente: (Banco Mundial, 2017)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

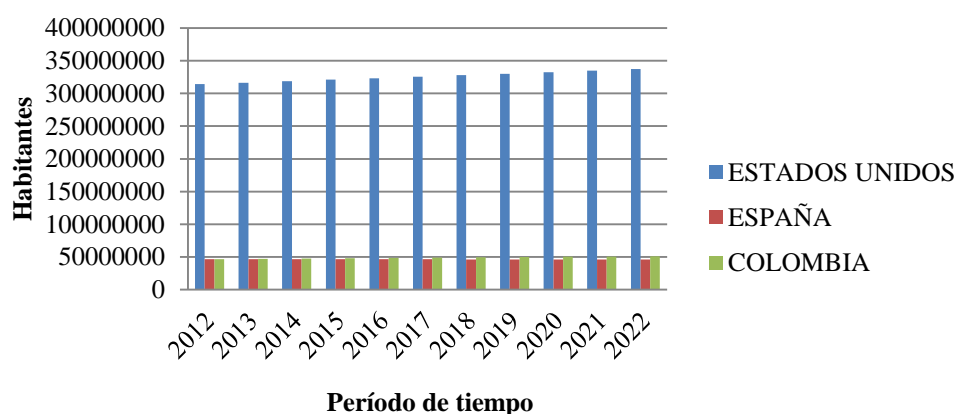


Figura 12. Población proyectada de los países objetivo

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Estados Unidos, España y Colombia son mercados que tienen un alto nivel de población. Estados Unidos es el país con mayor número de habitantes y que tiende a crecer, por lo cual existe un gran consumo de productos. De acuerdo a las estadísticas la población de las naciones mencionadas anteriormente muestra un crecimiento a un ritmo pausado en los próximos años, pero que cada vez dichos habitantes se preocupan por una buena alimentación.

La población de los EE.UU. es más joven que la de otros países desarrollados, 111 millones de personas tienen una edad que supera los 50 años. Los hábitos y recursos financieros de ese segmento –conocido como el de Baby Boomers estimulan los gastos en cuidado de la salud y servicios médicos, seguidos por los de hotelería y servicios de alimentación (Ibid) (PROECUADOR, 2017)

Los tres países representan mayor oportunidad de consumo de bienes y servicios.

3.6.2.4.2. Índice de desempeño logístico

Mide la eficiencia de las cadenas de suministro de cada país y cómo se desenvuelve en el comercio con socios comerciales, a través de 6 componentes: desempeño de las aduanas, infraestructura, envíos internacionales, competencia de servicios logísticos, seguimiento y rastreo, puntualidad. (PROCOLOMBIA, 2017)

Tabla 19. Índice de desempeño logístico

Estados Unidos	España	Colombia
3,99	3,73	2,61

Fuente: Banco Mundial, 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Estados Unidos ocupa el puesto 10 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. (PROCOLOMBIA, 2017)

Una logística eficiente conlleva a una baja de los costos del comercio y por ende aumenta la integración global beneficiando a los países en desarrollo que buscan competir en el mercado global.

Este país tiene un gran desempeño logístico gracias a la aplicación de nuevas tecnologías de la información en aduanas y puertos, factores que han influenciado positivamente, sin embargo España y Colombia tienen un promedio estable en cuanto a este indicador.

Tabla 20. Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

	COLOMBIA				ESPAÑA				ESTADOS UNIDOS			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES POLÍTICOS/LEGALES												
Política comercial internacional	ALTO	3					MEDIO	2			BAJO	1
Barreras no arancelarias			BAJO	1			MEDIO	2			BAJO	1
Medidas Arancelarias	ALTO	3			MEDIO	2					BAJA	1
Balanza comercial	ALTO	3			MEDIO	2					ALTO	3
Normativa aduanera	MEDIO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Acuerdos Comerciales	ALTO	3			ALTO	3			ALTO	3		
SUMA		14		1		9		4		5		6
PROMEDIO		2,8		1		2,25		2		2,5		1,5
FACTORES ECONÓMICOS												
PIB	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Tasa de desempleo			MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1
Inflación			BAJO	1			ALTO	3			ALTO	3
PIB per cápita	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
SUMA		4		3		5		6		4		4
PROMEDIO		2		1,5		2,5		3		2		2
FACTORES SOCIO-CULTURALES												
Hábitos de consumos	ALTO	3			MEDIO	2			ALTO	3		
SUMA		3				2				3		
PROMEDIO		3				2				3		
FACTORES GEOGRÁFICOS												
Población	MEDIO	2			MEDIO	2			ALTO	3		
Índice de desempeño logístico	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Tamaño del mercado	ALTO	3			ALTO	3			ALTO	3		
SUMA		7				7				8		
PROMEDIO		2,33				2,33				2,67		

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Análisis del Perfil de la Matriz POAM

Se ha analizado varios factores que ayudan a conocer las oportunidades y amenazas que se tiene en los tres países Estados Unidos, España y Colombia como por ejemplo los Legales, aquí se encuentran la política comercial, medidas arancelarias y la normativa aduanera en donde cada nación maneja un Estatuto, el cual incluye normas internacionales y reglamentos para el comercio internacional, como también criterios que regulan los trámites aduaneros comunitarios además establece relaciones jurídicas entre la aduana nacional y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías. Otro punto tomado en cuenta en esta matriz son los indicadores económicos como la población, el desempleo, PIB, inflación, entre otros. De acuerdo a las cifras anteriormente plasmadas, se puede evidenciar patrones de comportamientos en la población, según las proyecciones de los próximos cinco años, además se denota que Colombia, tiene sus niveles altos en las oportunidades que en las amenazas por ende es un mercado óptimo para ingresar con el aguacate ofertado por ASOGRADEL.

Como una parte fundamental de este análisis está los factores socioculturales, en donde menciona los hábitos de consumo que en los tres países se considera una oportunidad, ya que existe la tendencia de consumir productos de calidad y con menos procesos de industrialización entre éstos están las frutas y dentro de este grupo se encuentra el aguacate porque tiene un alto valor nutritivo.

3.7. ESTUDIO DE MERCADO

3.7.1. Análisis de la Demanda

De conformidad con los datos expuestos en el presente trabajo de investigación, Colombia es un país consumidor de aguacate, posee un mercado doméstico dinámico capaz de adquirir la producción nacional como internacional. A pesar de que este país andino sea considerado agrícola, y de que este producto se cultive en pocas cantidades y en diferentes sectores, la oferta no logra cubrir el mercado doméstico, por ello se ven en la necesidad de importar para satisfacer la demanda existente. Por lo cual se ha considerado para esta investigación las principales ciudades de Colombia en las que se localizan los importadores aguacate, siendo estas Bogotá, Cúcuta e Ipiales.

3.7.1.1. Perfil de Consumidor de Colombia

Colombia es un buen productor agrícola, la estacionalidad de la producción de sus frutas y vegetales no siempre permite que el mercado esté lo suficientemente abastecido. Existen productos provenientes de Ecuador como naranjas, aguacate, banano, oritos, cebolla, papas, entre otros; sin embargo en muchos casos estas exportaciones no son registradas en las aduanas, es decir ingresan informalmente. (PROECUADOR, 2017)

Actualmente el mercado colombiano registra un consumo cada vez mayor de productos de calidad. Especialmente en el sector alimenticio, los hábitos de los colombianos se están inclinando hacia los productos sanos y naturales, los mismos que en su mayoría son importados. Entre estos tenemos: aguacate, chocolate, semillas de chía, aceite de aguacate, etc.

El consumo de productos sanos, naturales y orgánicos, es la tendencia relacionada con la cultura de verse bien y sentirse mejor. Muchos colombianos están adoptando nuevos hábitos que mantengan estable su salud como ejercitarse y comer productos sanos. Esta tendencia tiene que ver con el consumo educado, que cada vez crece más.

El aguacate es un alimento primario el cual no sufre ningún tipo de transformación, además contiene varios nutrientes, por lo tanto es un producto apetecido por las personas que tienen interés en mantener su juventud y vitalidad, ésta sería una ventaja más para la venta en este mercado. Además las personas utilizan este producto como complemento en todas sus comidas, como también su aceite extraído es utilizado en la industria cosmética y farmacéutica.

Los lugares donde existe más consumo son las principales ciudades de Colombia, las cuales cuentan con un gran número de habitantes mismos que son superiores al millón de habitantes: Bogotá (7.347.795), Medellín (2.309.446) y Cali (2.207.994).

3.7.1.2. Consumo Aparente

Es una forma rápida y con menos intromisión en los hogares para conocer el consumo de los mismos. (INCAP, 2015)

Su fórmula es:

$$CA_{xj} = P_{xj} + M_{xj} - X_{xj}$$

En donde:

CA_{xj}: Consumo aparente del bien x en año j

P_{xj}: Producción del bien x en año j

M_{xj}: Importaciones del bien x en año j

X_{xj}: Exportaciones del bien x en año j

El consumo aparente se utiliza para realizar proyecciones, más si la investigación de mercado es cuantitativa.

Tabla 21. Consumo Aparente de aguacate de Colombia

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Nacional Aparente
	TN	TN	TN	TN
2012	224273	6126	5	230394
2013	237348	5969	542	242775
2014	250424	5141	2046	253519
2015	263499	4313	3373	264439
2016	276575	3486	4393,5	275668
2017	289651	1318	5554,3	285415
2018	302726	2658	6715,1	298669
2019	315802	1830	7875,9	309756
2020	328877	699	9036,7	320539
2021	341953	3	10197,5	331758
2022	355028	702	11358,3	344372
2023	368104	893	12519,1	356478

Fuente: Consejo Nacional del Aguacate, AGRONET (2018)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Los departamentos con mayor potencial de producción son Antioquia (3.500 hectáreas), Caldas (2.597 hectáreas) y Tolima (1.325 hectáreas). Tan solo en Antioquia hay 1.024 productores.

Colombia posee una ventaja comparativa en el cultivo de aguacate a nivel mundial, lo que hace que sea competitivo. Esto le exige al vecino país, fortalecer la calidad de la fruta, como también algunos procesos tales como: cosecha, pos cosecha y el control fitosanitario.

Según los resultados obtenidos, se estima un Consumo Nacional Aparente de Aguacate en Colombia como se puede observar en la “Tabla 21” las importaciones han ido disminuyendo y por ende sus exportaciones creciendo, sin embargo sigue adquiriendo producto de otros países para satisfacer la gran demanda de la fruta en el país.

Considerando el país demandante del producto, Colombia es consumidor de aguacate Hass y fuerte, posee un mercado doméstico dinámico capaz de adquirir la producción nacional como internacional. (El Telégrafo, 2016)

Requisitos para exportación

Para la exportación del producto el principal requisito es la Inspección Fitosanitaria en el lugar de entrada, es decir en Colombia para verificar la seguridad de alimentos y etiquetas, además verificar que el producto esté apto para el consumo, es decir, libre de contaminación, también realiza un análisis del etiquetado que cumpla con la normativa de Colombia y el cumplimiento de los procesos administrativos para verificar si se realizó el aviso previo del arribo de la mercancía.

3.7.1.3. Potenciales Consumidores

Los posibles clientes para poder cubrir parte de la demanda 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:

Tabla 22. Importadores Colombianos de aguacate por ciudad

Ciudad	Razón Social	Toneladas
Ipiales	Coagromar SA. CI	409
	Distrifrut Eu	437
	Frutas Paraíso Ltda	830
	Comercializadora De Frutas	630
	Karen Amf Ltda	
	GEDECOMEX S.A.S	345
	Importaciones Exportaciones	587
	Agropez Ltda	
Bogotá	Moreno Celis José Emiliano	1802
Cúcuta	Pabón Ortiz Luz Yaneth	104
	Rojas Sanabria Hermenciano	574

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En el periodo de 2013 al 2018, éstas son las empresas que han importado la subpartida 0804.40.00.00. Dichas empresas pertenecen diferentes ciudades del país vecino, por ende se convierten en los potenciales consumidores tanto de aguacate Hass como fuerte, además podrían considerarse posibles clientes de la Asociación ASOGRADEL adquiriendo el producto que los socios ofertan, producen y comercializan.

3.7.1.4. Precio del Aguacate en Colombia

El aguacate variedad Hass a nivel mundial se comercializa a un sobreprecio, mientras que las importaciones del producto tipo Fuerte se venden a un precio más bajo del promedio de los precios del aguacate.

Según el Sistema de Información SIPSA, el precio del aguacate en los diferentes mercados mayoristas de Colombia oscila entre los 13800 a 5000 pesos año 2017. En la ciudad de Bogotá en el mercado mayorista Corabastos el precio del aguacate está en 5000 el kilogramo.

En cambio el precio del aguacate en el mercado Colombiano oscila entre los 3000 pesos como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 23. Precios del aguacate por kilogramo en el mercado colombiano

Nombre	Presentación	Cantidad	Unidad	\$Cal.	\$Cal.	Valor
				Extra	Primera	x Unidad
AGUACATE	Kilo	1	Kilo	5000	3800	5000
AGUACATE	Kilo	1	Kilo	6000	4500	6000
HASS						

Fuente: CORABASTOS. Boletín Diario de Precios, 2018

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.7.1.5. Aeropuertos, puertos y pasos terrestres de Colombia

Es fundamental tener en cuenta los aeropuertos, puertos marítimos y pasos fronterizos que poseen los países, ya que éstos permiten el ingreso y salida de mercancías y de personas. En la exportación de aguacate de ASOGRADEL a Ipiales Colombia se realizará a través del transporte terrestre y el Puente Internacional de Rumichaca el mismo que servirá como paso fronterizo para la comercialización internacional de este producto.

Así mismo para este proyecto de investigación se utilizará los Ejes Troncales, los cuales se encuentran constituidos por vías identificadas en los puntos de unión de sus tramos:

En Colombia

a) Cúcuta- Bucaramanga- Socorro- Tunja- La Caro-Bogotá-Armenia-Alambrado- La Paila- Cali- Popayán- Pasto- Puente Rumichaca.

En Ecuador

a) Rumichaca - Tulcán - Ibarra - Quito - Aloag - Santo Domingo –Quevedo - Babahoyo - Guayaquil - Machala - Huaquillas.

En su art. 7 se establece los siguientes cruces de frontera para los Ejes

Troncales:

b) Entre Colombia y Ecuador:

Puente Rumichaca

Puente San Miguel

3.7.2. Análisis de la oferta de aguacate

3.7.2.1. Producto a Exportar

3.7.2.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria es una herramienta importante para la comercialización del producto, ya que de esta manera se clasifica en la partida arancelaria tanto en el país de origen como destino, y así conocer los impuestos que se debe pagar al momento de ingresar al mercado colombiano, basándose al Sistema de Designación y Codificación de Mercancías y a las tarifas de entrada de bienes a Colombia dispuestas en el arancel armonizado. A continuación se detalla la codificación correspondiente al producto:

Tabla 24. Clasificación arancelaria del producto

SECCIÓN II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO 8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
0804.40.00.00	- Aguacates (paltas)

Fuente: Banco Central del Ecuador 2017

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.7.2.1.2. Descripción del Producto

El aguacate es un producto de consumo nacional aunque la mayor problemática radica en los medios de distribución del mismo. El producto es perecible por lo que no se puede almacenar por mucho tiempo, debe distribuirse y consumirse antes de los 45 días, desde que comienza su madures hasta que termina de madurar. El cultivo no está muy desarrollado ni tecnificado en el Ecuador.

“Fruto de color verdoso y piel gruesa, cuando está maduro la pulpa tiene una consistencia como de mantequilla dura y su sabor recuerda levemente al de una nuez, es muy rico en grasas, con un contenido de grasas del 10 al 20%, y proteínas. El peso de la fruta tiene un rango bastante amplio que en las variedades comerciales oscila entre los 120 g y los 400g, la corteza del mismo va de delgada a gruesa y de arrugada a lisa.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2016)

Existen varios tipos de aguacate como el mexicano, el guatemalteco y el antillano, los cuales se subdividen en numerosas clases.

En el país, se cultivan algunas variedades de aguacate, mismas que surgen de tres tipos: el guatemalteco, el mexicano y el antillano. Las dos primeras florecen en los valles interandinos, entre los 800 y los 2.500 metros sobre el nivel del mar y el antillano se encuentra en la Costa

El aguacate guatemalteco o Fuerte, es el más demandado en los mercados locales; este fruto tiene la forma de una pera y mide en promedio de 15 a 18 centímetros de largo, con pesos que van desde los 180 hasta los 500 gramos. La pulpa de esta variedad tiene una coloración amarillo verdosa, su corteza es de color verde y lisa; a diferencia de otras variedades. La corteza de este no cambia de color al madurar. Este aguacate tiene un periodo de maduración de máximo diez días después de su cosecha, por lo que se vuelve ideal para ser comercializado en los mercados nacionales, ya que pasado este periodo de tiempo el aguacate se pudre, generando pérdidas a los comerciantes o productores. Lamentablemente, debido a sus características fisionómicas y morfológicas que no le permiten tener una extensa vida útil, este aguacate no se puede exportar con facilidad, por lo que casi se lo restringe a ser comercializado en el mercado nacional.

De igual manera Wilson Vásquez, técnico del INIAP (2014) señala; que el aguacate Hass es más resistente, por lo tanto se exporta. La variedad de aguacate Hass es una variedad híbrida, es decir, realizada en un laboratorio al combinar diferentes variedades de aguacates, buscando una de mejor calidad, ya sea por su adaptabilidad, durabilidad o tamaño.

El Hass, tiene gran demanda internacional; debido a su resistencia, ya que a una temperatura de 12 grados centígrados puede tardar de 15 a 30 días en madurar; además es un producto muy buscado por la industria alimenticia y cosmética, por su mayor concentración de aceite. Este tipo de producto está destinado para el consumo humano, el cual por lo general se lo consume en trozos o en ensaladas.

3.7.2.1.3. Precios Históricos

Según SINIGAP (2012) los precios del aguacate en la provincia de Imbabura desde el año 2010 no han tenido variaciones significativas, se puede decir que los precios del aguacate en los mercados se ha mantenido en un promedio en 1,25\$ por kilogramo, esto se debe a que la producción del aguacate en el país ha sido estable.

Según el Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2012), los precios pagados al consumidor por kilogramo de aguacate (guatemalteco) durante el período 2010-2012, variaron mes a mes y fluctuaron entre \$ 0,52 y \$ 1,30 por kilogramo. (El Telégrafo, 2016)

3.7.2.1.4. Precios Actuales

Según SINAGAP (2018) el precio actual del aguacate en los mercados de la provincia de Imbabura por kilogramo es de 1,30\$. En el mercado Mayorista llamado COMERCIBARRA, donde comercializa la Asociación el precio no ha variado significativamente, más aún se ha mantenido desde el 2017 como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 25. Precios mensuales del aguacate por kilogramo en los mercados del Ecuador

Mercado	2017-10	2017-11	2017-12	2018-1	2018-2	2018-3
Ambato EP-EMA	2,30	2,44	2,47	1,75	1,60	1,56
Cuenca - El Arenal	1,94	1,88	1,71	1,60	1,61	1,63
Guayaquil – TTV	2,60	2,65	2,49	2,30	2,19	2,04
Ibarra – COMERCIBARRA	1,25	1,30	1,31	1,36	1,24	1,35
Quito MMQ-EP	2,33	0,00	1,80	1,63	1,28	1,50

Fuente: SINAGAP, 2018

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En cuanto a precio por cientos según ASOGRADEL se encuentra alrededor de \$35 en temporada baja de producción y en alta en \$27- \$28 dólares. Así también por unidad el aguacate se encuentra a un precio de 0,30 ctvs para el consumidor final.

3.7.2.2. Producción de aguacate

3.7.2.2.1. Producción en el Ecuador

El aguacate es un cultivo que en el Ecuador va tomando mayor importancia año tras año. Su alto rendimiento en condiciones climáticas adecuadas y la gran demanda en el mercado internacional han colocado a este producto en un sitio privilegiado en el país. Su producción está distribuida en los valles interandinos de la Sierra, en las provincias de Imbabura (Chota y Salinas), Carchi (Mira), Pichincha (Guayllabamba), Tungurahua (Patate y Baños) y Azuay (Paute y Gualaceo). (El Telégrafo, 2016)

A continuación, se destacan las principales provincias del Ecuador, en las cuales se cosecha el aguacate y representan un porcentaje representativo frente a la cantidad producida para destinarla al consumo del mercado nacional o internacional.

