

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

**“Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado
colombiano”**

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

AUTOR: Edison Santiago Fualta Benavides

ASESORA: Msc. Janeth Bastidas

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2017

CERTIFICADO.

Certifico que el estudiante Edison Santiago Fualta Benavides con el número de cédula 0401777032 ha elaborado bajo mi dirección el trabajo de titulación de grado: “Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado Colombiano”.

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

Msc. Janeth Bastidas

Tulcán, 07 de septiembre del 2017

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Edison Santiago Fweltala Benavides con cédula de identidad número 0401777032 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Edison Santiago Fweltala Benavides

Tulcán, 07 de septiembre de 2017

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo, Edison Santiago Fuelta Benavides declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 07 de septiembre de 2017

Edison Santiago Fuelta Benavides

CI 0401777032

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mi madre por el apoyo que me brinda en todo momento, por los valores que me inculca y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mi asesora Msc. Janneth Bastidas, por haber compartido conmigo sus conocimientos, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continua.

DEDICATORIA

A Dios por derramar sus bendiciones sobre mí y llenarme de su fuerza para vencer todos los obstáculos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

A mi madre por todo el esfuerzo y sacrificio, por todo el amor, la comprensión, el apoyo incondicional y la confianza en cada momento de mi vida y sobre todo en mis estudios universitarios.

A mi hijo, tu afecto es el detonante de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Aun en tu corta edad me has enseñado a encontrar el lado dulce de la vida, fuiste mi motivación más grande para culminar con éxito este proyecto de tesis.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I	- 1 -
1. EL PROBLEMA	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN	- 2 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 2 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 4 -
1.5.1. Objetivo general	- 4 -
1.5.2. Objetivos específicos	- 4 -
CAPÍTULO II	- 5 -
2. MARCO TEÓRICO.....	- 5 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 5 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	- 8 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	- 10 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 11 -
2.4.1. Oferta y demanda en el mercado internacional	- 11 -
2.4.1.1. Oferta	- 11 -
2.4.1.2. Demanda.....	- 12 -
2.4.1.3. Demanda efectiva	- 13 -
2.4.2. Mercados internacionales	- 13 -
2.4.3. La exportación como estrategia de competitividad	- 14 -
2.4.4. Influencia del factor tecnológico en la producción	- 14 -
2.4.5. Investigación de mercado	- 15 -
2.4.6. La cadena de valor.....	- 16 -
2.4.6.1. Elementos de la cadena de valor.....	- 17 -

2.4.7. La palma africana.....	- 17 -
2.4.7.1. Aceite de palma africana.....	- 18 -
2.4.7.2. Aceite de palma refinado	- 19 -
2.4.7.3. Aceite de palmiste	- 19 -
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO.....	- 19 -
2.5.1. Siglas.....	- 20 -
2.6. IDEA A DEFENDER	- 21 -
2.7. VARIABLES	- 21 -
CAPÍTULO III	- 22 -
3. MARCO METODOLÓGICO	- 22 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	- 22 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 22 -
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	- 22 -
3.3.1. Investigación documental.....	- 23 -
3.3.2. Investigación exploratoria.....	- 23 -
3.3.3. Investigación descriptiva	- 23 -
3.4. MÉTODOS.....	- 23 -
3.4.1. Técnicas	- 24 -
3.4.2. Instrumentos.....	- 24 -
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	- 25 -
3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	- 26 -
3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	- 29 -
3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	- 29 -
3.8.1. Tabulación y análisis encuesta extractoras aceite de palma.....	- 30 -
3.8.2. Tabulación y análisis encuesta importadoras de aceite de palma.....	- 39 -
3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS OFERTANTE Y DEMANDANTE.....	- 48 -
3.9.2. Ecuador	- 49 -
3.9.2.1. Análisis del factor político.....	- 49 -
3.9.2.2. Análisis del factor económico.....	- 50 -
3.9.2.3. Análisis del factor social.....	- 54 -
3.9.2.4. Análisis del factor tecnológico.....	- 55 -
3.9.2.5. Análisis del factor ecológico.....	- 56 -
3.9.2.6. Análisis del factor legal	- 57 -
3.9.2.6.1. Ley de Desarrollo Agrario	- 58 -
3.9.2.6.2. Reglamento General a la Ley de Desarrollo Agrario	- 59 -
3.9.2.6.3. Decisión Andina 182 Sistema Andino.....	- 59 -
3.9.2.6.4. Decisión Andina 328 Norma de Sanidad Agropecuaria	- 59 -
3.9.2.6.5. Resolución Regulación del Instituto Ecuatoriano	- 60 -
3.9.2.6.6. Ordenanza Municipal Cantón Quinindé.....	- 60 -