Producción de aguacate en Ecuador

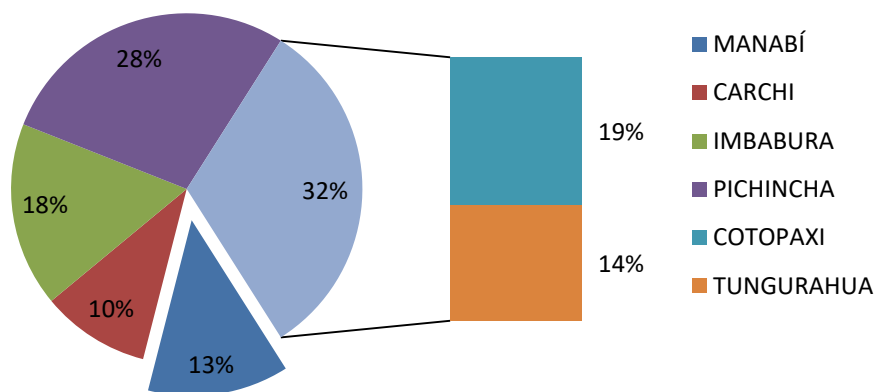


Figura 13. Producción de aguacate a nivel nacional
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El 28% de la producción de aguacate existente en el Ecuador, está concentrada, en su mayoría en la provincia de Pichincha, seguida del 19% en Cotopaxi, 18% en Imbabura, 14% en Tungurahua, 13% en Manabí, y 10% en Carchi, validando así la existencia del producto en el territorio ecuatoriano.

La producción del Ecuador es muy representativa de este producto evidenciándose que Pichincha es el primer productor de aguacate con un 28%, así también la provincia de Imbabura tiene una producción significativa y ocupa el tercer lugar dentro de esta clasificación con un 17%, lo que indica que tanto asociaciones entre ellas la ASOGRADEL como productores particulares han favorecido a que el país tenga una ventaja en este indicador y se produzca en gran parte del año.

3.7.2.2.2. Producción de Imbabura

El aguacate es un cultivo perenne que puede durar hasta más de 30 años, con un buen manejo. Además, no necesita de superficies extensas para tener una gran cantidad de producción, ya que un árbol puede generar hasta unos 70 kilos de aguacate (El Productor, 2012)

Según Ángel Orozco responsable de Sanidad Vegetal en Agrocalidad, en la provincia de Imbabura están registradas la mayor parte de hectáreas de aguacate en donde se destaca que

El Chota y Salinas son los mayores productores de este fruto y que su producción se está incrementando exponencialmente en la localidad. Dentro de estas cifras se encuentra ASOGRADEL.

En la Sierra norte hay más huertos donde se cultiva la variedad fuerte, que tiene más acogida local que el Hass. A escala nacional hay 6700 hectáreas sembradas de árboles de aguacate. De ellas, 3 000 están en Imbabura y Carchi. (El Comercio, 2018)

Competencia

A nivel nacional existen empresas que realizan la actividad de exportación del aguacate en los dos últimos años, éstas se convierten en competencia para ASOGRADEL, debido a que ya mantienen relaciones internacionales y por lo tanto su producto ya es conocido en otros países.

Tabla 26. Empresas ecuatorianas dedicadas a la exportación de la partida 0804400000
EMPRESAS EXPORTADORAS

Agrinecua, Agrícola Innovadora Ecuatoriana C. Ltda	0992813016001
Alarcon Calderon Sylvia Rosario	1001071560001
F.L.P. Latinoamerican Perishables Del Ecuador S.A.	1791262212001
Uyamafarms S.A.	0490054529001
Mirabosques Cia. Ltda.	1792553326001

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2018

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Mientras que en la provincia de Imbabura se encuentran otras asociaciones dedicadas a la producción y comercialización de aguacate de acuerdo a la información obtenida por el MAGAP. Éstas aún no realizan negociaciones internacionales ofertando su producto, sin embargo se consideran la competencia para la asociación debido a que cuentan con una cantidad significativa de producción de aguacate y además son conocidas en el mercado interno y no descartarían la posibilidad de vender el producto exteriormente ya sea tipo Fuerte o Hass.

Tabla 27. Organizaciones de Productores y Comercializadores de Aguacate

MATRIZ DE ORGANIZACIONES IMBABURA					
Nombre De La Organización	Cantón	Parroquia	Rubro	Representante	Contactos
Asociación De Productores Agropecuarios San Luis De Salinas	Ibarra	Salinas	Aguacate	Raúl Maldonado	0988935435
Junta De Aguas Peguche San Antonio- Ramal Chaltura	Antonio Ante	San José De Chaltura	Aguacate, Maíz, Frejol, Tomate De Árbol	Marco Vásquez	0992869711
Asociación Generando Empleo Para Pablo Arenas	Urcuqui	Pablo Arenas	Aguacate, Maíz, Frejol, Cítricos	Julio Gordillo	0986667641
CORPAGUACATE			Aguacate	Marcelo Reinoso	0984605614

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2018 (MAGAP)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

PROVEEDORES

3.7.2.2.3. Producción de la Asociación

Según la presidenta de la asociación ASOGRADEL las plantaciones en general de aguacate tienen un promedio de producción de acuerdo a la edad de cada árbol; por ejemplo menciona que una planta de 3 años puede producir un promedio de 70 a 80 unidades; a los 7 años el rendimiento puede ser superior a las 400 unidades, y después de los 10 años un árbol cuidado supera las 560 unidades de frutas. Además, indica que la distancia entre arboles es importante, ya que se siembra alrededor de 5 x 5.30 metros, esto significa que en una hectárea están sembrados un promedio de 150 a 200 plantas, y su rendimiento promedio es de 5 a 6 toneladas de aguacate por hectárea, esto es en términos generales.

De acuerdo a la encuesta realizada a los 32 productores y comercializadores de aguacate de la asociación ASOGRADEL, en la siguiente tabla se muestra la producción que tiene cada uno:

Tabla 28. Producción de los socios de ASOGRADEL

N°	NOMBRE DEL SOCIO	No CÉDULA	PRODUCCIÓN HA	
			Propio	Arrendado
1	Acosta Alfredo Ulices	1000946234	2	1
2	Andrango Cuspid Patricia Aracely	1003709589	2	
3	Arciniega Ruíz Blanca Leoniza	0400701843	1	1
4	Benavides Santilan Carla Estefanía	1004050900	2	
5	Benavides Guerrero Irma Rosicela	1002278123	1	
6	Benavides Ramírez Segundo Alfonso	1001629102	1	
7	Cevallos Almeida María De Jesús	1001639549	1	1
8	De La Cruz Gonzales María Mercedes	1001640703	1	1
9	De La Cruz Gonzáles Rosario	1001832722	1	
10	De La Cruz Gonzales Rosa Isabel	1002619110	1	1
11	De La Cruz Manuel Mesías	1002484028	2	
12	Gonzales Cruz María Dolores	1001137841	1	
13	Guerrero Díaz Aida Mariana	400299343	2	2
14	Itas Bernal Ángel Gabriel	400611554	3	1
15	Jiménez Guamán Narcisa De Jesús	1710750827	4	
16	Lara Moncayo Rolando Damián	0400883286	2	
17	Lar Wilson Segundo	0400754099	1	
18	Males Urcuango Víctor Antonio	1003490594	1	
19	Males Urcuango Elvia Marilú	1002816922	2	1
20	Males Flores Olga Isabel	1003914635	1	
21	Males Barrera Jonathan Damián	1003046685	1	1
22	Males Barrera José Segundo	1001230695	1	
23	Males Barrera Juan Carlos	1002776712	1	
24	Males Urcuango Mario Enrique	1003635966	1	1
25	Mendez Lara Julio Ramiro	1002513784	1	1
26	Muenala Gonzáles Luis Germán	1002609012	1	1
27	Ramos Quimbiamba María Isabel	1003387964	1	
28	Remache María Francelina	1001911617	2	
29	Serrano Sandoval Luis Enrique	1001435572	1	1
30	Tapia De La Cruz Omayra Alejandra	1002918322	1	1
31	Urcuango Flores Rosa María	1001422524	0	1
32	Vaca Farinango Ulvia Marina	1001067774	1	
	Total		44	16
	TOTAL		60	

Fuente: Encuesta realizada a Socios ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El promedio de superficie sembrada de la Asociación es de aproximadamente 60 Hectáreas de variedad de aguacate Fuerte, lo que representa un 4% de la producción perteneciente a Imbabura. Además cuenta con un nivel tecnológico bajo, disponen de una infraestructura apropiada para el manejo y cultivo del aguacate, actualmente están enfocados más al mercado nacional, ya que al externo no; por desconocimiento de los procesos de exportación, y por no identificar un cliente internacional al cual le puedan ofertar el producto.

3.7.2.3. Oferta Exportable

El aguacate Fuerte, es el que más produce ASOGRADEL, debido a su alta demanda en el mercado nacional, mismos que comercializan directamente al consumidor final o por medio de intermediarios a los mercados locales, además el fruto se distribuye hacia otros mercados del país. De acuerdo a la producción que tiene la asociación en cada hectárea se encuentran sembrados un promedio de 140 árboles de aguacate y cada uno de éstos produce unas 500 unidades semestrales. Es decir que cada hectárea rendiría un promedio de 4 a 5 toneladas, ya que cada unidad es de 120gr o más entre grande, mediano y pequeño; pero para la exportación se tomará en cuenta solo las unidades grandes con 250gr de peso lo que representa un 20% de dicha producción.

Tabla 29. Oferta de ASOGRADEL

AÑO: 2017			ASOCIACIÓN: ASOGRADEL	
CARACTERÍSTICA: Árboles dispersos			PRODUCTO: Aguacate-fresco	
Número de Hectáreas	Número de árboles	Producción de unidades	Toneladas métricas	Ventas toneladas métricas
60	8400	8400000	2100	420

Fuente: Encuesta realizada a Socios ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Por lo cual la oferta exportable de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura de la producción de 60 ha es de 420 toneladas, divididas en dos envíos los cuales serán semestralmente para la venta cada uno de 210 ton, es decir el 20% de lo que produce la asociación es aguacate grande tipo Fuerte con 250gr. De los 500 aguacates que produce un árbol los 300 son grandes y de los cuales 100 son aptos para la exportación, ya que cumplen con los requisitos establecidos además realizando los cálculos respectivos una hectárea da como resultado 7 toneladas anuales.

3.7.3. PROYECCIONES DEL PROYECTO

3.7.3.1. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtuvo mediante el análisis del consumo recomendado por el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, el cual manifiesta se debe consumir 400 gramos diarios de frutas y dentro de éstas se encuentra el aguacate en estudio.

Dentro de la cantidad de consumo mencionada anteriormente, 32,2 gramos corresponde al consumo del aguacate, es decir que al año se recomienda consumir 11,8 kilogramos y con estos resultados se procede a calcular cuál es el déficit de consumo existente en el país vecino específicamente en el Departamento de Ipiales lugar de destino del producto en estudio, y por último proyectar la oferta de ASOGRADEL.

En la Tabla. 30 se indica el porcentaje que se va a cubrir en el mercado colombiano, mismo que se muestra en aumento hasta llegar a una participación significativa como es el 85% en el año 2023.

Tabla 30. Demanda Insatisfecha

Año	Población Nacional	Consumo Per cápita Anual Kg		Déficit Kg	Población estratificada Ipiales	Déficit Kg	Demanda Insatisfecha		Oferta	
		Real	Recomendado				Tn	Kg	Tn	Cobertura %
2012	46581823	4,95	11,08	6,13	129362	793506		266000		
2013	47121089	5,15	11,08	5,93	132438	785072		300000		
2014	47661787	5,32	11,08	5,76	135542	780841		350000		
2015	48203405	5,49	11,08	5,59	138679	775784		370000		
2016	48747708	5,65	11,08	5,43	141863	769609		382000		
2017	49291609	5,79	11,08	5,29	145073	767388	767	420000	420	55%
2018	49834240	5,99	11,08	5,09	148297	754350	754	451600	451,6	60%
2'19	50375125	6,15	11,08	4,93	151533	747212	747	481200	481,2	64%
2020	50917418	6,30	11,08	4,78	154767	740518	741	510800	510,8	69%
2021	51459711	6,45	11,08	4,63	157851	731332	731	540400	540,4	74%
2022	52002005	6,62	11,08	4,46	161031	717832	718	570000	570	79%
2023	52544298	6,78	11,08	4,30	164211	705399	705	599600	599,6	85%

Fuente: DANEC, Banco de la República de Colombia, Ministerio de Salud y Protección Social, FAO.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8. ESTUDIO TÉCNICO

3.8.1. Localización

3.8.1.1. Macrolocalización

Se consideró la provincia de Imbabura, ya que aquí está ubicada la Asociación en estudio y además gran parte de sus socios producen y comercializan en este lugar, el aguacate tipo Fuerte. Para el estudio se toma en cuenta a la Asociación ASOGRADEL, la cual cuenta con 32 socios y se encuentra en la provincia de Imbabura.

Región: Norte del Ecuador

Provincia: Imbabura

Ciudad: Ibarra



Figura 14. Mapa de la macro localización

Fuente: googlemaps.com (2018)

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.1.2. Microlocalización

Ibarra es una ciudad ubicada en la Región Sierra Norte del Ecuador. Es la capital de la provincia de Imbabura ubicada en la región andina, a 120 km al norte de la ciudad de Quito, la ciudad tiene una altitud de 2225 metros sobre el nivel del mar.

El lugar donde ASOGRADEL realiza sus actividades comerciales es en la Compañía de Economía Mixta Mercado Mayorista de Ibarra, misma que está ubicada en las calles Av. Juan Hernández y Jaime Roldós, frente al Parque del Avión y diagonal al redondel de la policía.

Según Msc. Francisco Vaca Carranco presidente de la Compañía de Economía Mixta Mercado Mayorista de Ibarra solo existe la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL realiza sus actividades en estas instalaciones de Ibarra siendo la única que se dedica a comercializar el aguacate, cabe recalcar que también se encuentran las personas que no pertenecen a ninguna asociación pero que tampoco comercializan en gran cantidad ni todos los días de feria.

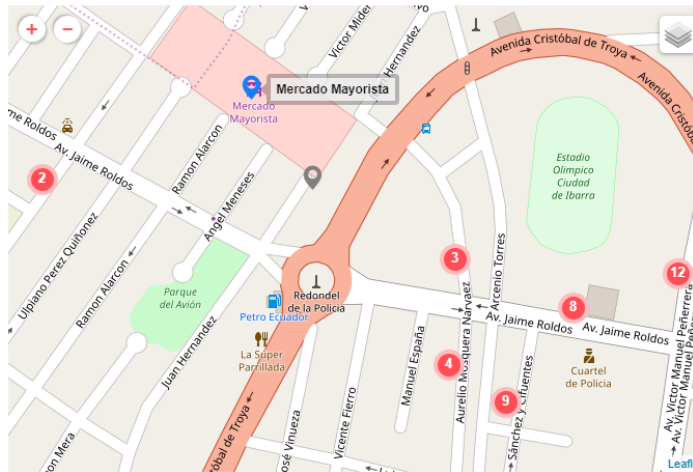


Figura 15. Mapa de Microlocalización
Fuente: googlemaps.com (2018)
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.2. Ingeniería o Proceso Productivo

En el proceso productivo se evidencian los pasos necesarios para lograr aguacate empacado al vacío.

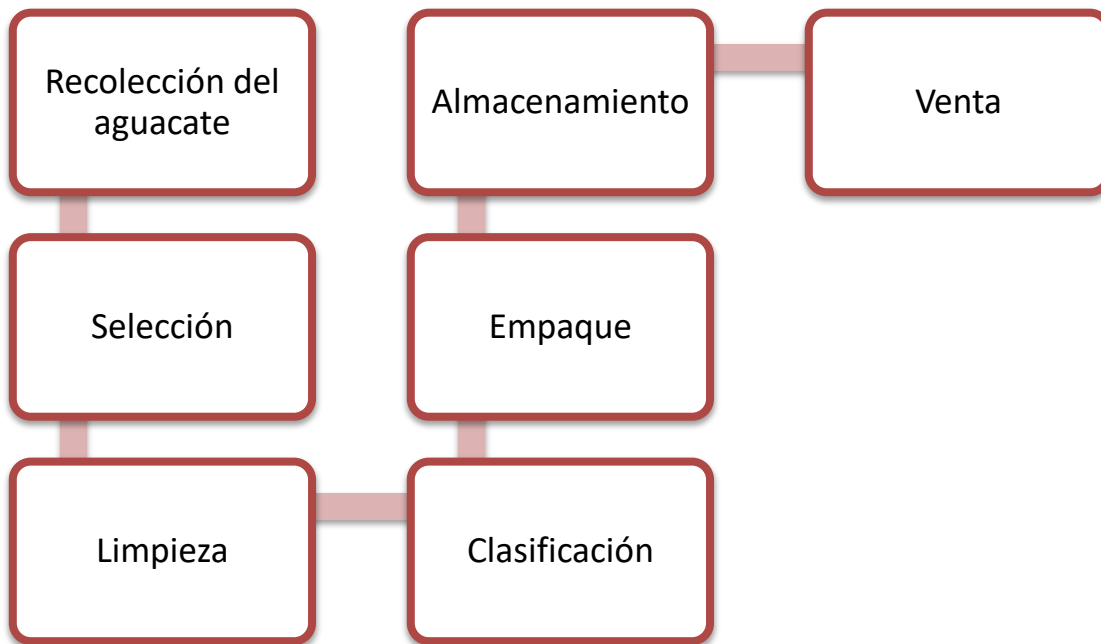


Figura 16. Pasos para lograr el empaquetado al vacío
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.2.1. Descripción del Proceso

3.8.2.1.1. Recolección del aguacate

Los días de recolección del aguacate son los domingos y miércoles en horas de la mañana debido a que el siguiente día es feria y se comercializa el producto. Los miembros de ASOGRADEL compran las plantaciones ya listas para cosechar o, en otros casos lo hacen en sus propios terrenos cuando el producto ya está listo para ser cosechado. Este proceso se realiza con un carrizo o palo que tiene 1,5m a dos metros de largo para poder alcanzar el producto, debido a que los árboles son de gran longitud, en ocasiones los socios suben al árbol para coger el aguacate y así evitar que este sufra lesiones o golpes en su corteza. Para optimizar tiempo se separa en una canastilla el aguacate tipo Fuerte y en otra el Hass. Cabe recalcar que los productores ya conocen cuando el producto debe ser cosechado y cuando no. Se coloca el producto cosechado en costales o en canastillas para el traslado y seguir con el siguiente paso.

3.8.2.1.2. Selección

Luego se procede a separar los productos que están en buen estado de los que presenten defectos, ya sea mal formaciones, golpes, manchas, etc. Los mismos que pueden impedir la venta. El aguacate que tiene algún desperfecto como los mencionados anteriormente es separado del resto, ya que se puede madurar más rápido, incluso dañarse, por lo tanto este producto es considerado para la comercialización al detal.

3.8.2.1.3. Limpieza

Luego de haber escogido la fruta que se encuentra en buen estado para la venta al por mayor se procede con la respectiva limpieza, en donde el aguacate es en primera instancia es sacar las ramas adherida para después lavar con agua de forma manual ubicándolo en el suelo encima de costalillos, con el propósito de eliminar bacterias, así como también cualquier tipo de material que impida la presentación correcta del aguacate. Se deja secar el producto por una o dos horas dependiendo la cantidad que se haya cosechado.

3.8.2.1.4. Clasificación

Una vez que el producto se encuentra seco, se continúa con la clasificación en donde se ubica en diferentes bultos el aguacate según su tamaño, ya sea grande, de segunda o de tercera para con esto proceder al empaque.

3.8.2.1.5. Empaque

Los operarios o los mismos productores colocan la cantidad de 100 aguacates en cada una de las bandejas o canastillas. Es necesario mencionar que no se deben empaçar los aguacates de variedad diferente juntos, debido a que poseen características diferentes como por ejemplo el tiempo que tarda en madurar.

Para el mercado nacional se debe utilizar canastilla plástica de fondo liso, con costados perforados en línea. Las medidas externas son 600mm largo x 400mm ancho x 300 mm alto, de tal forma que se conforme una capa de frutos, dependiendo del calibre y la variedad, de acuerdo a las encuestas realizadas a los miembros de la asociación en su mayoría se vende por cientos.



Figura 17. Canastilla plástica utilizada para el mercado nacional.

Para el mercado de exportación y de acuerdo a información de la Empresa de transporte internacional Sánchez Polo el producto se puede enviar en este mismo empaque debido a que el cartón corrugado no es tan resistente al peso, además éstas tienen ventilación lo que permite que el producto pueda tardar más tiempo en llegar a su madurez.



Figura 18. Canastilla utilizada para el mercado de exportación.

3.8.2.1.6. Almacenamiento

Una vez finalizado el proceso de producción se procede a almacenar el producto, la temperatura óptima de almacenamiento del aguacate de variedad Hass y Fuerte es de 3 a 7 C (37 - 45°F) para una vida de 4 a 8 semanas.

En este caso los productores y comercializadores de la asociación en su mayoría venden aguacate tipo Fuerte.

3.8.2.1.7. Transporte

El proceso de comercialización requiere ser realizado medios de transporte adecuados a nuestras condiciones de producción este debe garantizar rapidez y calidad del producto entregado.

Para la comercialización interna dentro de la provincia sería a través de vehículos básicos como camionetas, camiones según el volumen de venta que tengan los comerciantes, en cambio para exportación el producto debe ser trasladado en vehículos adecuados, es decir, depende de la distancia y el tiempo que se demore en llegar al destino el producto como ya se conoce los importadores sea a Ipiales o Bogotá.

3.8.2.1.8. Venta

La venta del producto se realiza de dos maneras: la primera directamente consumidores finales es decir los socios de la Asociación sacan en recipientes pequeños los aguacates que estén muy maduros o que tengan una pequeña imperfección y no puedan ser mezclados con los demás; aquí se realiza la venta al detal.

La segunda se hace por medio de intermediarios, venden a mayores comercializadores en gran cantidad, ya que éstos tienen un local aparte donde distribuyen el producto, o también se dirigen a mercados más amplios como el mercado de la ciudad de Quito, en donde comercializan el aguacate a precios más altos.

En el caso de la exportación se realiza el contacto con el importador de Colombia para luego enviar las especificaciones del aguacate, es decir el catálogo de productos, se establece un contrato para la negociación en donde se especifica forma de pago, INCOTERM negociado plazo, entre otros datos importantes. Finalmente se llena el catálogo de pedido, y comienza la realización con el proceso de exportación.

3.8.3. Organigrama Estructural de la Asociación

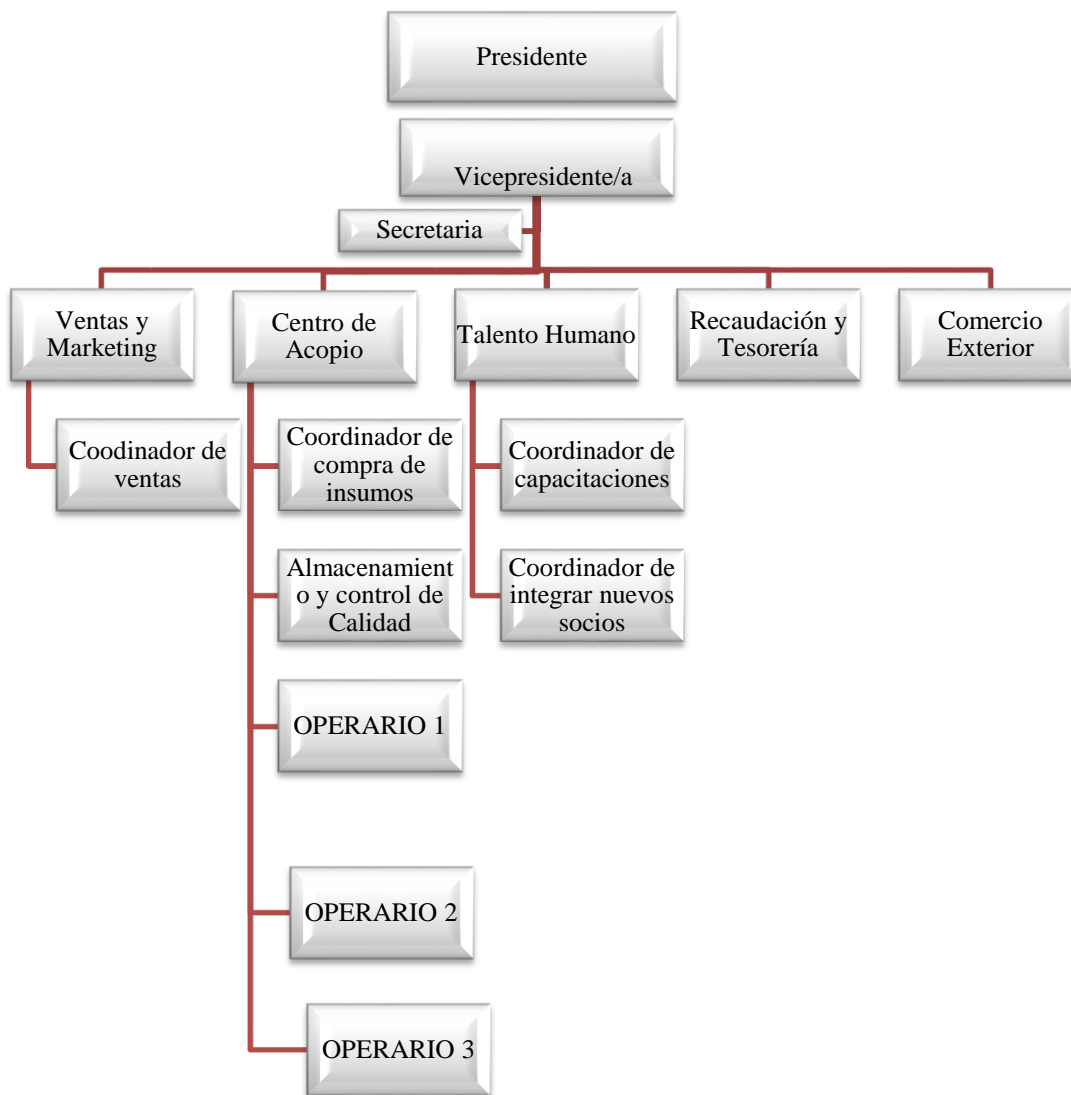


Figura 19. Organigrama de ASOGRADEL
Fuente: Entrevista realizada a la Presidenta de la Asociación
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.3.1. Definiciones Funcionales

Tabla 31. Manual de Funciones Presidente

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Presidente
Área:	Administrativa
Coordina con:	Departamento de exportación y departamento de logística
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Planificar, dirigir, controlar y tomar decisiones referentes a la empresa y personal que se encuentra a su cargo.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Presidir las sesiones de junta directiva para dar a conocer las actividades desarrolladas. • Firmará conjuntamente con Secretaría, toda la documentación correspondiente a las actas de las sesiones y de todo trámite que internamente y externamente él gestione. • Presidirá todos los actos oficiales de la asociación manteniendo vínculos interinstitucionales. • Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamentos y las disposiciones emitidas por la Directiva. 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Administración de empresas o carreras afines
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
Procesos e indicadores	Comunicación efectiva
Planes de Negocios Internacionales	Capacidad de análisis
Manejar programas financieros	Liderazgo
Comercio Exterior	Toma de decisiones.
	Habilidad de negociación.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 32. Manual de Funciones del Vicepresidente

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Vicepresidente
Área:	Administrativa
Coordina con:	Presidente
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Planificar, dirigir, controlar y tomar decisiones referentes a la empresa junto con el Presidente	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Sustituir al Presidente en ausencia de éste y tendrá las mismas atribuciones que él. • Mantener buenas relaciones y contacto con el directorio, comisiones a su cargo y socios en general. • Presentar los informes de las actividades realizadas. • Controlar el cumplimiento de las tareas de las comisiones a su cargo. • Colaborar y apoyar la gestión del Presidente. • Vigilar en conjunto con la directiva el cumplimiento del estatuto de la asociación. 	

PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Administración de empresas o carreras afines
Conocimientos: Comercio Exterior Procesos de negociación internacional	Habilidades/ competencias en: Liderazgo Toma de decisiones. Habilidad de negociación. Pensamiento crítico

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 33. Manual de Funciones del Secretaria

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Secretaria
Área:	Recepción
Coordina con:	Presidente
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Involucrarse directamente con la atención al cliente manteniendo una comunicación constante para cubrir requerimientos informativos, además de actualizar la cartera de clientes.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar las actas de las sesiones, responsabilizándose por su contenido y conservación. • Firmar conjuntamente con el Presidente, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones. • Cumplir con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la asociación. • Llevar el registro actualizado de la nómina de los asociados. • Custodiar y conservar de manera ordenada los archivos, documentos propios de la Asociación 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de licenciatura en secretariado ejecutivo.
Conocimientos: Mecanografía Ortografía gramática Caligrafía Ofimática	Habilidades/ competencias en: Comunicación efectiva oral y escrita Responsabilidad Trabajo en equipo Creatividad Compromiso y sentido de pertenencia.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 34. Manual de Funciones del Asesor Comercial

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Asesor Comercial
Área:	Ventas y Marketing
Coordina con:	Departamento de exportación
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Trabajar en la fidelización de los clientes, creando nuevas alternativas de negocio.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar nuevos canales para la comercialización de los productos. • Promocionar los productos de la asociación a través de publicidad como folletos y tarjetas de presentación. • Debe llevar un control junto con la comisión de acopio para verificar el número de cajas que serán vendidas. 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Ventas y Marketing
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
En el área de mercadeo	Facilidad para relacionarse con clientes
Posicionamiento del producto en mercados internacionales	Capacidad de Planificación y organización
Diseño de empaque del producto	Trabajo en equipo

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 35. Manual de Funciones de Tesorería

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Contador/a
Área:	Contabilidad
Coordina con:	Presidente
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Llevar al día la contabilidad del movimiento económico de ASOGRADEL	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recaudar las cuotas y más ingresos económicos de la asociación para luego depositarlos en las respectivas cuentas bancarias, debiendo registrarse en este caso las firmas del Presidente y del Tesorero así como el sello de la institución. • Realizar los pagos correspondientes, previa autorización del Presidente, para lo cual debe poner su visto bueno en las facturas, vales o planillas; • Responder solidariamente con el Presidente, por el correcto manejo de los fondos entregados a su cuidado. 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Talento Humano
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
Manejo de estados Financieros	Liderazgo
Tributación	Comunicación efectiva Trabajo en equipo
Administración y finanzas	Toma de decisiones.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 36. Manual de Funciones del Jefe de Personal

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Jefe de Personal
Área:	Administrativa
Coordina con:	Presidente
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Informar de manera permanente a los socios sobre las políticas, procedimientos que se debe aplicar en cada proceso.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la cultura organizacional. • Colaborar con las otras comisiones en la soluciones para los conflictos que se presentan con los colaboradores. • Mantener contacto con los vínculos interinstitucionales. • Informar al jefe inmediato sobre las eventualidades que se presenten. • Seleccionar quien será el o los miembros que representa a la asociación cuando son invitados a capacitaciones. 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Talento Humano
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
Capacitaciones al personal	Solucionar conflictos
Liderazgo	Interactuar con el personal
Servicio al cliente	Liderar y negociar
Negociación	Estratégico
Derecho laboral	Optimizar el desempeño
Salud ocupacional	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 37. Manual de Funciones del Asistente en Comercio Exterior

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Asistente en Comercio Exterior
Área:	Logística
Coordina con:	Presidente
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Realizar funciones administrativas y logísticas que permitan cumplir las respectivas acciones de comercialización al mercado de destino.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Investigar, analizar y seleccionar los mercados internacionales. • Financiamiento y programas de apoyo al comercio exterior. • Promoción internacional. • Analizar y aplicar los tratados internacionales, legislación y despacho aduanal; así como regulaciones arancelarias y no arancelarias. • Manejo y conocimiento de los términos de comercio internacional (INCOTERMS) y de los medios y formas de cobro y pagos internacionales, distribución internacional, canales de distribución, documentos de embarque y modos de transporte, seguros, fianzas y seguridad. 	

PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de tercer nivel en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
Procesos de comercialización internacional	Liderazgo
Trámites de Comercio Exterior	Comunicación efectiva
Exportación e Importación	Toma de decisiones
Requisitos para exportar e importar	Análisis y aprendizaje
	Solución de problemas.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 38. Manual de Funciones del Operario

IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
Nombre del puesto:	Operario
Área:	Logística
Coordina con:	Departamento de Exportación
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO	
Realizar la recepción del producto, almacenamiento, así como de su respectivo acondicionamiento para su posterior despacho.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un registro diario del movimiento de los insumos y la producción que se cosecha. • Empaque del producto • Velar porque la producción se mantenga en perfectas condiciones para la venta. • Cumplir con los reportes establecidos de la producción que está madurando. • Llevar un control de las cajas que están listas para ser vendidas. • Supervisar el proceso de cosecha para que sea vendida a tiempo evitando que esta se dañe. 	
PERFIL DEL PUESTO	
Formación Académica:	Título de Bachiller
Conocimientos:	Habilidades/ competencias en:
Procesos de ASOGRADEL	Liderazgo
Organización de los productos en zona de descarga	Comunicación efectiva Trabajo en equipo
Gestión de la calidad y medioambiente en industria alimentaria.	Toma de decisiones
Forma de empacado del producto	Análisis y aprendizaje
	Solución de problemas.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Requerimiento de maquinaria y equipo

En este proceso la Asociación no requiere de maquinaria especial solamente el transporte para trasladar el producto de los terrenos al lugar de almacenamiento, que éste es en bodegas de cada uno de los productores y comerciantes para su posterior venta.

El medio de transporte es el único que se emplea para transportar la fruta y está determinado por la distancia, tiempo y costo del desplazamiento y por las características, requerimientos y valor del producto. Cada medio de transporte presenta ventajas y desventajas frente a los demás, en cuanto a capacidad de transporte, velocidad, seguridad, costo del servicio y flexibilidad. (DANE, 2017)

Rotulado

Para la identificación o el marcado se emplea sellos con las especificaciones comerciales, siempre y cuando éstos estén fabricados con tintas o pegantes no tóxicos ya que es un producto de consumo directo para la población

3.8.4. Procedimiento de Exportación

3.8.4.1. Documentos de Exportación

Para la exportación de aguacate se necesita los siguientes documentos:

Factura Comercial

Es el documento que describe las mercancías materia de un contrato de compra-venta. Este documento es emitido por el exportador a nombre del importador detallando los siguientes aspectos:

Lugar y fecha de emisión.

Número de la factura que se emite.

Direcciones, teléfonos, fax, tanto del comprador como del vendedor.

Descripción de la mercadería en este caso del aguacate.

Cantidad de bultos.

Peso neto y bruto en kilogramos.

Precio o valor de la mercadería.

Moneda de transacción.

Término de Negociación.

Certificado de Origen

Es el documento en el cual se indica y garantiza el origen de la mercadería del país exportador en este caso el aguacate, es decir, que el producto fue elaborado o fabricado en el Ecuador. Este certificado lleva una gran ventaja, tanto para el vendedor como para el comprador ya que les permite nacionalizar la mercadería, sin el pago de impuestos arancelarios, siempre y cuando el país del beneficiario, tenga firmado acuerdos donde establezca dicha preferencia.

Para el caso de Ecuador este certificado es necesario para acogerse a los beneficios y preferencias que conlleva el Acuerdo al que pertenecen los dos países

Certificado Fitosanitario

Este documento es necesario para la exportación de aguacate por cuanto certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables sin ningún tipo de enfermedades.

Declaración Aduanera de Exportación

Es el formulario en el que se registraran las exportaciones que se desee realizar, la exportación se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de soporte y acompañamiento que sean necesarios.

3.8.4.2. Procedimiento

Requisitos para ser exportador:

- 1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- 2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
 - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
- 3.- Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:
 - Actualizar su información en la base de datos
 - Crear usuario y contraseña
 - Aceptar las políticas de uso
 - Registrar firma electrónica (PROECUADOR, 2014)

Debido a que ASOGRADEL aún no ha realizado ninguna exportación deberá cumplir con estos requisitos mencionados anteriormente que en primera instancia es registrarse como una asociación exportadora.

3.8.4.3. Exportación

Contratación de Agente de Aduana

Se realiza la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

Se envía la factura y el certificado de origen cuando lo amerite.

La mercancía en este estudio sería el aguacate ingresa a zona primaria del distrito en donde se embarca.

Luego se le notifica al exportador el canal de aforo asignado.

Posteriormente se realiza el aforo antes mencionado.

Por último se autoriza la salida de la mercancía (aguacate).

Flujo

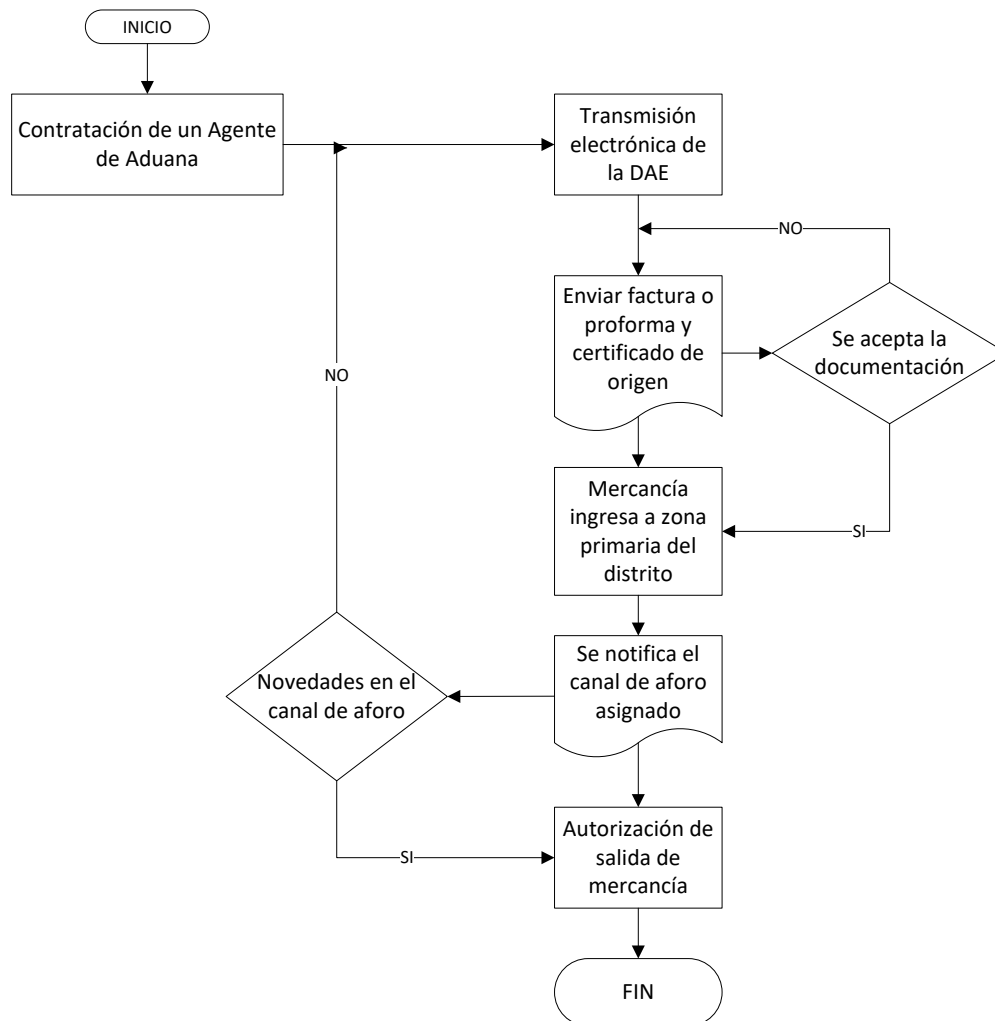


Figura 20. Proceso de exportación

Fuente: Servicio de Aduane del Ecuador (SENAE)

3.8.5. Logística de Exportación

Para que la exportación de aguacate sea un éxito, hay que analizar el proceso logístico, haciéndolo más rápido, simple, cómodo y económico, minimizando los medios humanos y materiales requeridos.