3.9.2.7.	Análisis del factor cultural	- 61 -
3.9.2.8.	Análisis del factor geográfico	- 61 -
3.9.3.	Colombia	- 62 -
3.9.3.1.	Análisis del factor político.....	- 62 -
3.9.3.2.	Análisis del factor económico.....	- 65 -
3.9.3.3.	Análisis del factor social.....	- 67 -
3.9.3.4.	Análisis de factor tecnológico.....	- 68 -
3.9.3.5.	Análisis del factor ecológico.....	- 69 -
3.9.3.6.	Análisis del factor legal	- 70 -
3.9.3.7.	Análisis del factor cultural	- 71 -
3.9.3.8.	Análisis del factor geográfico	- 72 -
3.10.	ANÁLISIS MICROENTORNO INDUSTRIA ACEITE DE PALMA.....	- 72 -
3.10.2.	Posibles clientes	- 73 -
3.10.2.1.	Selección del cliente	- 74 -
3.10.3.	Posibles competidores.....	- 75 -
3.10.4.	Productos sustitutos.....	- 76 -
3.10.5.	Proveedores de aceite de palma	- 77 -
3.10.5.1.	Selección del proveedor.....	- 78 -
3.11.	ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR ACTUAL.....	- 79 -
3.12.	ANÁLISIS FODA.....	- 82 -
3.12.2.	Estrategia para la comercialización de aceite de palma.....	- 82 -
3.13.	ANÁLISIS DEL MERCADO	- 83 -
3.13.2.	Análisis de la Oferta.....	- 83 -
3.13.2.1.	Producto	- 83 -
3.13.2.2.	Producción de aceite de palma.....	- 84 -
3.13.2.3.	Precios de la oferta	- 84 -
3.13.2.4.	Temporada de producción del aceite de palma.....	- 85 -
3.13.2.5.	Formas de comercialización	- 86 -
3.13.2.6.	Proyección de la Oferta.....	- 87 -
3.13.3.	Análisis de la Demanda	- 90 -
3.13.3.1.	Gustos y preferencias del importador	- 90 -
3.13.3.2.	Frecuencias de importación	- 91 -
3.13.3.3.	Frecuencia de consumo.....	- 92 -
3.13.3.4.	Precio al que adquiere el aceite de palma.....	- 93 -
3.13.3.5.	Proyección de la Demanda	- 93 -
3.13.4.	Demanda efectiva	- 96 -
3.13.4.1.	Oferta real exportable	- 96 -
3.13.4.2.	Demanda real exigible	- 97 -
3.13.4.3.	Oferta efectiva de exportación	- 99 -