Es muy importante conocer la información básica del producto, como la partida arancelaria, entre otros aspectos como se identifican en la siguiente tabla:

Tabla 39. Información del Producto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	
Nombre técnico o comercial del producto	Aguacate tipo Fuerte "paltas"
posición arancelaria en el país exportador	08044000
posición arancelaria en el país importador	080440
unidad comercial de venta	Canastillas
Moneda de transacción.	Usd
Valor EX-WORK de la unidad comercial.	20,03
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Ibarra
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Ipiales
Nº de unidades comerciales por embarque(14700
Valor inicial del embarque (EXW)	294400
Tipo de embalaje	Canastillas
Tipo de unidad de carga	Remolque - semiremolque
Nº total de embalajes	14700
Nº total de unidades de carga	10

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.5.1. INCOTERMS NEGOCIADO

Debido que para ASOGRADEL sería su primera exportación ha decidido enviar el producto a la ciudad más cercana como es Ipiales, con lo que se negocia con Frutas Paraíso Ltda misma que ya ha importado este fruto ecuatoriano. El término de negociación es DAT.

Tabla 40. Cálculo de los INCOTERMS

INCOTERMS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Valor del embarque	294400	334440	358811	384150	421413	448905
EXW	294400	334440	358811	384150	421413	448905
Manipulación local X	500	564	604	646	717	763
Unitarización	310	348	389	398	441	486
FCA/FAS	295210	335352	359803	385194	422571	450153
Transporte interno	3500	3945	4226	4519	5017	5339
Agentes	100	102	105	108	110	113
Documentación	25	26	26	27	28	28
Capital e inventario país de origen	656,35	746	800	856	939	1001
Bancarios	5904,2	6707	7196	7704	8451	9003
FOB	305396	346878	372156	398407	437117	465637
Flete Internacional	1000	1127	1208	1291	1433	1525
CFR	306396	348005	373364	399699	438550	467162
Seguro Internacional	3064	3.480	3734	3997	4385	4672
CIF	309459	351485	377098	403696	442935	471834
Capital e inventario tránsito internacional	14772	168	180	193	211	225
Manipuleo desembarque	500	592	625	600	650	725
DAT	310107	352245	377903	404488	443797	472784
Almacenamiento temporal	70	75	81	87	94	101
Documentación	12	13	14	15	16	17
DAP	310189	352333	377998	404591	443907	472902
Aduaneros	58797,30	66782	71649	76702	84158	89648
Capital e inventario país de destino	106	120	129	138	151	161
DDP	369092	419236	449775	481431	528216	562712

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 41. Precio unitario de las canastillas negociado en los INCOTERMS

INCOTERMS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
EXW	23,03	23,98	24,50	25,04	25,51	26,10
FCA/FAS	23,09	24,04	24,57	25,11	25,58	26,17
FOB	23,89	24,87	25,41	25,97	26,46	27,07
CFR	23,97	24,95	25,49	26,06	26,54	27,16
CIF	24,21	25,20	25,75	26,32	26,81	27,43
DAT	24,26	25,25	25,80	26,37	26,86	27,48
DAP	24,27	25,26	25,81	26,38	26,87	27,49
DDP	28,87	30,06	30,71	31,39	31,97	32,71

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.5.2. Unitarización

Constituye el primer paso para el proceso de exportación, es decir, el acondicionamiento adecuado de colocar las cajas de aguacate que oferta la asociación ASOGRADEL en las canastillas de plástico elegidas para el producto, que facilite y garantice el transporte del mismo y pueda llegar en óptimas condiciones a su destino; es recomendable realizar la unitarización considerando el volumen de la caja; para optimizar el espacio de este último y brindar mayor soporte al producto. Para este proceso El peso de la variedad Fuerte está oscilando entre 120 gr a 200 gr. Para el empaqueo en la caja se va a utilizar solo los productos que pesen 140 gr, por lo general estos tipos de aguacates suelen medir 10-13 centímetros, con esta referencia se prosigue al cubicaje, con la finalidad de conocer el número de cajas que ingresan en el vehículo y con el objetivo de minimizar y optimizar costos.

A continuación se muestra los datos de la producción semestral que realiza ASOGRADEL, mismos que son necesarios para desarrollar el cubicaje del aguacate:

Tabla 42. Datos del cubicaje	
DATOS DE LA PRODUCCIÓN 2017	
Hectáreas ASOGRADEL	60
Unidades / Árbol	500
Árboles por hectárea	140
Unidades Grandes	20%
Gramos	250
Total toneladas	225

Fuente: Encuesta realizada a Socios ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Es así que en cada caja entrarían 60 aguacates de 250gr con lo que da como resultado 15 kilogramos por caja. A continuación se indica el cubicaje:

Tabla 43. Cálculo del Cubicaje para semirremolque de 30T

CALCULO DE CUBICAJE	UNIDAD DE CARGA	EMPAQUE /CAJA	ESTIMACIÓN DE ESPACIO	Nº de vehículos a utilizar año 2018	Nº de vehículos a utilizar año 2019	Nº de vehículos a utilizar año 2020	Nº de vehículos a utilizar año 2021	Nº de vehículos a utilizar año 2022	Nº de vehículos a utilizar año 2023
No de unidades	1470	60							
Largo mtrs	12,8	0,3	42						
Alto mtrs	2,1	0,3	7						
Ancho mtrs	2,5	0,5	5	10,24	10,91	11,58	12,25	12,93	13,60
Volumen total del embarque m3	67,2	0,045	1493						
Peso por unidad kg	22050	15	22050						
Peso total del embarque ton	25,284	3,234	22,05						
SALDO				353	-130	857	373	-110	877

Fuente: Encuesta realizada a Asociación ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

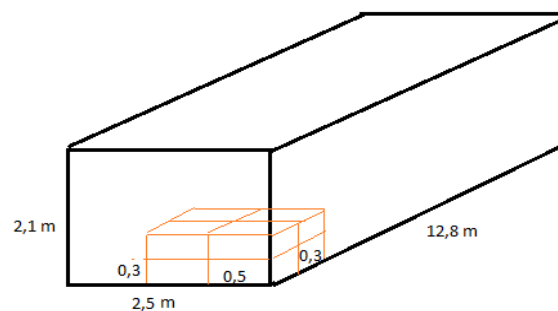


Figura 21. Ubicación de las canastillas en el transporte de 30T

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 44. Cálculo del Cubicaje para semirremolque de 15T

CALCULO DE CUBICAJE	UNIDAD DE CARGA	EMPAQUE /CAJA	ESTIMACIÓN DE ESPACIO	Nº de vehículos a utilizar año 2018	Nº de vehículos a utilizar año 2019	Nº de vehículos a utilizar año 2020	Nº de vehículos a utilizar año 2021	Nº de vehículos a utilizar año 2022	Nº de vehículos a utilizar año 2023
No de unidades	672	60							
Largo mtrs	7	0,5	14						
Alto mtrs	2	0,3	6						
Ancho mtrs	2,4	0,3	8						
volumen total del embarque m3	33,6	0,045	747	0,53	-0,19	1,27	0,56	-0,16	1,30
Peso por unidad kg	10080	15	10080						
Peso total del embarque ton	11,5584	1,4784	10,08						
SALDO				353,333333 3	-130	184,66666 7	373	-110	204,66666 7

Fuente: Encuesta realizada a Asociación ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

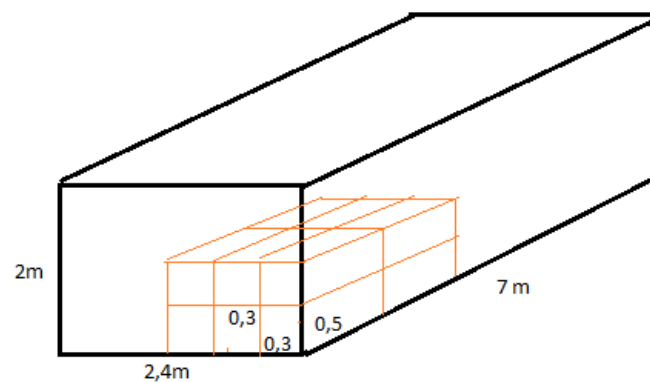


Figura 22. Ubicación de las canastillas en el transporte de 15T

Tabla 45. Estimación de Ventas

DATOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Oferta exportable	451,6	481,2	510,8	540,4	570	599,6
Demanda insatisfecha	747	737	722	707	691	673
% de cobertura de la demanda	60%	65%	71%	76%	83%	89%
Frecuencia de envió	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral	Semestral
Número de envíos al año	2	2	2	2	2	2
Tamaño del embarque	225,80	240,60	255,40	270,20	285,00	299,80
Nº de empaques / embalajes	15053	16040	17027	18013	19000	19987
Nº de Semirremolques 30 TN	10	11	11	12	13	13
Nº de sencillos 15 TN	0	0	1	0	0	1
Estimación de ventas según embalajes (canastillas)por envió	14700	16040	16842	17640	19000	19782
Estimación de ventas según unidad comercial por envió	14700	16040	16842	17640	19000	19782
Estimación de ventas al año(canastillas de 15kg)	29400	32080	33684	35280	38000	39564
Estimación de ventas según unidad comercial(kg)	441000	481200	505260	529200	570000	593460

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

3.8.5.3. Transporte

Durante el año se realizará dos envíos, cada uno de 10 semirremolques de 30 toneladas para el primer año, esto se hace para poder enviar en su totalidad la oferta de ASOGRADEL, es decir para este período serán 14700 canastillas de aguacate y se hará semestralmente debido a que el fruto se cosecha en gran cantidad en este tiempo.

Para realizar la exportación de aguacate se toma en cuenta algunos rubros como los costos en el país de origen, en el tránsito internacional como también en el país de destino, se debe hacer la respectiva cancelación de estos costos para que se pueda ejecutar la negociación.

Tabla 46. Costos de Exportación		
Costos directos país de origen		
Descripción	Costo	Tiempo Días
Embalaje	58836,0	2,0
Unitarización	310,0	2,0
Manipuleo en el local del exportador	500,0	0,8
Documentación	25,0	1,6
Transporte interno	3500,0	1,0
Agentes	100,0	0,3
Costos indirectos país de origen		
Bancarios	5904,2	0,3
Capital e inventario país de origen	656,3	7,9
Total Costo - Tiempo De La Dfi	69831,6	7,9
País Exportador		
Valor ExWORK	294400,0	2,0
Valor FCA	295210,0	6,6
Valor FOB	305395,5	7,9
Análisis de Costos en el Tránsito Internacional		
Costos Directos	Costo	Tiempo En Días
Flete Internacional	1000,0	1,0
Valor CFR	306395,5	8,9
Seguro Internacional	3064,0	0,3
Valor CIF	309459,5	9,1
Manipuleo Desembarque	500,0	0,5
Costos Indirectos		
Capital e Inventario	147,7	1,8
Costo De La DFI En El Tránsito Internacional	4711,7	1,8
Valor DAT	310107,2	9,6

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Hasta este rubro llega los costos que asume el exportador es decir la Asociación ASOGRADEL, ya que el término negociado es el DAT, mismo que sirve para conocer el precio de venta de acuerdo a las unidades vendidas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

El estudio de mercado se enfocó en el aguacate y se realizó con el fin de determinar la posibilidad que tiene este producto para ser comercializado no sólo internamente sino en el exterior, en la actualidad este fruto está siendo apetecido en diferentes mercados del mundo los mercados sobre todo en países desarrollados que prefieren alimentos nutritivos o enriquecidos, productos naturales y orgánicos, nuevas líneas de productos verdes, de comida rápida verde o nuevas formas de presentación y envasado. (Negocios, 2013). Para ello se han analizado los países que más consumen aguacate y de acuerdo a la ponderación que se han dado a los varios indicadores nos han dado como resultado el siguiente:

Tabla 47. Resumen de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Resumen Análisis	COLOMBIA		ESPAÑA		ESTADOS UNIDOS	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Políticos/Legales	2,8	1	2,25	2	2,5	1,5
Factores Económicos	2	1,5	2,5	3	2	2
Factores Socio- Culturales	3	0	2	0	3	0
Factores Geográficos	2,33	0	2,33	0	2,67	0
Total	10,33	2,5	9,08	5	10,16	3,5
Diferencia	7,63		4,08		6,66	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

4.1.1. Análisis del POAM Resumen

Luego de haber analizado los indicadores socioeconómicos, políticos, legales y geográficos de Estados Unidos, España y Colombia se obtiene la tabla de perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM), donde fue necesario realzar una ponderación para determinar si representan una amenaza u oportunidad. Realizando los respectivos cálculos, los resultados fueron: 6,67 puntos para Estados Unidos, 4,08 España y con el 7,63 puntos para Colombia.

De acuerdo a estas cifras, mayores oportunidades se reflejan en Colombia, siendo un país extenso no solo en superficie sino en población, además el consumo de productos de calidad

y con menos procesos de industrialización son apetecidos por los habitantes. Por otro lado hay que tener en cuenta que en las actividades económicas hay que asumir riesgos, mismos que a la vez deben ser equilibrados con las oportunidades, por lo cual el consumo de alimentos nutritivos considerando el poder adquisitivo de los habitantes apoya al desarrollo de la comercialización de productos que contribuyen a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias

4.1.2. Empresas importadoras de Aguacate

En la investigación realizada se obtuvo que en el Departamento de Nariño existen empresas que se dedican a la exportación del aguacate:

Tabla 48. Importadores de aguacate

Razón Social	NIT	Teléfono	Total TN
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGROPEZ SAS	0000837000517	7738744	1252593
FRUTAS PARAISO LTDA	0000837000520	7734126	90 116200
GEDECOMEX S.A.S.	0000900524091	3176991217	25300
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS KAREN AMF LTDA	0000900410757	3185896255	28300

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En el periodo de 2013 al 2018, éstas son las empresas que han importado la subpartida 0804.40.00.00. Dichas empresas pertenecen al Departamento de Nariño en la ciudad de Ipiales, es decir aquí se encuentran los potenciales consumidores tanto de aguacate Hass como fuerte, mismos que se convertirán en los clientes de la Asociación ASOGRADEL adquiriendo el producto que los socios ofertan, producen y comercializan.

Se han analizado dichas empresas y como resultado se negocia con FRUTAS PARAÍSO LTDA, debido a que ésta tiene más experiencia en el mercado, ya que ha realizado anteriormente la compra del producto ecuatoriano. Para llevar a cabo este proceso comercial, y garantizar su cumplimiento, es necesaria la utilización de un contrato de compra venta internacional, puesto que este se convierte en un instrumento de compromiso frecuente en el comercio internacional, por lo tanto se deben cumplir estrictamente los términos y condiciones estipulados en el mismo. El INCOTERM con el que se ha negociado es DAT entregado en terminal, quiere decir que el vendedor quien es esta investigación es ASOGRADEL, entrega la mercancía poniéndola a disposición del comprador FRUTAS PARAÍSO LTDA una vez descargada en el terminal designado, lo cual la responsabilidad

del exportador termina una vez que la mercadería es recibida por el depósito temporal en el país de destino. La moneda para la negociación es el Dólar Americano.

4.1.3. Análisis de la Encuesta

De acuerdo a los diferentes cuestionamientos que se realizaron a los socios de ASOGRADEL se obtuvo información importante y fundamental para conocer sobre la producción, calidad, tipo de aguacate, inversión, temporada, entre otros datos.

En su mayoría los socios tienen una edad entre 31 a 50 años por lo que aún pueden seguir en la actividad del aguacate y tienen miras a progresar y mejorar sus ingresos.

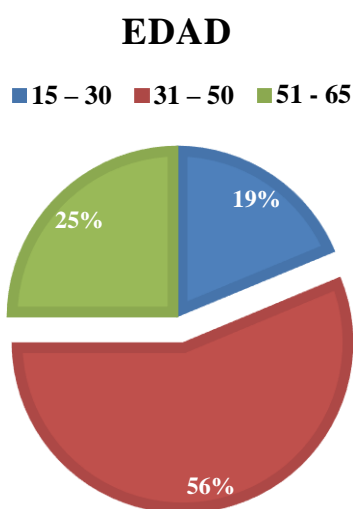


Figura 23. Edad de los socios ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

4.1.3.1. Hectáreas dedicadas al cultivo de aguacate

La Tabla 49 representa la oferta que tiene la Asociación actualmente para satisfacer la demanda nacional, es decir al consumidor final como a los intermediarios. Además permite determinar el rendimiento de hectárea, representado en toneladas, cabe recalcar que con esta información se pudo conocer las toneladas que produce cada hectárea.

Tabla 49. Hectáreas dedicadas al cultivo de aguacate

Hect áreas	1-2 Ha	%	3-4 Ha	%	5-6 Ha	%	7 o más Ha	%	Total
Socios	27	84,38 %	5	15,63 %	0	0,00 %		0,0 %	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

HECTÁREAS DE CULTIVO

■ 1 – 2 Ha ■ 3 – 4 Ha ■ 5 – 6 Ha ■ 7 o más Ha

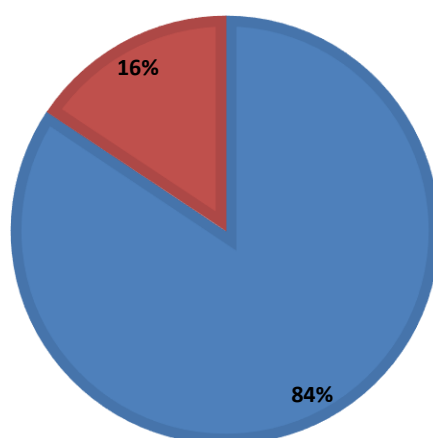


Figura 24. Hectáreas de cultivo de los Socios
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Aproximadamente el 85% de los socios tiene de 1 a 2 hectáreas destinadas al cultivo de aguacate, mientras que sólo 5 de éstas personas cuentan con más terreno que como resultado en total de hectáreas son 60 Ha

4.1.3.2. Tiempo de duración del cultivo (años)

Se manifiesta de acuerdo a la encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL que para poder tener la primera cosecha esperar un periodo de tiempo hasta que el árbol se encuentre cargado y con el fruto en su tamaño adecuado.

Tabla 50. Periodo de duración del cultivo

Años	3-5	%	6-8	%	9-11	%	12-15	%	TOTAL
Socios	25	78%	5	15,6%	1	3,13%	1	3,13%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

PERÍODO DE CULTIVO

■ 3 – 5 ■ 6 – 8 ■ 9 – 11 ■ 12 – 15

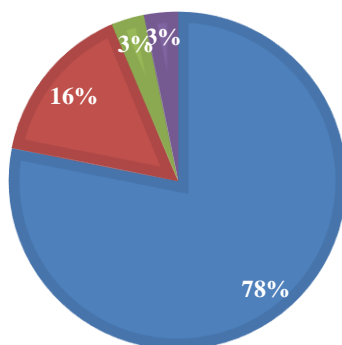


Figura 25. Período de duración de cultivo
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Se debe cuidar el árbol los cinco primeros años para que éste comience a dar fruto, y se considera un plata joven, en su mayoría los socios cosechan a esta edad, pero por otro lado hay personas que prefieren esperar uno o dos años más para poder cosechar buenos frutos y que tengan gran tamaño, todo depende del cuidado que se le dio a la planta en el transcurso de maduración.

De acuerdo a los expertos en el área de agricultura: “Normalmente, la primera cosecha comercial ocurre a los cinco años en árboles injertados y la cantidad de frutos producidos depende de la variedad y la atención que haya recibido la planta en su desarrollo” (La Hora, 2012)

4.1.3.3. Inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate.

Para poder mantener las plantaciones de los árboles de aguacate se necesita tener un capital, para ello se ha analizado la inversión promedio que se necesita en este proceso.

Tabla 51. Inversión Promedio

Inversión	Menos de 2000 USD		De 2000 a 5000 USD		Más de 5000 USD		TOTAL
		%		%		%	
Socios	8	25%	10	31%	14	44%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

INVERSIÓN PROMEDIO

■ < 2000 usd ■ De 2000 a 5000 usd ■ >5000 usd

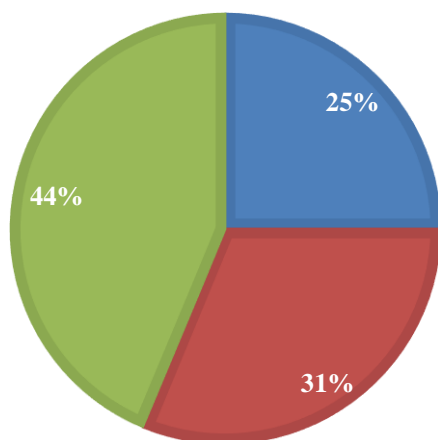


Figura 26. Inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate.

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Aproximadamente el 45% de los socios mencionaron que en los cinco primeros años es el periodo de maduración del árbol de aguacate se debe invertir más de 5000 USD en este rubro se encuentran las fungicidas, riego, cuidado, entre otros gastos, los cuales conllevan a que la planta y el fruto se encuentren en buenas condiciones hasta el momento de su cosecha. ASOGRADEL realiza esta inversión grande solo al inicio porque después ésta disminuye en gastos no tan altos, y vale la pena ya que esto sirve para que se pueda cosechar el aguacate algunos años.

4.1.3.4. Tipo de aguacate producen y comercializan

En la Tabla 52, se indica la variedad de aguacate que está produciendo actualmente ASOGRADEL, además cabe señalar que estas variedades son acogidas por el consumidor interno.

Tabla 52. Tipo de Aguacate

Tipo	Hass	%	Fuerte	%	Bacon	%	Pinkerton	%	Reed	%	TOTAL
Socios	6	19%	24	74%	2	7%	0	0%	0	0%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

AGUACATE PRODUCIDO

■ Hass ■ Fuerte ■ Bacon ■ Pinkerton ■ Reed

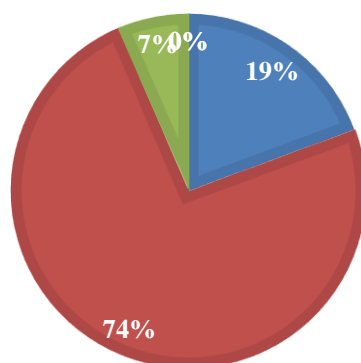


Figura 27. Tipo de Aguacate que produce ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Analizando los datos obtenidos de las encuestas, se puede apreciar que el 74% de los socios de ASOGRADEL producen más el aguacate tipo “Fuerte”, así como también existen socios que no sólo se han dedicado a la producción de esta variedad sino también al Hass y Bacon, aunque en el mercado interno el más conocido es el Fuerte y con el que la asociación ha venido comercializando en la actualidad.

4.1.3.5. Producto rentable

La rentabilidad del aguacate se manifiesta más cuando el precio del producto está alto por lo que en este instante se convierte en rentable con lo que los productores recuperan su inversión.

Tabla 53. Rentabilidad del Aguacate

Rentable	Si	%	No	%	TOTAL
Socios	32	100%	0	0%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En su totalidad como se indica en la Tabla 53, los socios consideran que el aguacate es un producto rentable, debido a muchos factores uno de ellos es que al ser un producto que se consume en diversas comidas gran parte del mercado interno conoce la fruta, así también al ser una inversión a largo plazo como anteriormente se mencionó que la inversión más

significativa se realiza en los primeros años y después solo se necesitaría del riego. Además esta rentabilidad se reflejaría con más frecuencia cuando aumenta el precio de la fruta, aunque cuando su precio baja simplemente lograr recuperar los costos de producción.

4.1.3.6. Calidad de aguacate que cultiva

Es importante que el producto sea de calidad para que tenga acogida tanto en el mercado nacional como internacional en la Tabla 54 se muestra como los socios consideran a su producto ofertado.

Tabla 54. Calidad del Producto

Calidad	Regular	%	Buena	%	Muy Buena	%	TOTAL
Socios	0	0%	26	81%	6	19%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

CALIDAD DEL PRODUCTO

■ Muy Buena ■ Buena ■ Regular

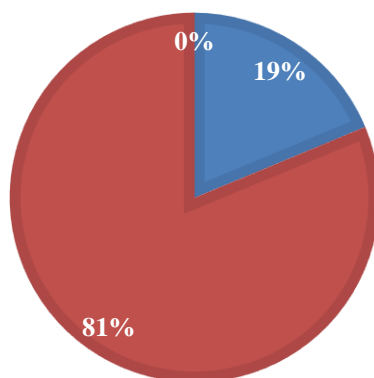


Figura 28. Calidad del aguacate de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El producto de ASOGRADEL se considera de calidad Buena, ya que al contar con que los terrenos se encuentran en lugares estratégicos y que cuentan con las condiciones óptimas para la producción de esta fruta, que de acuerdo a la mayoría están situados en el Chota e Imbaya, provincia de Imbabura. Según la presidenta son zonas calientes en donde se desarrolla un fruto de gran tamaño y exquisito sabor, es decir tanto la temperatura y la precipitación son elementos que inciden significativamente en el cultivo del producto.

4.1.3.7. Selección del aguacate a comercializar

En la Tabla 55, se indica si los socios clasifican o no el producto para su posterior comercialización.

Tabla 55. Clasificación por parte del productor

Selecciona	Si	%	No	%	TOTAL
Socios	25	78%	7	22%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

SELECCIÓN DEL PRODUCTO

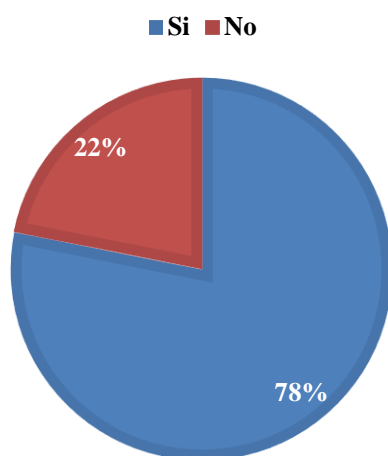


Figura 29. Selección del Aguacate

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El aguacate para que tenga un precio alto, se clasifica de acuerdo a su tamaño grande, medio y pequeño, por lo tanto los 25 socios realizan esta tarea, aunque les implica un gasto pero con la venta del aguacate ya recuperan, así también algunos socios no lo hacen y en ocasiones venden en planta, es decir el comprador es el encargado de coger el fruto del árbol, a pesar que esto conlleva a una pequeña pérdida al vendedor. Esto más lo realizan los socios que se dedican a otras actividades.

4.1.3.8. Forma de venta

Existen algunas formas de vender el aguacate, en la siguiente tabla se indica cómo la Asociación en estudio realiza la comercialización del producto.

Tabla 56. Forma de vender

Venta	Unidad	%	Gaveta	%	Bulto	%	Total
Socios	5	16%	23	72%	4	13%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

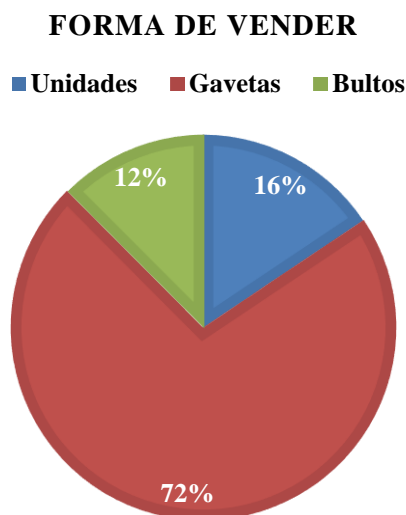


Figura 30. Forma de comercializar

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Las gavetas son una gran alternativa para vender el aguacate debido al peso que tiene, además éstas son más resistentes para el traslado de la fruta por este motivo la asociación opta por la utilización de este elemento, ya que además de facilitar el manipuleo, sus orificios dan ventilación y evitan que el producto se madure rápido.

De la misma manera venden por unidades al consumidor final que según los datos recolectados mensualmente se comercializa más 151 unidades, y en ocasiones se utiliza los bultos de acuerdo a las estadísticas 4 socios los utilizan para manejar por cientos, es decir, para ahorrar espacio en el medio de transporte se puede colocar en el bulto hasta 200 aguacates, lo que no es recomendable debido a que el peso de éstos pueden afectar a los frutos que se encuentran abajo, además de sufrir golpes en el transcurso del camino.

4.1.3.9. Temporada de aguacate

Se detalla la producción existente de aguacate, considerando como base los resultados obtenidos con la encuesta aplicada, además, la siguiente Tabla 57 refleja los meses en los que se cosecha plenamente el fruto analizando la estacionalidad de tiempo durante el año.

Tabla 57. Temporada de aguacate

EN	FE	MA	AB	MA	JU	JU	AGOS	SEPT	OCTU	NOVI	DIC
3	7	8	2	0	0	3	3	6	0	0	0
9%	22%	25%	6%	0%	0%	9%	9%	19%	0%	0%	0%

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

MESES DE TEMPORADA

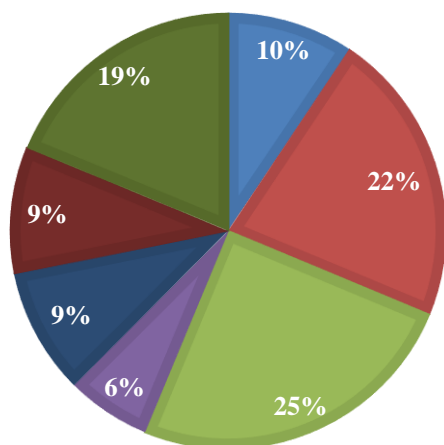


Figura 31. Meses de temporada de aguacate

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Como se muestra en la Figura 31, la producción de aguacate se encuentra durante el primer y tercer trimestre, es decir, en los meses comprendidos entre enero a marzo con, y julio a septiembre. Es por ello que la cosecha plena de este fruto se lo hace semestralmente aunque en los otros meses si hay presencia del producto pero no en grandes cantidades.

Estos resultados son favorables para el fortalecimiento de la producción de aguacate en la provincia de Imbabura en donde se sitúan los terrenos de producción de la Asociación, puesto que se cuenta con el producto para dar abastecimiento tanto a nivel nacional como internacional

4.1.3.10. Precio del producto

La tabla que se presenta a continuación permite conocer el precio por unidad de aguacate al cual vende la Asociación. Además, se ha logrado determinar el precio máximo y mínimo establecido para la comercialización de esta fruta en el mercado nacional.

Tabla 58. Precio del aguacate

Temporada baja de producción			
Variedad	Precio	Socios	%
Primera clase (más de 18 cm)	0,25 – 0,29	15	47%
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,13 – 0,17	9	28%
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,05 – 0,07	8	25%

Temporada alta de producción			
Variedad	Precio	Socios	%
Primera clase (más de 18 cm)	0,15 – 0,19	13	41%
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,07 – 0,11	7	22%
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,02 – 0,04	12	38%

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El aguacate no tiene un precio estable debido a que depende de la temporada, como también del tamaño, contextura, es así que cuando no hay mucho producto comercializándose, éste tiende a subir o caso contrario si es temporada alta, éste sube.

Como indica la Tabla 58, en temporada baja de producción se encuentra la unidad variedad primera clase a 0,25 a 0,30 ctvs y este mismo aguacate en temporada alta rodea un precio de 0,15 a 0,19 ctvs.

4.1.3.11. Clientes

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; se ha diseñado la siguiente tabla, haciendo énfasis en quiénes son los clientes de la Asociación, estos datos se obtuvieron de las encuestas.

Tabla 59. Comercialización

Comercia.	Consumidor final	%	Intermediario	%	TOTAL
Socios	10	31%	22	69%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

COMERCIALIZACIÓN

■ Consumidor final ■ Intermediario

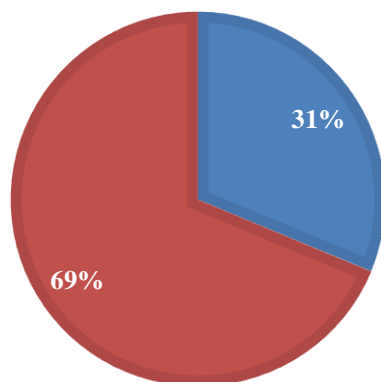


Figura 32. Forma de Comercialización

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Según los datos compilados, se evidencia que los productores, afirman que actualmente realizan la comercialización del aguacate en su mayoría con intermediarios, representada por un 69% y 10 de los socios que representan el 31% negocian con el consumidor final.

4.1.3.12. Terrenos para la producción de aguacate

El tener terrenos propios se considera una ventaja para los socios, ya que para la realización de la exportación no necesitarían hacer otra inversión en la compra de los mismos para la producción del aguacate.

Tabla 60. Terrenos para la producción de Aguacate

Terrenos	Propios	%	Arrendados	%	Al partir	%	TOTAL
Socios	22	69%	10	31%	0	0%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

TERRENOS DE ASOGRADEL

■ Propios ■ Arrendados ■ Al partir

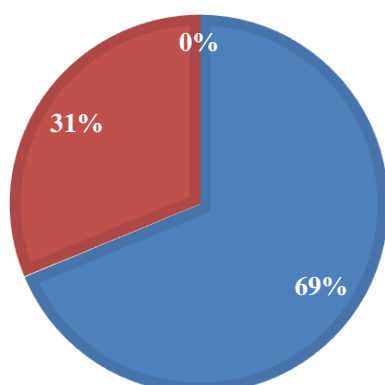


Figura 33. Terrenos para la producción de Aguacate
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En la Figura 33 se evidencia que gran parte de los socios tienen terrenos propios para la producción de aguacate, aunque algunos de éstos a más de tener propios tienen la necesidad de arrendar 1/2 ha o 1 ha, incluso hasta dos hectáreas para poder satisfacer la demanda que existe en el mercado nacional.

4.1.3.13. Producto para el mercado internacional

La tabla que se plasma a continuación representa el criterio de los socios de ASOGRADEL, en base a la pregunta formulada en la encuesta, permite conocer si estos estarían dispuestos a vender su producto al mercado internacional y con esto ejecutar la exportación, se consideró dos opciones, una afirmativa y una negativa.

Tabla 61. Criterio de ASOGRADEL

Criterio	Si	%	No	%	TOTAL
Socios	29	91%	3	9%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

DISPOSICIÓN DE ASOGRADEL

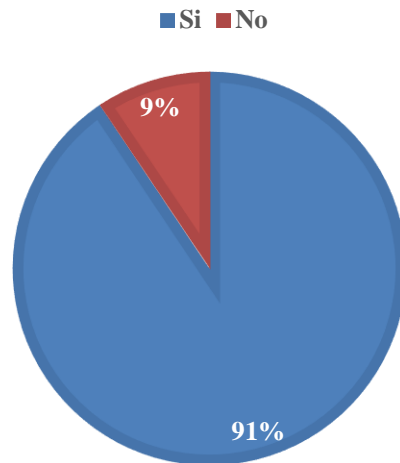


Figura 34. Disposición para la venta internacional de Aguacate
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

De los encuestados, únicamente tres de éstos no comparten la idea de la exportación una de las razones es que se necesita cumplir varios requisitos para que el producto ingrese al mercado internacional, otra fue el desconocimiento del proceso por lo que prefieren que el aguacate que comercializan siga satisfaciendo al paladar nacional.

Por otro lado para el 91% de los socios considera el criterio afirmativo, es decir, que si estarían dispuestos a enviar el aguacate al exterior, de igual manera dieron distintas razones que sustentan su decisión como por ejemplo que en el mercado internacional el precio del producto es más alto por ende mejorarían sus ingresos, además como el producto es apetecido en otros países y cada vez su demanda está incrementando de manera considerable, con la exportación harían conocer los beneficios que el aguacate que ellos producen es de buena calidad y por último se incrementaría la salida de productos no tradicionales.

4.1.3.14. País que tiene más demanda para exportar el aguacate

En la Tabla 62 se indica si los socios conocen cuál es el país que demanda el aguacate para con esto continuar con la investigación.

Tabla 62. País que demanda aguacate

Conocimiento	Si	%	No	%	TOTAL
Socios	29	91%	3	9%	32

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

CONOCIMIENTO DEL PAÍS DEMANDANTE

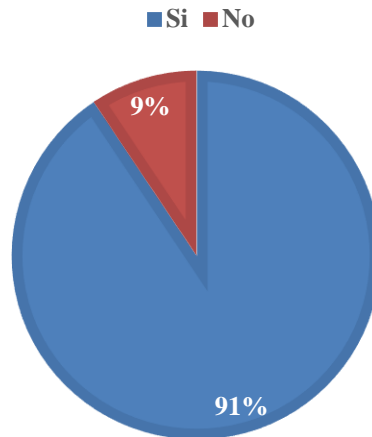


Figura 35. País que demanda aguacate
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Varios de los productores y comercializadores del aguacate afirmaron que si tenían entendido que existen países que compran el aguacate uno de los más mencionados fue Colombia como también Estados Unidos pero no descartan la idea que para ingresar a este país se necesita varios documentos que para ellos no es fácil conseguir. Incluso en la lista estuvo España debido a que hace algún tiempo ya se realizaba exportaciones a este país, por lo que para ellos también es una oportunidad de negocio.

4.1.3.15. Estrategia de posicionamiento del producto

Es fundamental conocer por qué medio se va a promocionar el producto y esta es la decisión de su ofertante. A continuación se indica cuál es la decisión de los socios.

Tabla 63. Estrategia de ASOGRADEL

Medio	Socios	%
Radio	4	13%
Televisión	8	25%
Redes sociales	16	50%
Ferias internacionales	4	13%
TOTAL	32	100%

Fuente: Encuesta realizada a los socios de ASOGRADEL

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

MEDIOS DE PUBLICIDAD

■ Radio ■ Televisión ■ Redes sociales ■ Ferias internacionales

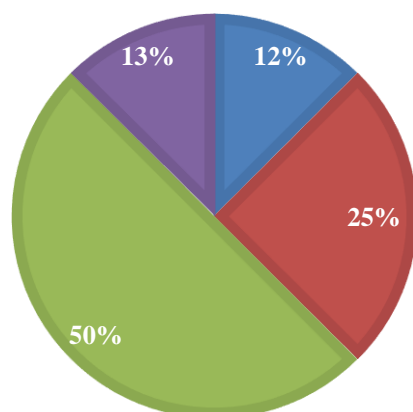


Figura 36. Estrategia de posicionamiento del producto
Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En la Figura 36 se refleja que los socios consideran una buena estrategia, las redes sociales debido a que en la actualidad la tecnología es un instrumento fundamental para los negocios y en este caso sería para la Asociación. Otra parte de los socios comparte que la visualización del producto sería importante es así que para ellos es la televisión. Además 4 de los productores piensan que las Ferias Internacionales serían una estrategia óptima, ya que aquí asisten varios empresarios interesados en invertir en productos sanos y naturales, como también en este lugar se podría tener más contacto con el producto.

4.1.3.16. Precio del aguacate Ecuador – Colombia

Como se puede observar en la Tabla 64 se indican los precios por kilogramo del aguacate, mismos que corresponden tanto al país de origen como el de destino.

Tabla 64. Comparación precios Ecuador- Colombia

País	Mercado	Unidad	Precio 2018
Ecuador	COMERCIBARRA	Kilo	1,25
Colombia	Corabastos	Kilo	5000 = \$ 1,92

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En el mercado colombiano existe un alza en el precio del aguacate de 0,67 centavos de dólar, significa que el producto ecuatoriano tiene oportunidad de ingresar a Colombia, ya sea por el valor nutritivo como también por el precio.