3.14. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	- 99 -
CAPÍTULO IV	- 101 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 101 -
4.1. CONCLUSIONES	- 101 -
4.2. RECOMENDACIONES	- 102 -
CAPÍTULO V	- 104 -
5. PROPUESTA	- 104 -
5.1. ANTECEDENTES	- 104 -
5.2. JUSTIFICACIÓN	- 105 -
5.3. OBJETIVOS	- 105 -
5.3.1. Objetivo General	- 105 -
5.3.2. Objetivos Específicos	- 105 -
5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA	- 106 -
5.5. MODELO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA INEXPAL	- 106 -
5.5.1. Estudio técnico	- 106 -
5.5.1.1. Localización de la empresa	- 107 -
5.5.1.1.1. Macro Localización	- 107 -
5.5.1.1.2. Micro localización	- 107 -
5.5.1.2. Datos de la empresa	- 108 -
5.5.1.2.1. Nombre de la empresa	- 108 -
5.5.1.2.2. Logo	- 109 -
5.5.1.2.3. Marca	- 109 -
5.5.1.2.4. Misión	- 110 -
5.5.1.2.5. Visión	- 110 -
5.5.1.2.6. Políticas	- 110 -
5.5.1.2.7. Valores	- 112 -
5.5.2. Ingeniería del proyecto	- 112 -
5.5.2.1. Distribución de la planta extractora de la empresa INEXPAL	- 112 -
5.5.2.2. Estructura organizacional	- 113 -
5.5.2.2.1. Organigrama	- 113 -
5.5.2.2.2. Manual de funciones	- 114 -
5.5.3. Mapa de procesos	- 119 -
5.5.4. Flujo de procesos	- 119 -
5.5.5. Inversión fija empresa INEXPAL	- 124 -
5.5.5.1. Terrenos	- 124 -
5.5.5.2. Maquinaria y equipo	- 124 -
5.5.5.3. Muebles y enseres	- 124 -
5.5.5.4. Equipo de oficina	- 125 -
5.5.5.5. Herramientas	- 125 -

5.5.5.6. Total inversión fija	- 126 -
5.5.6. Negociación Internacional	- 126 -
5.5.6.1. Tipo de transporte	- 127 -
5.5.6.2. Forma de pago	- 128 -
5.5.6.3. Incoterms.....	- 129 -
5.6. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	- 129 -
5.6.1. Cubicaje.....	- 129 -
5.6.2. Datos del embarque para exportación	- 130 -
5.6.3. Distribución física internacional.....	- 131 -
5.6.4. Información básica del producto	- 131 -
5.6.5. Costos directos país de exportación	- 132 -
5.6.6. Transporte interno y documentación.....	- 133 -
5.6.7. Transporte internacional.....	- 134 -
5.6.8. Seguro Internacional	- 134 -
5.6.9. Análisis de costos directos	- 135 -
5.6.10. Precio de venta internacional.....	- 136 -
5.6.11. Ingresos por exportación de aceite de palma africana	- 136 -
5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	- 137 -
5.7.1. Flujo de caja incremental	- 137 -
5.7.2. Tasa de descuento.....	- 140 -
5.7.3. Valor Actual Neto	- 140 -
5.7.4. Tasa interna de retorno	- 141 -
5.7.5. Relación costo – beneficio	- 141 -
5.7.6. Punto de Equilibrio	- 142 -
5.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	- 144 -
5.9. RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO.....	- 144 -
BIBLIOGRAFÍA	- 146 -
ANEXOS	- 150 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Adquisición de palma africana	- 30 -
Tabla 2: Hectáreas que posee el productor	- 31 -
Tabla 3: Recolección del fruto de palma obtenida por cosecha	- 32 -
Tabla 4: Cantidad de aceite procesado	- 33 -
Tabla 5: Mes de mayor producción	- 34 -
Tabla 6: Mes de menor producción	- 35 -
Tabla 7: Producción bimestral de aceite de palma	- 36 -
Tabla 8: Venta de aceite de Palma	- 37 -
Tabla 9: Disposición para realizar exportación	- 38 -
Tabla 10: Porcentaje de exportación	- 39 -
Tabla 11: Tipo de aceite de palma que adquiere	- 40 -
Tabla 12: Cantidad de aceite de palma adquirido	- 41 -
Tabla 13: Adquisición de aceite de palma	- 42 -
Tabla 14: Principal país de adquisición	- 43 -
Tabla 15: Frecuencia de consumo	- 44 -
Tabla 16: Principal país de adquisición	- 45 -
Tabla 17: Precio de adquisición internacional	- 46 -
Tabla 18: Disposición de adquirir producto ecuatoriano	- 47 -
Tabla 19: Precio de adquisición internacional	- 47 -
Tabla 20: Porcentaje de adquisición	- 48 -
Tabla 21: Exportaciones ecuatorianas de aceite de palma	- 53 -
Tabla 22: Matriz de ponderación clientes	- 74 -
Tabla 23: Matriz de ponderación proveedores aceite de palma	- 78 -
Tabla 24: Producción de aceite de palma	- 84 -
Tabla 25: Precio por tonelada de aceite de palma	- 85 -
Tabla 26 : Temporada de producción de aceite de palma	- 86 -
Tabla 27: Valores para el cálculo de mínimos cuadrados	- 88 -
Tabla 28: Proyección de la oferta de aceite de palma	- 90 -
Tabla 29: Frecuencia de importación	- 91 -
Tabla 30: Frecuencia de consumo	- 92 -
Tabla 31: Precio de aceite de palma	- 93 -
Tabla 32: Demanda histórica de aceite de palma	- 94 -
Tabla 33: Proyección de la demanda de aceite de palma	- 96 -
Tabla 34: Oferta exportable de aceite de palma	- 97 -
Tabla 35: Demanda efectiva de aceite de palma	- 98 -
Tabla 36: Oferta efectiva de exportación	- 99 -
Tabla 37: Costos Ex – Word	- 133 -