4.1.4. Estudio Financiero

Este estudio estará comprendido por diversos componentes mismos que reflejarán cómo la empresa se desarrolla, por lo tanto es fundamental estudiar los estados financieros, que son los documentos que ayudan a estar al tanto de la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades

4.1.4.1. Inversión Inicial

En ésta se consideran los rubros que son necesarios para la ejecución del proyecto, entre éstos están: la maquinaria, muebles y enseres, vehículos, gastos de instalación y el capital. Es así que para la exportación de aguacate a Ipiales Colombia, da como resultado en inversión inicial de 342314 dólares.

En donde el gasto más alto que tendrá la asociación ASOGRADEI está en el rubro capital de operación de 327335 dólares, que concierne a la compra del producto, el empaque, y los gastos de exportación.

Tabla 65. Inversión Inicial

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Activos Fijos-Inversión Fija			13398
Edificios e Infraestructura			
Bodega	1	8000	8000
Imprevistos		2%	160
TOTAL			8160
Mobiliario operativo			
Mesas de trabajo	2	500	1000
Locker de 6 servicios	1	350	350
Anaquelel madera	1	200	200
Subtotal			1550
Imprevistos		2%	31
Total			1581
Mobiliario administrativo			
Escritorio gerente	1	350	350
Sillón gerente	1	160	160
Sofá tripersonal	1	300	300
silla visita	3	40	120
mesa esquinera	1	60	60
Escritorio asistente	2	150	300
Silla secretaria	2	90	180
Silla visita	2	40	80
Archivadores 4 gavetas	2	130	260
Mesa rectangular	1	120	120
Subtotal			1930
Imprevistos		2%	38,6
Total			1968,60
Equipos de oficina			
Teléfono 2 extensiones	1	85	85
Subtotal			85
Imprevistos		2%	1,7
Total			86,7
Equipos computación			
Computador portátil	1	750	750
Computador de escritorio	1	600	600
Impresora multifunción	1	220	220
Subtotal			1.570
Imprevistos		2%	31,4
Total			1601,4
Capital de Operación			327335
Costos de Producción			542820
Gastos Administrativos			45980
Gastos de Exportación			31414
Total Costo Anual			620214
Total Costo Diario			1723
Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1581
Honorarios Abogado	1	200	200
Depósito Constitución	1	400	400
Notaría	1	100	100
Registro Mercantil	1	300	300
Municipio	1	300	300
Permiso Bomberos	1	150	150
Otros (copias, movilización, etc.)	1	100	100
Subtotal			1550
Imprevistos 2%		-	31
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			342314

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El financiamiento para alcanzar toda esta inversión se realizará con el 60 % de capital propio y el 40% restante será capital ajeno a través de un préstamo bancario, el cual tendrá una tasa de interés del 10,21% a 36 meses plazo.

4.1.4.2. Balance General

Éste es de gran importancia para dar a conocer la situación en la que se encuentra la Asociación en un tiempo establecido, además muestra de manera clara el valor de las propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital. Es un buen punto de referencia para conocer la salud financiera de la organización.

Tabla 66. Balance General con Financiamiento

Balance General 2018			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	327335	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	327335	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios e Infraestructura	8160	Préstamos Bancarios	136926
Mobiliario operativo	1581	Total Pasivos Largo Plazo	136926
Mobiliario administrativo	1969		
Equipos de oficina	87	Total Pasivos	136926
Equipos computación	1601		
Total Activos Fijos	13398		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1581	Capital Social	205388
Total Activos Diferidos	1581	Total Patrimonio	205388
Total Activos	342314	Total Pasivo + Patrimonio	342314

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El balance general nos presenta la situación de los activos, los pasivos y patrimonio de la empresa en una fecha determinada, en este caso da como resultado 342.314 dólares en el con financiamiento, en el cual se considera los préstamos bancarios que ha realizado la Asociación.

Tabla 67. Balance General sin Financiamiento

Balance General 2018			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	327335	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	327335	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios e Infraestructura	8160	Préstamos Bancarios	0
Mobiliario operativo	1581	Total Pasivos Largo Plazo	0
Mobiliario administrativo	1969		
Equipos de oficina	87	Total Pasivos	0
Equipo de computación	1601		
Total Activos Fijos	13398		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1581	Capital Social	342314
Total Activos Diferidos	1581	Total Patrimonio	342314
Total Activos	342314	Total Pasivo + Patrimonio	342314

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

4.1.4.3. Estado de Resultados

Es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos y por ende, el beneficio o pérdida que tiene la empresa en un periodo de tiempo.

Tabla 68. Estado de Resultados con Financiamiento

Detalle	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	713247	824070	878026	933575	1020733	1087403
Cantidad	29400	32080	33684	35280	38000	39564
Precio (DAT)	24,26	25,69	26,07	26,46	26,86	27,48
- Costo de Ventas	542820	607301	652683	699815	770597	821626
Utilidad Bruta en Ventas	170427	216769	225343	233760	250136	265778
- Gastos Operacionales	77395	97189	103122	109162	116997	123943
Gastos Administrativos	45980	61580	64938	68485	72230	76184
Gastos de Exportación	31414	35609	38184	40677	44767	47758
Utilidad Operacional	93032	119580	122221	124599	133139	141835
- Gastos Financieros	0	12093	7696	2828	0	0
Interés Bancario	0	12093	7696	2828		
U.A.T.I	93032	107487	114525	121771	133139	141835
- 15% Particip. Trabajadores	13955	16123	17179	18266	19971	21275
Utilidad Antes de Impuestos	79077	91364	97346	103505	113168	120560
- 25% Impuesto a la Renta	19769	22841	24337	25876	28292	30140
Utilidad Neta	59308	68523	73010	77629	84876	90420

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Para el año 2019 se pretende comercializar 824070 dólares, valor que representa a 16040 canastillas de aguacate a un valor de 25,69 dólares, obteniendo una utilidad de 68523 dólares.

Tabla 69. Estado de Resultados sin Financiamiento

Detalle	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	713247	810164	869176	930323	1020733	1087403
Cantidad	29400	32080	33684	35280	38000	39564
Precio	24,26	25,25	25,80	26,37	26,86	27,48
- Costo de Ventas	542820	607301	652683	699815	770597	821626
Utilidad Bruta en Ventas	170427	202863	216493	230508	250136	265778
- Gastos Operacionales	77395	97189	103122	109162	116997	123943
Gastos	45980	61580	64938	68485	72230	76184
Administrativos						
Gastos de Exportación	31414	35609	38184	40677	44767	47758
Utilidad Operacional	93032	105674	113371	121347	133139	141835
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0
U.A.T.I	93032	105674	113371	121347	133139	141835
- 15% Particip.	13955	15851	17006	18202	19971	21275
Trabajadores						
Utilidad Antes de Impuestos	79077	89822	96365	103145	113168	120560
- 25% Impuesto a la Renta	19769	22456	24091	25786	28292	30140
Utilidad Neta	59308	67367	72274	77358	84876	90420

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

En este caso sin el interés del préstamo bancario para el 2019 se obtendrá una utilidad de 67367 dólares, como se observa una disminución de aproximadamente 1200 dólares, ya que el precio baja a \$25,25 cada canastilla que contiene 60 aguacates.

4.1.4.4. Punto de Equilibrio

Esta herramienta estratégica nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales. Además ayuda a conocer la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad.

Éste sirve para no tener ganancia ni pérdida en el proyecto, para el respectivo cálculo se ha clasificado los costos por su comportamiento variable o fijo y por ende los costos unitarios así también los totales.

Se considera como costos fijos a los siguientes rubros: gastos administrativos y los financieros como también a la mano de obra directa, debido a que éstos se generan de forma

fija todo el año aunque no existe actividad comercial. Con respecto a los costos variables están: la materia prima directa, el embalaje, los gastos de exportación, ya que éstos se dan cuando se ejecute la exportación del producto.

Al calcular los datos necesarios se procedió a la obtención del punto de equilibrio que dio como resultado que para el año 2018 se debe vender 13054 canastillas cada una con 60 aguacates, es decir se venderán 783240 unidades de aguacates, en caso de vender un volumen menor, el proyecto tendrá pérdida. Cabe recalcar que lo pertinente está en que las ventas sean sobre este valor, es decir a partir de 13055 se obtendrá ganancia, si se vende exactamente 13054 canastillas las ganancias serán cero, es decir se estaría trabajando solo para cubrir los costos y gastos que se invierte en el proyecto.

Tabla 70. Punto de Equilibrio con Financiamiento

Costo de Producción	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Fijos	Variabl e	Fijos	Variabl e	Fijos	Variabl e	Fijos	Variabl e	Fijos	Variabl e	Fijos	Variabl e
MPD		396900		443784		477491		512476		565630		603466
MOD	25656		28813		30432		32142		33948		35855	
CIF	2664	117600	3138	131565	3205	141.554	3274	151922	3345	16674	3418	178886
Total Costo de Producción	28320	514500	31951	575350	33638	619.045	35417	664399	37293	733304	39273	782352
Gastos Operacionales	45980	31414	61580	35609	64938	38.184	68485	40677	72230	44767	76184	47758
Gastos Administrativos	45980		61580		64938		68485		72230		76184	
Gastos de Exportación		31414		35609		38184		40677		44767		47758
Gastos Financieros	0		12093		7696		2828		0		0	
Interés Bancario			12093		7696		2828					
Costos y Gastos Totales	74300	545914	105624	610959	106271	657229	106729	705075	109523	778071	115457	830111
Unidades	29400		32080		33684		35280		38000		39564	
Costos y Gastos Unitarios	2,53	18,57	3,29	19,04	3,15	19,51	3,03	19,99	2,88	20,48	2,92	20,98
Total Costos y Gastos Unitarios	21,10		22,34		22,67		23,01		23,36		23,90	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	24,26		25,69		26,07		26,46		26,86		27,48	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	13054		15900		16212		16479		17151		17754	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Tabla 71. Punto de Equilibrio sin Financiamiento

Costo de Producción	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s
MPD		396900		443784		477491		512476		565630		603466
MOD	2565 6		2881 3		30432		32142		33948		35855	
CIF	2664	117600	3138	131565	3205	141554	3274	151922	3345	16674	3418	178886
Total Costo de Producción	2832 0	514500	3195 1	575350	33638	619045	35417	664399	37293	733304	39273	782352
Gastos Operacionales	4598 0	31414	6158 0	35609	64938	38184	68485	40677	72230	44767	76184	47758
Gastos Administrativos	4598 0		6158 0		64.93 8		68485		72230		76184	
Gastos de Exportación		31414		35609		38184		40677		44767		47758
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos y Gastos Totales	7430 0	545914	9353 1	610959	98576	657229	10390 1	705075	10952 3	778071	11545 7	830111
Unidades	29400		32080		33684		35280		38000		39564	
Costos y Gastos Unitarios	2,53	18,57	2,92	19,04	2,93	19,51	2,95	19,99	2,88	20,48	2,92	20,98
Total Costos y Gastos Unitarios	21,10		21,96		22,44		22,93		23,36		23,90	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	24,26		25,25		25,80		26,37		26,86		27,48	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	13054		15062		15666		16274		17151		17754	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

4.1.4.5. Flujo de Efectivo

El flujo de caja es la acumulación de activos líquidos en un tiempo determinado. Por tanto, sirve como un indicador de la liquidez de la empresa, es decir de su capacidad de generar efectivo. (Debitoor, 2015)

Tabla 72. Flujo de Efectivo Con Financiamiento

Entradas de efectivo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		68523	73010	77629	84876	90420
+ Depreciaciones		1305	1305	1305	1305	1305
+ Amortizaciones		316	316	316	316	316
Liquidación del Proyecto						8472
Recuperación Capital de Operación						327335
Préstamos Bancarios	136926					
Total Entradas	136926	70145	74631	79.250	86498	427849
Salidas de Efectivo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión Inicial	342314					
Amortización de la Deuda		41088	45485	50353		
Reposición de Activos				1641		
Total Salidas	342314	41088	45485	51994	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-205388	29057	29146	27257	86498	427849
Flujo efectivo acumulado		-176332	-147185	-	-33431	394418
				119928		

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Al efectuar el Flujo de Efectivo se detalla los diferentes flujos tanto operacionales, como los no operacionales, en éste consta la participación de las Instituciones Financieras como es el 40% de la Inversión Inicial solicitada. Además determina los saldos finales de caja para cada año, en el año 2018 es de USD -205388; en cambio para el 2023 es de USD 427849. Por lo tanto se puede observar en la Tabla 72 que los flujos netos se encuentran positivos durante toda la vida útil del proyecto a excepción del año 0.

Tabla 73. Flujo de Efectivo Neto sin Financiamiento

Entradas de efectivo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		67367	72274	77358	84876	90420
+ Depreciaciones		1305	1305	1305	1305	1305
+ Amortizaciones		316	316	316	316	316
Liquidación del Proyecto						8472
Recuperación Capital de Operación						327335
Total Entradas	0	68988	73896	78980	86498	427849
Salidas de Efectivo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión Inicial	342314					
Reposición de Activos				1671		
Total Salidas	342314	0	0	1671	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-342314	68988	73896	77309	86498	427849
Flujo efectivo acumulado		-273326	-199430	-122121	-35623	392226

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

4.1.4.6. Rentabilidad del Proyecto

Para conocer la rentabilidad que tiene el proyecto se aplicará en el estudio los criterios de inversión más usados como es el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), los cuales permiten verificar si el proyecto a realizarse es rentable o no, económicamente.

El cálculo del VAN y del TIR está presentado en la Tabla 74 donde constan todos los datos y además manifiesta la situación económica del proyecto, en donde se demuestra su factibilidad o no.

Tabla 74. Rentabilidad con financiamiento

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 205388,46		
1	29056,90	0,9093	26421,13
2	29146,37	0,8268	24098,42
3	27256,82	0,7518	20491,86
4	86497,78	0,6836	59130,74
5	427848,93	0,6216	265950,53
		SFE	396092,67
		- I.I.	205388,46
		VAN	190704,22
		TIR	28,74%
		PR	4,08
		C/B	1,93

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El proyecto es rentable porque como resultado se tiene una tasa del 28,74% de TIR, el cual indica que es superior a la tasa de interés bancaria, también se puede observar en la tabla anterior un como costo beneficio de 1,93, que significa que por cada dólar que invierta se gana 0,93 centavos y el período de recuperación de la inversión será en cuatro años.

Tabla 75. Rentabilidad sin Financiamiento

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 342314,09		
1	68988,50	0,9093	62.730,50
2	73.895,50	0,8268	61.097,32
3	77.309,03	0,7518	58.121,46
4	86.497,78	0,6836	59.130,74
5	427.848,93	0,6216	265.950,53
		SFE	507.030,54
		- I.I.	342.314,09
		VAN	164.716,45
		TIR	22,38%
		PR	4,08
		C/B	1,48

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

El proyecto es rentable incluso sin financiamiento porque como resultado de la tasa de TIR es el 22,38% dicha tasa sigue siendo superior a la tasa de interés bancaria, con la diferencia que en éste se gana menos, es decir al tener como costo beneficio de 1,48, significa que por cada dólar que invierta se ganaría 0,48 centavos.

4.2. DISCUSIÓN

En la actualidad la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas “28 de abril, ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra, específicamente realiza sus actividades en el Mercado Mayorista de la misma ciudad. Está dirigida por la señora Narcisa de Jesús como Presidenta y como Vicepresidenta está la señora Ivonne Rosero, además cuenta con tres vocales principales y tres suplentes.

ASOGRADEL está conformada por 32 socios que en su mayoría son de edad entre 31 a 50 años, mismos que cuentan con terrenos propios pero también arrendados para la producción del aguacate tipo Fuerte. Su producción está destinada a 60 hectáreas, las cuales pertenecen el 4% de la producción a nivel de provincia.

En el estudio realizado en el 2013 denominado “Exportación de aguacate de la provincia de Manabí - Ecuador y la demanda requerida en Bogotá- Colombia”, se enfoca a todos los productores de Manabí que se dedican a cultivar el aguacate tipo Hass. La producción de esta provincia es de 27641 toneladas que corresponde al 13% de Ha sembradas a nivel nacional. Para la investigación mencionada anteriormente se cuenta con dos proveedores, los cuales se encuentran la provincia de Manabí, Cantón Portoviejo uno de ellos es el Sr. Tito Andrade dueño de La finca Divino Niño, con una oferta exportable de 326 y también el Sr. William Briones con 162 toneladas propietario de la finca El tigre.

De acuerdo a las encuestas realizadas los socios manifestaron que realizan la comercialización del producto a través de intermediarios, que en algunas ocasiones como consecuencia tienen pérdida o simplemente logran sacar los costos de producción, aunque el aguacate es rentable, por ser una inversión a largo plazo ya que se produce todos los meses del año aunque en enero, febrero, marzo, julio agosto y septiembre son meses que se cosecha plenamente y la fruta es de gran tamaño.

De acuerdo a los conocimientos de los socios mencionan que su producto es apetecido fuera del país y se enfocan que Colombia es un mercado en donde el aguacate tipo Fuerte tendría acogida, teniendo en cuenta varios factores como lo es el trayecto y la cercanía que dicho mercado tiene y facilitaría su traslado.

En el 2013 el precio del aguacate se encontraba oscilando entre los 1800 a 3500 pesos en los diferentes mercados mayoristas y en la ciudad de Bogotá en el mercado mayorista el precio del aguacate está en 1860 el kilogramo. Para este año se encuentra en un intervalo de 3500 a 5000 en Ipiales, es decir ha incrementado debido a que el consumidor final tiene más preferencia del producto por su alto nivel nutritivo y sus diferentes beneficios.

Tabla 76. Comparación Cubicaje

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	2013	2018
Valor EXWORK de la unidad comercial.	9	20,03
País de origen	Ecuador	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Portoviejo	Ibarra
País de destino	Colombia	Colombia
Ciudad de punto de destino	Bogotá	Ipiales
Nº de unidades comerciales por embarque	7500	14700
Valor inicial del embarque (EXW)	67500	294400
Tipo de embalaje	Canastillas	Canastillas
Tipo de unidad de carga	Vehículos carabanados	Remolque – semirremolque
Nº total de embalajes	7500	14700
Nº total de unidades de carga	15	10

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Es decir que para el año 2018 se va a exportar el doble de canastillas de aguacate, uno de los factores es el incremento de la producción que ha existido en los últimos 5 años, además el precio de cada embalaje está a 9 dólares debido a que los costos eran bajos, en cambio para el año 0 del proyecto a realizarse se encuentra a un precio de \$20,03, su incremento ha sido de 45% y por ende la utilidad será mayor.

Con respecto al financiamiento para la marcha del proyecto del 2013 se necesitó una inversión inicial de \$92486 correspondientes a activos fijos y activos diferidos el cual se realizará el 30% de capital propio y el 70% a capital ajeno, por lo contrario para el estudio del 2018 se necesita el 27% más que hace cinco años que significa \$342314 mismo que está dividido el 60% y 40% respectivamente, esto se hace debido a que son 32 socios los cuales aportarán gran parte de esta inversión, como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 77. Comparación inversión

Proyecto	2013	2018
Inversión Inicial	92486	342.314
Capital propio	30%	60%
Capital Ajeno	70%	40%

Elaborado por: Vanesa Alcuacer

En la Tabla 78 se muestra el estado de resultados de los dos proyectos en estudio.

Tabla 78. Comparación de Utilidad

Detalle	Año 2013	Año 2019
Ventas	348947	824.070
Cantidad	16400	32.080
Precio (DAT)	21,28	25,69
Utilidad	32884	68523

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Se observa que para el año 2013 se estima vender 348947 dólares, es decir 16400 canastillas de aguacate a un precio de 21,28 dólares, obteniendo una utilidad de 32.884 dólares. En cambio para el año 2019, las ventas casi se triplican, aunque el precio no sufre un aumento significativo sino solo de 4,41, pero se obtiene una utilidad alta doblando el valor del 2013. Es así que del 2012 al 2023 año de proyección del proyecto en estudio demuestra que es factible, ya que tanto la producción como las preferencias del consumidor han ido aumentando y por ende existen oportunidades de ingresar al mercado colombiano con el aguacate, a pesar de haber transcurrido 5 años y más aun obteniendo una ganancia significativa.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

El proyecto es factible de acuerdo a los indicadores financieros, mismos que muestran una ganancia significativa, así como también con el estudio de mercado se pudo evidenciar que existe una acogida del producto en el segmento elegido, ya que los consumidores prefieren productos saludables.