Tabla 38: Manipuleo.....	- 133 -
Tabla 39: Transporte interno, documentación y agente	- 133 -
Tabla 40: Costos Transporte Internacional.....	- 134 -
Tabla 41: Seguro Internacional.....	- 135 -
Tabla 42: Definición de costos directos y tiempos.....	- 135 -
Tabla 43: Precio de venta internacional.....	- 136 -
Tabla 44: Ingresos por exportación	- 136 -
Tabla 45: Flujo de caja incremental	- 139 -
Tabla 46: Relación Costo – Beneficio	- 142 -
Tabla 47: Punto de Equilibrio	- 143 -

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Adquisición de Palma Africana	- 30 -
Figura 2: Hectáreas que posee el productor.....	- 31 -
Figura 3: Fruto de palma africana obtenido por cosecha	- 32 -
Figura 4: Cantidad de aceite procesado	- 33 -
Figura 5: Mes de mayor producción	- 34 -
Figura 6: Mes de menor producción	- 35 -
Figura 7: Producción mensual de aceite de palma.....	- 36 -
Figura 8: Venta de aceite de palma	- 37 -
Figura 9: Disposición para realizar exportación	- 38 -
Figura 10: Porcentaje de exportación	- 39 -
Figura 11: Tipo de aceite que adquiere	- 40 -
Figura 12: Cantidad adquirida de aceite de palma	- 41 -
Figura 13: Adquisición de aceite de palma	- 42 -
Figura 14: Principal país de adquisición	- 43 -
Figura 15: Frecuencia de consumo	- 44 -
Figura 16: Término de negociación	- 45 -
Figura 17: Precio de adquisición internacional	- 46 -
Figura 18: Disposición de adquirir producto ecuatoriano	- 47 -
Figura 19: Balanza comercial Ecuador - Colombia	- 51 -
Figura 20: Producción nacional aceite de palma	- 52 -
Figura 21: Destinos Exportaciones ecuatorianas de aceite de palma.....	- 54 -
Figura 22: Deforestación en Ecuador	- 57 -
Figura 23: Balanza comercial Colombia - Ecuador	- 67 -
Figura 24: Leyes del sector palmero colombiano	- 71 -
Figura 25: Países exportadores de aceite de palma	- 75 -
Figura 26: Cadena de valor del aceite de palma	- 80 -
Figura 27: Formas de comercialización del aceite de palma.....	- 87 -
Figura 28: Requerimiento de entrega de aceite de palma.....	- 99 -
Figura 29: Modelo Operativo de la propuesta.....	- 106 -
Figura 30: Macro localización de la empresa INEXPAL	- 107 -
Figura 31: Micro localización empresa INEXPAL	- 108 -
Figura 32: Slogan de la empresa.....	- 109 -
Figura 33: Marca de la empresa	- 109 -
Figura 34: Distribución de la planta	- 113 -
Figura 35: Organigrama de la empresa	- 114 -
Figura 36: Mapa de procesos	- 119 -
Figura 37: Ruta de Quinindé – Tulcán	- 127 -

Figura 38: Ruta de Tulcán - Ipiales	- 128 -
Figura 39: Ruta de Ipiales – Tumaco	- 128 -
Figura 40: Termino de negociación CIP	- 129 -

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Delimitación de la Investigación.....	- 2 -
Cuadro 2: Constitución de la República del Ecuador	- 8 -
Cuadro 3: COPCI	- 9 -
Cuadro 4: COPCI, Reglamento	- 10 -
Cuadro 5: Planificación Nacional	- 10 -
Cuadro 6: Fundamentación filosófica	- 11 -
Cuadro 7: Población ofertante	- 25 -
Cuadro 8: Población demandante	- 26 -
Cuadro 9: Operacionalización de variables	- 27 -
Cuadro 10: Indicadores económicos	- 50 -
Cuadro 11: Destino de exportación de aceite de palma.....	- 53 -
Cuadro 12: Indicadores básicos Ecuador	- 55 -
Cuadro 13: Requisitos físicos – químicos del aceite de palma.....	- 65 -
Cuadro 14: Indicadores económicos	- 65 -
Cuadro 15: Indicadores básicos Colombia	- 68 -
Cuadro 16: Empresas importadoras de aceite de palma	- 73 -
Cuadro 17: Empresas importadoras seleccionadas	- 74 -
Cuadro 18: Productos sustitutos	- 76 -
Cuadro 19: Proveedores de aceite de palma	- 77 -
Cuadro 20: Análisis FODA	- 82 -
Cuadro 21: Estrategias de comercialización.....	- 83 -
Cuadro 22: Ficha técnica del producto	- 83 -
Cuadro 23: Producción histórica de aceite de palma	- 87 -
Cuadro 24: Demanda de aceite de palma en Colombia.....	- 93 -
Cuadro 25: Terrenos	- 124 -
Cuadro 26: Maquinaria y equipo	- 124 -
Cuadro 27: Muebles y encerados	- 125 -
Cuadro 28: Equipo de oficina.....	- 125 -
Cuadro 29: Herramientas.....	- 125 -
Cuadro 30: Total inversión fija	- 126 -
Cuadro 31: Pesos de carga máximo del vehículo	- 130 -
Cuadro 32: Datos base para cálculo económico financiero	- 130 -
Cuadro 33: Datos básicos del producto	- 132 -
Cuadro 34: Datos básicos del embarque.....	- 132 -

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es el primer exportador de aceite de palma en Latinoamérica y el segundo productor de la región con más de 299 mil hectáreas de palma sembradas. Según datos, de la Asociación Nacional de Cultivadores de Palma Aceitera (ANCUPA), en el 2016, se produjo 564,636 mil toneladas de aceite rojo de palma, en gran medida usadas por la industria nacional para la producción de alimentos de consumo humano y para la dieta animal, así como para la producción de biocombustible a través del biodiesel. Actividad que generó 50 mil plazas de empleo directo y 100 mil indirectos. Por esta razón la presente investigación está encaminada a generar resultados acerca de la oferta existente de este producto por parte de las empresas extractoras ubicadas en la zona de mayor producción, y la demanda en el mercado colombiano.

En los últimos años, ha existido un incremento de la demanda de aceite de palma en mercados internacionales, según los resultados obtenidos en la investigación realizada se conoce que, en el Ecuador, el precio por tonelada de aceite de palma para su comercialización se encuentra aproximadamente en 700.00 USD, siendo este, atractivo para el mercado colombiano, debido a que, las empresas importadoras adquieren el producto a un precio mucho más alto que el anteriormente expuesto.

La mayor zona de producción se identifica en la provincia de Esmeraldas y Santo Domingo, la cual ha ido incrementando de manera considerable (64.8% a 80%), esto se debe a la iniciativa presentada por parte de ANCUPA, la cual se ha preocupado en mejorar la producción, a través del proyecto “Cerrando brechas de productividad”, con el auspicio de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el Fondo Común para los Productos Básicos (CFC), entendiendo que el aceite de palma es un potencial para la exportación.