Actualmente Colombia tiene gran producción de aguacate, a pesar de esto no satisface la demanda interna, ya que se ha enfocado en exportar y no al del consumo interno, por lo que el introducir el producto a este mercado será factible y se podrá cubrir parte de la demanda insatisfecha.

Existe una aceptación considerable del aguacate por parte del consumidor en el país analizado, esto se demuestra con el análisis de mercado anteriormente plasmado, en donde en el 2019 la demanda insatisfecha de Ipiales es de 754 toneladas. La oferta de la Asociación ASOGRADEL para este mismo año es de 481 toneladas, con lo que se puede cubrir el 64% de dicha demanda.

El consumo per cápita anual real es de 5,79 Kilogramos y de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO el recomendado es de 11,08 kilogramos, es decir el aguacate sigue en tendencia por su valor nutritivo, lo cual representa una oportunidad para ejecutar esta investigación.

Frutas del Paraíso Ltda, actualmente está importando un total de 830 tn, de aguacate, pero solo aguacate tipo Fuerte adquiere 620Tn de los cuales según información primaria, estaría dispuesto a adquirir el 85% del mercado ecuatoriano.

La demanda real de aguacate por parte del importador Frutas del Paraíso Ltda, localizado en la ciudad de Ipiales, es de aproximadamente 527 toneladas y su demanda aumenta de conformidad a las exigencias del mercado y a la preferencia que existe por consumir productos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida.

Ecuador y Colombia al pertenecer a la Comunidad Andina cuenta con el beneficio de estar exentos del pago de Aranceles, simplemente se debe presentar el certificado de origen y el certificado fitosanitario, de la misma manera para ejecutar la exportación de aguacate tipo “Fuerte”, no existe barreras arancelarias.

Una vez realizado el estudio financiero se concluye que la mayor parte de la inversión inicial estará destinada a la compra del aguacate y el embalaje, pues para iniciar la actividad se requiere de USD \$ 342,314 misma que se complementa con un préstamo bancario, ya que el 60% de esta se cubre del capital de los socios y el 40% con el préstamo.

Cada canastilla que contiene 60 aguacates de 250 g cada uno y listos para el consumo se venderá a un precio de 24,26 centavos, precio DAT

A través del estudio financiero dio como resultado que el costo beneficio de este proyecto es de 1,93 es decir por cada dólar que se invierte se ganará 0,93 centavos y que la inversión que se realizará se recuperará en 4 años.

5.2. RECOMENDACIONES

Se debe analizar las diferentes provincias de Ecuador para conocer las distintas asociaciones productoras de aguacate y así también la variedad y la temporada en que ofrecen el producto, lo cual permita tener el producto durante todo el año.

Las Instituciones pertinentes deben brindar más apoyo a los agricultores ya sea como asociaciones o individualmente para incrementar la producción de aguacate y por ende incrementar las exportaciones, de esta manera estos productores contarán con mayor ingresos y mejorarán su estilo de vida.

Es parte fundamental implementar publicidad a nivel nacional para incrementar el consumo dentro del país y de esta manera ampliar el mercado; esto puede ser a través de ferias internacionales o medios electrónicos.

Se debe aprovechar de forma eficiente el clima con el que cuenta la provincia de Imbabura, ya que es el óptimo para la producción de aguacate, además gracias a esto se ha ido fortaleciendo y ampliando la cobertura de los cultivos, ya que estos conllevarán a tener un producto de buena calidad para ofertar tanto en el mercado interno como el externo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, J. (20 de Diciembre de 2016). Obtenido de http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html

AGRONEGOCIOS, S. d. (2011). *Cultivo*. Obtenido de <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documents/Monografias/Monografía%20del%20aguacate.pdf>

Alex, V. (2016). POTENCIAL DEL CULTIVO DE AGUACATE. 2.

ANACAFÉ. (Junio de 2012). *Cultivo de Aguacate*. Obtenido de Cultivo de Aguacate: [http://portal.anacafe.org/Portal/Documents/Documents/2004-12/33/5/Cultivo de Aguacate.pdf](http://portal.anacafe.org/Portal/Documents/Documents/2004-12/33/5/Cultivo%20de%20Aguacate.pdf)

Antonio, M. (2012). *Revista Zona Franca*. Obtenido de <http://www.revistazonafranca.com/?p=216>

Arroyo, M. (2014). *LA GLOBALIZACIÓN Y LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA*. Obtenido de LA GLOBALIZACIÓN Y LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA.

Carvajal, e. (2015). La educación financiera y el sobreendeudamiento de los comerciantes de la ciudad de Tulcán. *SATHIRI*, 137.

Cassinelli, J. (09 de Junio de 2017). *Panorama General del Comercio Exterior del Ecuador 2007-2016*. Guayaquil: EditoGran. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior.

Cisneros, G. M. (2013). *“Exportación de aguacate de la provincia de Manabí - Ecuador y la Tulcán.*

Constitución De La República Del Ecuador. (9 de Junio de 2008). *Constitución De La República Del Ecuador*. Obtenido de Constitución De La República Del Ecuador: www.inocar.mil.ec/.../A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf

COPCI. (12 de 29 de 2010). *Aduana Del Ecuador*. Obtenido de Aduana Del Ecuador: https://www.aduana.gob.ec/pro/reglamento_copci.action

DANE. (10 de Octubre de 2017). Obtenido de DANE: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>

Debitoor. (2015). Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/definicion-flujo-efectivo>

ECONOMÍA. (20 de Abril de 2015). Obtenido de ECONOMÍA: https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

Ecuador, B. C. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/openDoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>

El Comercio. (16 de Febrero de 2018). Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/imbabura-exportacion-frutas-comercio-agricultura.html>

El Productor. (22 de Enero de 2012). Obtenido de El Productor: <https://elproductor.com/noticias/ecuador-el-aguacate-hass-con-un-gran-potencial-de-exportacion/>

El Telégrafo. (20 de Febrero de 2016). Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-norte/1/los-cultivos-de-aguacate-se-extienden-por-los-valles-templados-de-la-serrania>

El Universo. (22 de Enero de 2018). Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/22/nota/6580204/exportaciones-espanolas-ecuador-se-disparan-crecieron-561-primeros>

El Universo. (13 de Febrero de 2018). Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/13/nota/6622624/preferencias-arancelarias-estados-unidos-hasta-2020>

Ellwood, W. (2012). *Globalización*. Madrid: Intermon oxfam.

Gutierrez, M., Carvajal , L., & Arcos, G. (2015). La Educación Financiera y el Sobreendeudamiento de los comerciantes de la ciudad de Tulcán. *SATHIRI*, 135-146.

Hernández, X. (2014). Obtenido de
<http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2015/15148.pdf>

ICEX. (22 de Septiembre de 2017). Obtenido de ICEX:
<http://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/en-cifras/index.html>

INCAP. (2015). *INCAP*.

INCEA. (Junio de 2010). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior>

INFOBAE. (2 de Junio de 2017). Obtenido de INFOBAE:
<https://www.infobae.com/america/eeuu/2017/06/02/volvio-a-bajar-la-tasa-de-desempleo-en-estados-unidos-llego-a-43/>

Juan, V. (2015). *Comercialización de productos y servicios*. IC Editorial.

Kirchner, L. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. CENGAGE.

La Hora. (16 de Junio de 2012). Obtenido de La Hora:
<https://lahora.com.ec/noticia/1101346727/el-cultivo-de-aguacate>

Lerma, A. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. Madrid: CENGAGE Learning.

Ministerio de Comercio Exterior. (11 de Noviembre de 2016). Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>

Negocios, P. d. (15 de Noviembre de 2013). *Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de Programa de Transformación Productiva:
<https://www.ptp.com.co/documentos/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20AGUACATE%20131211.pdf>

OMC. (3 de Octubre de 2017). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio:
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm

Ortiz, R. (2011). *Comunicación, cultura y globalización*.

Plaza, F. (28 de Abril de 2015). *Camet trading*. Recuperado el 14 de Febrero de 2017, de Camet trading: <http://cametrading.com/es/resumen-del-mercado-global-del-aguacate>

PORTAFOLIO. (04 de 10 de 2017). Obtenido de PORTAFOLIO:
<http://www.portafolio.co/economia/colombia-y-suramerica-dinamica-del-comercio-exterior-511349>

PROCOLOMBIA. (2017). Obtenido de PROCOLOMBIA:
http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_estados_unidos_1.pdf

PROECUADOR. (16 de Febrero de 2014). Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

PROECUADOR. (Enero de 2017). *GUÍA COMERCIAL*. Obtenido de GUÍA COMERCIAL
: <https://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-estados-unidos/>

Rosero, M. (2015). *“La demanda de aceite de aguacate extra virgen en el mercado de Tulcán.*

Ruano, L. (25 de Agosto de 2016). *Repositorio Upec Digital*. Obtenido de Repositorio Upec Digital : <http://www.repositorioupec.edu.ec/>

Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

Stem, L. (2011). *Canales de comercialización*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Sunchales, M. d. (2013). *SUNCHALES*. Obtenido de SUNCHALES:
<http://www.sunchales.gov.ar/MicroSitio/gestion-detalle.aspx?id=110>

Universal, E. (15 de Marzo de 2006). *Unitecnologica*. Obtenido de Unitecnologica:
<http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0042642.pdf>

UPEL. (2012). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Obtenido de Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales: <http://neutron.ing.ucv.ve/NormasUPEL2006.pdf>

Vergara, N. (2016). *Comercio y Marketing Internacional*. Madrid: ECOE Ediciones.

VII. ANEXOS

ANEXO 1

Teorías del Comercio

TEORÍA	CARACTERÍSTICA	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
Nueva Teoría del Comercio Internacional (Paúl Krugman)	Existen ventajas comparativas. Hay economías de escala. A mayores volúmenes de producción menores serán los costos generados.	Permite un intercambio bilateral de acuerdo a su producción. La producción del aguacate se reflejará en la oferta exportable. A mayor producción de aguacate se logrará cubrir el mercado nacional e internacional.
Ventaja Absoluta Adam Smith	Los países se beneficiarán del intercambio comercial de productos. Cada país logrará más eficiencia en su producción. A través de la especialización en la producción de ciertos bienes o servicios y el intercambio por otros se logra una disminución en los costos, los cuales se reflejarán en la comercialización de los países.	Generará fuentes de trabajo y se incrementará el nivel de vida. Los proyectos gubernamentales ayudarán a que mejore la producción. La producción de aguacate se realiza con costos muy económicos ya que cuenta con terrenos cada socio de la asociación y no requiere de procesos costosos y se obtiene un producto de calidad.
Ventaja Competitiva	El valor que un país es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores. La previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes.	Al contar con que ASOGRADEL conoce de la producción del aguacate se disminuiría un coste y aumentará la rentabilidad generando así la venta del producto a un precio accesible para el cliente y de calidad, lo cual es de mucha importancia para competir en el mercado internacional.

Michael Porter

Fuente: Teorías del Comercio Internacional (2013)

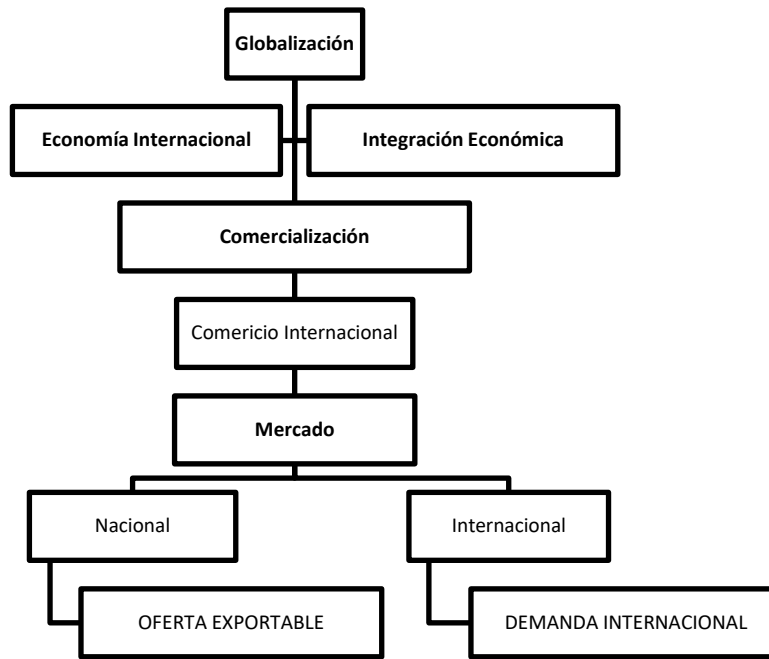
Elaborado por: Alcuacer Vanessa

FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Variables de la investigación

Variable independiente: Oferta exportable

Variable dependiente: Demanda Internacional



Globalización

Globalización económica será concebida como el proceso por el cual dos o más estados deciden estrechar sus relaciones económicas, creando mecanismos para la integración gradual de sus economías (Arroyo, 2014)

Es un fenómeno económico que ha significado un crecimiento en el comercio y en los flujos de capital mundiales. (Ortiz, 2011, pág. 93)

La globalización es la integración de la economía mundial que comenzó seriamente hace cinco siglos con el inicio de la época colonial europea. El proceso se ha visto acelerado por la explosión de la tecnología informática, por la eliminación de obstáculos a la circulación de mercancías y de capital, y por la expansión del poder económico y político de las empresas multinacionales. (Ellwood, 2012, pág. 18)

Economía Internacional

Se encarga del estudio del contenido de las relaciones económicas internacionales (intercambio de bienes, servicios y capital). Se considera a la economía por la existencia de diferentes monedas en los distintos países, distintos regímenes políticos, diferentes políticas fiscales, monetarias, etc. (Antonio, 2012)

Integración Económica

También es conocida como la ampliación del espacio económico entre países que tenían mercados separados, para constituir un solo mercado de dimensiones mayores (Arroyo, 2014)

Proceso a través del cual los países participantes convienen eliminar los derechos arancelarios y las restricciones de todo orden a las importaciones de productos originarios de sus respectivos territorios, pudiendo estas medidas acompañarse de políticas comunes en lo económico y social. (Arroyo, 2014)

Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. (Vergara, 2016, pág. 25)

Baca (2013) menciona que:

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas con el propósito de facilitar la venta de un producto o servicio, la comercialización permite al productor hacer llegar un bien o servicio al cliente o consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. (Hernández, 2014)

Mercado nacional

Productos nacionales o productos locales son los productos cuyos intercambios se establecen habitualmente en la dimensión de la nación entendida como Estado independiente. (Lerma, 2010)

La oferta se analiza en el mercado nacional, es decir lo que produce la asociación ASOGRADEL que en la investigación se refiere al aguacate como producto a exportar

Mercado internacional

Es aquel que se presenta cuando el oferente comercializa sus bienes o servicios en el extranjero en uno o varios países por medio de procesos de exportación o importación y alianzas estratégicas o compañías subsidiarias en el exterior. (Lerma, 2010, pág. 17)

Oferta exportable

Es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. Se debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. (Sunchales, 2013)

Se denomina contar con un producto competitivo (que cumpla los requerimientos de calidad, precio y ventajas competitivas) y tener la capacidad de producción, entrega a tiempo y flexibilidad para cumplir con los términos de su contrato de exportación. (Sunchales, 2013)

Es decir contar con el aguacate necesarios para satisfacer a los consumidores del mercado internacional cumpliendo con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo. Además dicho producto debe tener características que le permitan competir y permanecer en el mercado.

Logística de exportación

Abarca en esencia cuatro aspectos: el transporte para la exportación, los seguros al comercio exterior, la tramitación aduanal en el país de origen como en el de destino y las formas internacionales de pago. (Lerma, 2010, pág. 18)

Demanda internacional

Es el volumen total, físico o monetario, que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y periodo de tiempo dado, bajo unas condiciones del entorno y un determinado esfuerzo comercial. (Mancera, 2014, pág. 35)

Producto

Cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo o su consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Universal, 2006)

Producto exportable

Se debe identificar aquellos bienes o servicios que sean necesarios en el mercado meta y que presentan alguna ventaja competitiva significativa y observable respecto a otras opciones que tengan los consumidores. (Lerma, 2010, pág. 16)

Calidad del producto

Habilidad de un producto para desempeñar sus funciones. Incluye durabilidad del producto, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos valiosos. (Universal, 2006)

Canales de comercialización

Conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo. Estos canales evolucionan para adaptarse a las necesidades de los clientes. (Stem, 2011, pág. 4)

Aguacate

Considerado un producto perenne debido a que se cultiva durante todo el año (AGRONEGOCIOS, 2013)

Clases de aguacate

Según Lema (2010), pág 17: “Hass (el más popular en el mercado internacional): Cuando está maduro, su cascara adquiere un tono oscuro, casi negro. Su piel pasa de verde oscuro a verde purpurino. Tiene un gran sabor a nuez y avellana, con textura suave-cremosa y una semilla de pequeña a mediana. Disponible durante todo el año. El aguacate Hass proviene de injerto, mezcla de diferentes variedades de aguacate, desarrollado por Rudolph Hass.

Diferenciación

Consiste en hacer único al producto con el fin de reducir el impacto de la competencia y aumentar la lealtad de los clientes y así poseer los beneficios únicos, reales y ficticios en el producto esencial. (Lerma, 2010, pág. 17)

Oferta

Según MOCHÓN, Francisco, (2006), pág. 23 manifiesta:

La Oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos, ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente, la oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

Baca (2013) manifiesta que “la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (p.54)

Para Ávila (2004) “oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o conjunto de individuos”. (p.162).

Estudio de mercado

Según los autores Baca (2013) y Gates (2011):

Es un estudio que aporta información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, en la cual se vincula el cliente, consumidor y la empresa por medio de la información, la misma que ayuda a identificar las oportunidades, condiciones del mercado para llevar a cabo un proyecto.

La investigación de mercado proporciona información requerida para abordar aspectos como el diseño del método para recabar la información, guiar el proceso de obtención de datos, además de que analiza y comunica los resultados obtenidos y sus implicaciones. En si la investigación de mercado implica el diagnóstico de necesidades.

Mercado meta

Aquel en el que se ha decidido operar comercialmente, este puede ubicarse en el interior del país o en el exterior, en cuyo caso se denomina mercado meta de exportación (Lerma, 2010, pág. 16)

Segmentación de mercado

Comprende la categorización lógica de los diferentes tipos de clientes a fin de desarrollar estrategias y mecanismos que hagan eficiente y eficaz la labor comercializadora (Lerma, 2010, pág. 16)

Consumidor

Es aquel que se beneficia del uso de un producto tangible, mediante su consumo o uso, según las características de cada producto. (Lerma, 2010, pág. 18)

Satisfacción del cliente

Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Juan, 2015, pág. 15)

Necesidades

Es lo que define la demanda de un producto. Producto que se necesita para suplir las necesidades de un ser. (Universal, 2006)

Demanda insatisfecha

Aquella que se da cuando la demanda total no está debidamente satisfecha. (Universal, 2006)

Demanda

Según SELDON, Arthur, Diccionario de Economía, (2005), pág. 175: “La demanda es la cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un período dado, la cual va más allá de la noción corriente de deseo o necesidad

Según López y Ruiz (2001) “la demanda es el volumen total que compraría un grupo definido de consumidores en una área geográfica y tiempo determinado”. (p.26)

ANEXO 2

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	70,0	1,0
Documentación	12,0	0,3
VALOR DAP	310189,2	10,9
Aduaneros	58797,3	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
CAPITAL E INVENTARIO	105,8	1,3
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	58985,1	1,3
VALOR DDP	369092,3	10,9
Precio (c/u) en país de destino	25,1	
MARGEN DE VENTAS	15,00%	
PRECIO DE VENTA	28,87	

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

ANEXO 3

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	205388
Capital Ajeno	40%	136926
Total	100%	342314

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

ANEXO 4

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	60%	9,82%	5,89%
Ajenos	40%	10,21%	4,08%
Total	100%		9,98%

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

ANEXO 5

AÑO 2018 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	\$11270	0	0%
\$11270	\$14360	0	5%
\$14360	\$17950	\$155	10%
\$17950	\$21550	\$514	12%
\$21550	\$43100	\$946	15%
\$43100	64630	\$4178	20%
\$64630	\$86180	\$8484	25%
\$86180	\$114890	\$13872	30%
\$114890	En adelante	\$22485	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

ANEXO 6

Depreciaciones y amortizaciones

Depreciación Edificios-Construcciones			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			8160
1	408	0,05	7752
2	408	0,05	7344
3	408	0,05	6936
4	408	0,05	6528
5	408	0,05	6120
6	408	0,05	5712
7	408	0,05	5304
8	408	0,05	4896
9	408	0,05	4488
10	408	0,05	4080
11	408	0,05	3672
12	408	0,05	3264
13	408	0,05	2856
14	408	0,05	2448
15	408	0,05	2040
16	408	0,05	1632
17	408	0,05	1224
18	408	0,05	816
19	408	0,05	408
20	408	0,05	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Depreciación de Mobiliario Operativo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1581
1	158	0,10	1423
2	158	0,10	1265
3	158	0,10	1107
4	158	0,10	949
5	158	0,10	791
6	158	0,10	632
7	158	0,10	474
8	158	0,10	316
9	158	0,10	158
10	158	0,10	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Depreciación de Mobiliario administrativo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1969
1	197	0,10	1772
2	197	0,10	1575
3	197	0,10	1378
4	197	0,10	1181
5	197	0,10	984
6	197	0,10	787
7	197	0,10	591
8	197	0,10	394
9	197	0,10	197
10	197	0,10	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Depreciación de Equipo de Oficina			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			87
1	9	0,10	78
2	9	0,10	69
3	9	0,10	61
4	9	0,10	52
5	9	0,10	43
6	9	0,10	35
7	9	0,10	26
8	9	0,10	17
9	9	0,10	9
10	9	0,10	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Depreciación de Equipo de Computación			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1601
1	534	0,33	1068
2	534	0,33	534
3	534	0,33	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Amortización Gastos de Constitución			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1581
1	316	0,20	1265
2	316	0,20	949
3	316	0,20	632
4	316	0,20	316
5	316	0,20	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

Amortización de la Deuda

Monto	136926
Tasa Anual	10,21%
Tasa Mensual	0,0085
Plazo	36
Cuota	4431,72

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				136926
1	3266,71	1.165,01	4431,72	133659
2	3294,50	1.137,21	4431,72	130364
3	3322,53	1.109,18	4431,72	127042
4	3350,80	1.080,91	4431,72	123691
5	3379,31	1.052,41	4431,72	120312
6	3408,06	1.023,65	4431,72	116904
7	3437,06	994,66	4431,72	113467
8	3466,31	965,41	4431,72	110000
9	3495,80	935,92	4431,72	106505
10	3525,54	906,18	4431,72	102979
11	3555,54	876,18	4431,72	99423
12	3585,79	845,93	4431,72	95838
13	3616,30	815,42	4431,72	92221
14	3647,07	784,65	4431,72	88574
15	3678,10	753,62	4431,72	84896
16	3709,39	722,33	4431,72	81187
17	3740,95	690,76	4431,72	77446
18	3772,78	658,94	4431,72	73673
19	3804,88	626,84	4431,72	69868
20	3837,26	594,46	4431,72	66031
21	3869,90	561,81	4431,72	62161
22	3902,83	528,89	4431,72	58258
23	3936,04	495,68	4431,72	54322
24	3969,53	462,19	4431,72	50353
25	4003,30	428,42	4431,72	46349
26	4037,36	394,36	4431,72	42312
27	4071,71	360,00	4431,72	38240
28	4106,36	325,36	4431,72	34134
29	4141,29	290,42	4431,72	29993
30	4176,53	255,19	4431,72	25816
31	4212,07	219,65	4431,72	21604
32	4247,90	183,81	4431,72	17356
33	4284,05	147,67	4431,72	13072
34	4320,50	111,22	4431,72	8752
35	4357,26	74,46	4431,72	4394
36	4394,33	37,39	4431,72	0

Elaborado por: Vanessa Alcuacer

ANEXO 7

Encuestas a los productores de ASOGRADEL



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL



Variables
Independiente: Oferta Exportable
Dependiente: Demanda internacional

DATOS DEL ENCUESTADO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: ASOGRADEL
NOMBRE DEL ENCUESTADO: Juanne Koseiro

Información. La presente encuesta tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL[®] de la provincia de Imbabura, la cual tiene fines académicos.

ENCUESTA

1. Edad

15 - 30	26.
31 - 50	
51 - 65	

2. ¿ Cuántas hectáreas están dedicadas al cultivo de aguacate?

- 1 - 2
- 3 - 4
- 5 - 6
- 7 o más

3. ¿ Qué tiempo dura el periodo de cultivo?(años)

- 3 - 5
- 6 - 8
- 9 - 11
- 12 - 15

4. Cuál es la inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate, hasta su producción?

- >2000 usd
- De 2000 a 5000 usd
- <5000 usd

5. ¿Qué tipo de aguacate producen y comercializan?

- Hass
- Fuerte
- Bacon
- Pinkerton
- Reed
- Otro Nacional negro

6. ¿El aguacate es un producto rentable?

- Si
- No

¿Por qué? Es una fruta exótica para platos fuertes.

7. ¿Cómo considera usted la calidad de aguacate que cultiva?

- Mala ()
- Regular ()
- Buena (✓)
- Muy Buena ()

8. ¿Selecciona el aguacate a comercializar?

- Si (✓)
- No ()

9. ¿Cómo se vende el producto?

- Unidades (✓)
- Gavetas ()
- Bultos (✓)

10. En caso de unidades ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-60 ()
 - 61-100 ()
 - 101- 150 ()
 - 151- más (✓)

11. En caso de gavetas ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-50 ()
 - 51-90 ()
 - 91-120 ()
 - 121- más (✓)

12. En caso de bultos ¿Cuántos vende mensualmente?

- Entre:
- 10-40 ()
 - 41-70 ()
 - 71-100 ()
 - 101- más (✓)

13. ¿En qué mes o meses son temporada de aguacate?

ENERO (✓)	MARZO	MAYO	JULIO	SEPTIEMBRE	NOVIEMBRE (✓)
FEBRERO (✓)	ABRIL	JUNIO	AGOSTO	OCTUBRE	DICIEMBRE (✓)

14. ¿Cuál es el precio del producto de acuerdo a la temporada?

Temporada baja de producción		
Variedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,25 – 0,29	0,20
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,13 – 0,17	0,10
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,05 – 0,07	0,08

Temporada alta de producción		
Variedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,15 – 0,19	0,35
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,07 – 0,11	0,25
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,02 – 0,04	0,15.

15. ¿A quién venden frecuentemente el producto?

- Consumidor final ()
 Intermediario (✓)

16. ¿Cuentan con terrenos para la producción de aguacate?

- Propios ()
 Arrendados (✓)
 Al partir ()

17. ¿Sabía usted que el aguacate por su alto nivel nutricional es demandado en otros países?

- Si (✓)
 No ()

18. ¿Estaría dispuesto/a a vender el producto a un mercado internacional?

- Si ()
 No (✓)

¿Por qué?

Tienen muchas condiciones y parámetros para el producto.

19. ¿Usted conoce cuál es el país que tiene más demanda para exportar el aguacate?

- Si (✓)
 No ()

¿Cuál?

Estados Unidos.

20. ¿Cuál sería la estrategia de posicionamiento del producto?

- Radio ()
 Televisión ()
 Redes sociales ()
 Ferias internacionales (✓)



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Variables

Independiente: Oferta Exportable
Dependiente: Demanda internacional

DATOS DEL ENCUESTADO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: ASOGRADEL
NOMBRE DEL ENCUESTADO: Frank Alexis

Información. La presente encuesta tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL" de la provincia de Imbabura, la cual tiene fines académicos.

ENCUESTA

1. Edad

15 - 30	30
31 - 50	
51 - 65	

2. ¿ Cuántas hectáreas están dedicadas al cultivo de aguacate?

- 1 - 2
- 3 - 4
- 5 - 6
- 7 o más

3. ¿ Qué tiempo dura el periodo de cultivo?(años)

- 3 - 5
- 6 - 8
- 9 - 11
- 12 - 15

4. Cuál es la inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate, hasta su producción?

- >2000 usd
- De 2000 a 5000 usd
- <5000 usd

5. ¿Qué tipo de aguacate producen y comercializan?

- Hass
- Fuerte
- Bacon
- Pinkerton
- Reed
- Otro

6. ¿El aguacate es un producto rentable?

- Si
- No

¿ Por qué?

Es una fruta que se consume a nivel nacional.

7. ¿Cómo considera usted la calidad de aguacate que cultiva?

- Mala ()
- Regular ()
- Buena ()
- Muy Buena (✓)

8. ¿Selecciona el aguacate a comercializar?

- Si (✓)
- No ()

9. ¿Cómo se vende el producto?

- Unidades (✓)
- Gavetas ()
- Bultos ()

10. En caso de unidades ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-60 ()
 - 61-100 ()
 - 101- 150 ()
 - 151- más (✓)

11 - 20	
21 - 60	
61 - 150	

11. En caso de gavetas ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-50 ()
 - 51-90 ()
 - 91-120 ()
 - 121- más (✓)

12. En caso de bultos ¿Cuántos vende mensualmente?

- Entre:
- 10-40 ()
 - 41-70 ()
 - 71-100 ()
 - 101- más (✓)

13. ¿En qué mes o meses son temporada de aguacate?

ENERO (✓)	MARZO	MAYO	JULIO	SEPTIEMBRE (✓)	NOVIEMBRE (✓)
FEBRERO (✓)	ABRIL	JUNIO	AGOSTO	OCTUBRE (✓)	DICIEMBRE (✓)

14. ¿Cuál es el precio del producto de acuerdo a la temporada?

Temporada baja de producción		
Variedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,25 – 0,29	0,20
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,13 – 0,17	0,12
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,05 – 0,07	0,08

Temporada alta de producción		
Variedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,15 – 0,19	0,30
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,07 – 0,11	0,24
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,02 – 0,04	0,15

15. ¿A quién venden frecuentemente el producto?

Consumidor final

Intermediario

16. ¿Cuentan con terrenos para la producción de aguacate?

Propios

Arrendados

Al partir

17. ¿Sabía usted que el aguacate por su alto nivel nutricional es demandado en otros países?

Si

No

18. ¿Estaría dispuesto/a a vender el producto a un mercado internacional?

Si

No

¿Por qué?

Para ganar mejor.

19. ¿Usted conoce cuál es el país que tiene más demanda para exportar el aguacate?

Si

No

¿Cuál?

20. ¿Cuál sería la estrategia de posicionamiento del producto?

Radio

Televisión

Redes sociales

Ferias internacionales



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Variables

Independiente: Oferta Exportable

Dependiente: Demanda internacional

DATOS DEL ENCUESTADO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: ASOGRADEL

NOMBRE DEL ENCUESTADO: Diego López

Información. La presente encuesta tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL" de la provincia de Imbabura, la cual tiene fines académicos.

ENCUESTA

1. Edad

15 - 30	
31 - 50	
51 - 65	53

2. ¿ Cuántas hectáreas están dedicadas al cultivo de aguacate?

- 1-2
- 3-4
- 5-6
- 7 o más

3. ¿ Qué tiempo dura el periodo de cultivo?(años)

- 3 - 5
- 6 - 8
- 9 - 11
- 12 - 15

4. Cuál es la inversión promedio en una hectárea de cultivo de aguacate, hasta su producción?

- >2000 usd
- De 2000 a 5000 usd
- <5000 usd

5. ¿Qué tipo de aguacate producen y comercializan?

- Hass
- Fuerte
- Bacon
- Pinkerton
- Reed
- Otro _____

6. ¿El aguacate es un producto rentable?

- Si
- No

¿ Por qué?

Produce dos veces al año.

7. ¿Cómo considera usted la calidad de aguacate que cultiva?

- Mala
- Regular
- Buena
- Muy Buena

8. ¿Selecciona el aguacate a comercializar?

- Si
- No

9. ¿Cómo se vende el producto?

- Unidades
- Gavetas
- Bultos

10. En caso de unidades ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-60
 - 61-100
 - 101-150
 - 151- más

20-60	<input type="checkbox"/>
61-100	<input type="checkbox"/>
101-150	<input type="checkbox"/>
151- más	<input checked="" type="checkbox"/>

11. En caso de gavetas ¿Cuántas vende mensualmente?

- Entre:
- 20-50
 - 51-90
 - 91-120
 - 121- más

12. En caso de bultos ¿Cuántos vende mensualmente?

- Entre:
- 10-40
 - 41-70
 - 71-100
 - 101- más

13. ¿En qué mes o meses son temporada de aguacate?

<input checked="" type="checkbox"/> ENERO	<input type="checkbox"/> MARZO	<input type="checkbox"/> MAYO	<input type="checkbox"/> JULIO	<input type="checkbox"/> SEPTIEMBRE	<input type="checkbox"/> NOVIEMBRE
<input type="checkbox"/> FEBRERO	<input type="checkbox"/> ABRIL	<input type="checkbox"/> JUNIO	<input type="checkbox"/> AGOSTO	<input checked="" type="checkbox"/> OCTUBRE	<input type="checkbox"/> DICIEMBRE

14. ¿Cuál es el precio del producto de acuerdo a la temporada?

Temporada baja de producción		
Variiedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,25 – 0,29	0,25
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,13 – 0,17	0,12
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,05 – 0,07	0,08

Temporada alta de producción		
Variiedad	Precio	
Primera clase (más de 18 cm)	0,15 – 0,19	0,35
Segunda clase (13 – 17 cm)	0,07 – 0,11	0,25
Tercera clase (8 – 12 cm)	0,02 – 0,04	0,15

15. ¿A quién venden frecuentemente el producto?

Consumidor final

Intermediario

16. ¿Cuentan con terrenos para la producción de aguacate?

Propios

Arrendados

Al partir

17. ¿Sabía usted que el aguacate por su alto nivel nutricional es demandado en otros países?

Si

No

18. ¿Estaría dispuesto/a a vender el producto a un mercado internacional?

Si

No

¿Por qué?

19. ¿Usted conoce cuál es el país que tiene más demanda para exportar el aguacate?

Si

No

¿Cuál?

20. ¿Cuál sería la estrategia de posicionamiento del producto?

Radio

Televisión

Redes sociales

Ferias internacionales

ANEXO 8

Entrevista a la presidenta de ASOGRADEL



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Variables

Independiente: Oferta Exportable

Dependiente: Demanda internacional

DATOS DEL ENTREVISTADO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

Información. La presente entrevista tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL” de la provincia de Imbabura, la cual tiene fines académicos.

ENTREVISTA

1. ¿Cuántas personas integran la Asociación?

2. ¿Cuál fue el objetivo por el cual se formó la asociación ASOGRADEL? y ¿qué entidad les supervisa?

3. ¿Recibieron algún tipo de capacitación para asociarse o en procesos de comercialización?

4. ¿Qué tipo de capacitación considera usted la más importante para los productores y comerciantes aguacateros?

Manejo de cultivo

Tecnificación de riego

Comercialización

¿Por qué?

5. ¿Conoce Ud. Si existen otras asociaciones en el entorno cercano que produzcan aguacate?

6. ¿Cree usted que la legislación de Ecuador es favorable para que la asociación pueda exportar el aguacate?

7. ¿Cree usted que actualmente hay un boom de la producción de aguacate?

8. ¿Usted conoce cuál es el país que tiene más demanda para exportar el aguacate?

ANEXO 9

Almacenamiento y clasificación del aguacate



ANEXO 10
EMPACADO DEL AGUACATE



ANEXO 11

Transporte del aguacate



ANEXO 12

Entrevista a la presidenta de ASOGRADEL



ANEXO 13

Autorización de ASOGRADEL

Ibarra, 04 de abril del 2017

Señor

Msc. Julio López

**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL DE LA UPEC**

Presente.-

Yo, Narciza de Jesús Jimenez Guamán, con cédula de ciudadanía 1710750827, en calidad de representante, de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de Abril "ASOGRADEL", en relación al trabajo de titulación Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de Abril "ASOGRADEL" de la provincia de Imbabura, que la señorita Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez, con cédula 1003504550, se encuentra realizando como requisito para la obtención de su título de ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, me comprometo a entregar la información necesaria y relevante de la asociación a la cual represento, en el momento que se considere conveniente y oportuno, para el desarrollo de su investigación.

Particular que informo para los fines pertinentes, pudiendo la señorita Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez hacer uso del presente en sus trámites académicos respectivos.

Atentamente,

"ASOGRADEL"
Narciza Jiménez
PRESIDENTA



Narciza de Jesús Jimenez Guamán

1710750827

ANEXO 14

Oficio del Mercado Mayorista



Ibarra, 05 de febrero de 2018
Oficio Nro. 0041-CEM

Señorita
Vanessa Alcuacer
ESTUDIANTE DE LA UPEC

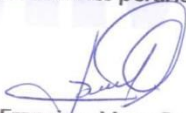
De mi consideración:

A nombre de COMERCIBARRA reciba un cordial y afectuoso saludo.

Conforme a su requerimiento me permito informar que en las instalaciones de La Compañía de Economía Mixta Mercado Mayorista de Ibarra, las Asociaciones que comercializan Aguacate es:

- ✓ LA ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES AGRICOLAS 28 DE ABRIL " ASOGRADEL "
- ✓ LA ASOCIACIÓN ASOGRADEL ESTA CONFORMADA POR 32 SOCIOS ACTIVOS.
- ✓ PRESIDENTE: SR. CARLOS CARDENAS, Cel. 0989177264.

Particular que comunico para los fines pertinentes.


Msc. Francisco Vaca Carranco
GERENTE GENERAL
De COMERCIBARRA



cc. archivo



Ibarra - Ecuador: Juan Hernández y Av. Jaime Roldós Aguilera Telf: (06) 2545822
E-mail: comercibarra@yahoo.es www.mercadomayoristaibarra.com



ANEXO 15
Oficio del MAGAP

Tulcán, 04 de enero de 2018

Señor

Ingeniero Diego Pereira

DIRECTOR PROVINCIAL AGROPECUARIO DE IMBABURA

Presente:


De mi consideración:

Yo Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez con C.I. 1003504550, en mi calidad de estudiante de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, solicito de la manera más cordial, se me proporcione información con la finalidad de realizar el Proyecto de Investigación denominado "Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de aguacate de la Asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas ASOGRADEL" de la provincia de Imbabura, para lo cual es necesario datos sobre ¿Cuántas Asociaciones de productores y comercializadores de aguacate existen en la provincia de Imbabura? y ¿Cuántos integrantes conforman cada una de éstas?, dicha información es fundamental para que se realice el Proyecto de Titulación requisito previo a la obtención del título profesional, además de ser la oportunidad de desarrollar actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades que me permitan en el futuro un mejor desempeño en mi profesión.

La tutoría del Proyecto de Titulación está a cargo de la docente Msc. Milena Gutiérrez de la UPEC.

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

Atentamente



Vanessa Alcuacer

ESTUDIANTE DE LA UPEC

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA	
ACUACHINCHI	
MAGAP	
RECIBIDO	15/1/18
HORA	DA - 01 - 2018
FECHA	
(2)	



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Cintia Vanessa Alcuacer Enríquez
NIVEL/PARALELO: Egresada

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1003504550
PERIODO ACADÉMICO: Abril - Agosto 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de Aguacate de la asociación de productores y comercializadores de productos agrícolas 28 de abril, ASOGRADEL de la provincia de Imbabura.

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

PRESIDENTE: MSC. BEATRIZ REALPE
LECTOR: MSC. JOSE LUIS VALLEJO
ASESOR: MSC. MILENA GUTIERREZ

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

EDIFICIO DE AULAS: 3 AULA: 15
FECHA: 1 de Agosto del 2018
HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6,50
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA 9,00

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

Art. 25.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 15 días para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 1 de Agosto del 2018

MSC. BEATRIZ REALPE
PRESIDENTE

MSC. MILENA GUTIERREZ
TUTOR



MSC. JOSE LUIS VALLEJO
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