Por otro lado, el principal país demandante del aceite de palma, es Colombia, mismo que posee un mercado doméstico dinámico capaz de adquirir la

producción nacional como internacional. A pesar de ser uno de los mayores productores de aceite de palma a nivel mundial, su producción no abastece parte de la demanda local por esta razón adquiere producto extranjero. Cabe señalar que, en la investigación se tomó como referencia los departamentos colombianos en donde se encuentran las empresas extractoras, entre las cuales están Nariño y Caqueta.

Se conoce que el 31% de las empresas importadoras colombianas, manifiestan que realizan importaciones de aceite de palma para cubrir parte de la demanda que estos requieren, mientras que el 69% lo adquieren tanto de mercado extranjero como del mercado nacional, identificando así la oportunidad para la industria ecuatoriana, incitando a incrementar las exportaciones del producto al país vecino. Otro indicador que beneficia a la exportación del aceite de palma, es la distancia geográfica entre Ecuador y Colombia, facilitando así el transporte internacional del producto, logrando una disminución de costos y tiempos.

Considerando que el 80% de la producción de aceite de palma existente en el Ecuador, está concentrada en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo, y según los datos obtenidos de la entrevista aplicada, únicamente una empresa extractora, INEXPAL decidió destinar parte de su producción para la exportación y con ello obtener los beneficios de ingresar al mercado internacional, considerando una demanda efectiva de aceite de palma, de igual manera de un único importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, localizado en la ciudad de Tumaco, se propone la elaboración de un plan logístico de exportación.

ABSTRACT

Ecuador is the first palm oil exporter in Latin America and the second producer in the region, with more than 299 thousand hectares of planted palms. According to the data coming from the National Association of Palm Oil Growers (Ancupa), in 2016, over 564,636 thousand tons of red palm oil were produced, mostly used by the national industry for the production of human consumption aliments and for the animal diet as well, including at the same time the production of bio-fuel through bio-diesel. This overall activity generated around 50 thousand direct jobs and 100 thousand indirect ones. For this reason, this research is set to generate relevant results towards the existent offer of this product, coming from the extracting enterprises located in the zone which most of the production is located, as the demand in the Colombian market.

In the last years, an increase of palm oil has existed in the international market, according to the results obtained within the research, it has been seen that in Ecuador, the palm oil prize per ton for its commercialization is approximately around 700.00 USD, being this fact attractive to the Colombian Market, due to the fact that all of the importing enterprises acquire the product at a considerably higher price than the previously mentioned one.

The most relevant production zones have been identified as the Providences of Esmeraldas and Santo Domingo, which have been considerably increasing (from 64.8% to a 80%), this is because of the presented initiative on behalf of ANCUPA, which has set off to improve their production, toward the “Closing the production gaps” project, funded by the “Organización para la Alimentación y la Agricultura” (FAO) [Organization for the Alimentation and Agriculture in English] and the “Fondo Común para los Productos Básicos” (CFC) [Common Fund for Basic Products in English], understanding that Palm Oil is an imperative Good for exportation.

On the other hand, the most demanding Palm Oil country is Colombia, one that possess a dynamic domestic market capable of acquiring both a national

and international positive production rate. Although it is one of the major, worldwide Palm Oil producers, its production does not fully stocks part of the local demand, for this reason, they have to get the product overseas. It is worth noting that the investigation took as a reference Colombian department in which the extracting enterprises are located, such as “Nariño” and “Caqueta”.

It is well known that 31% of the Colombian importing enterprises manifest that they carry out Palm Oil exportations in order to cover part of the demand that they require, while the 69% of it is mainly acquired from foreign and local markets, identifying in this manner an opportunity for the Ecuadorian market, inciting the product exportation from the neighbor country. Another indicator that benefits the Palm Oil Exportation Market is the geographical distance between Ecuador and Colombia, making it easy to internationally transport the product, achieving a diminishing of cost and time.

Considering that the 80% of Palm Oil existing production in Ecuador is focused on the Provinces of Esmeraldas and Santo Domingo, and according to the gathered data by means of an applied interview (mainly in one extracting enterprise) INEXPAL decided to designate part of its production for the exportation and by doing so, they hope to get the considerable benefits of entering the international market, considering the existing and effective Palm Oil demand. At the same time, an only existing importer, “PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S”, located in the city of TUMACO, is currently proposing a logistic exporting plan.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación consta de cinco capítulos, en los cuales se detalla todo el trabajo realizado, haciendo énfasis en la producción de aceite de palma existente en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo, y su demanda efectiva en el mercado colombiano.

El capítulo I, abarca la definición del Problema de Investigación, el cual se pretende dar solución a través de la formulación y el cumplimiento de objetivos, que se relacionan con la identificación de la oferta y demanda del aceite de palma.

En el capítulo II, se puede identificar el Marco Teórico o base teórica científica, necesaria para el desarrollo de la investigación, toda la información que se presenta, fue obtenida a través de la investigación documental, realizada en libros, páginas web, folletos, legislaciones, entre otros, considerando y respetando la correspondiente autoría con la utilización de las normas APA.

El capítulo III, definido como el Marco Metodológico, se detalla la modalidad de investigación utilizada, además de la población y muestra que fue requerida para el proceso de recolección de la información, en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo como en el mercado colombiano, también la elaboración de la operacionalización de las variables, herramienta que permitió la estructuración de las encuestas aplicadas. En este capítulo de igual manera se construyó un diagnóstico en relación al mercado ecuatoriano y colombiano de aceite de palma, iniciando con un análisis del macro entorno, detallando factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, para así, pasar al análisis del micro entorno, a través del diagnóstico de las Fuerzas Competitivas de PORTER y la Cadena de Valor, información que complementa el estudio de mercado, adicional se hace un análisis de algunos factores el país de destino, entre ellos están: precios, gustos y preferencias , demanda, competencia, oferta.

En el Capítulo IV, se presentan las conclusiones y recomendaciones, del estudio de mercados que fueron consideradas para el desarrollo de la propuesta basada en un plan logístico de exportación.

Finalmente, el Capítulo V, define el plan logístico de exportación, que se realizara para la óptima exportación del aceite de palma desde la empresa INEXPAL ubicada en el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas, hacia la empresa importadora PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, en la ciudad de Tumaco, Colombia.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO

La producción y exportación de los productos de Ecuador a mercados no tradicionales progresa, aunque no tan rápido como se requiere, pese a que, el gobierno nacional en la actualidad ofrece incentivos para el emprendimiento de proyectos de exportación. La economía ecuatoriana es altamente dependiente de las exportaciones de productos tradicionales como: petróleo, banano, cacao, etc.

Con el transcurso de los años, se ha prestado atención a la elaboración de productos naturales con orientaciones respecto a las materias primas, usos y localización de las plantas industriales; donde se encuentran los aceites esenciales, como el aceite de palma, según datos estadísticos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), en el 2016, la producción de palma africana fue de 299,996 ha, de las cuales se obtuvo una producción de aceite de palma de 564,636 (TM), de lo cual, se utilizó para la exportación 258,449 (TM), siendo la Zona Occidental, conformada por las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo, las principales proveedoras de este producto, con una producción de 451,708.8 TM y una superficie de 241.110 hectáreas; seguida por la Zona Oriental y Zona Guayas con 39,524.52 TM y 22,585.44 TM respectivamente.

Los datos anteriormente mencionados, reflejan el principal problema que atraviesa este sector, debido a la situación actual que atraviesa el país ha ocasionado que la comercialización de este tipo de producto tenga una disminución, a esto se le ha sumado el creciente número de plagas que están afectando los cultivos, según lo informa, Roberto Alzamora, presidente de la Asociación Nacional de Cultivadores en Palma Aceitera. Cabe resaltar, que la palma africana no se comercializa como planta, debido a que, esta debe ser

procesada al instante de ser cosechada, caso contrario no alcanzará su rendimiento deseado, además se conoce que el aceite de palma tiene mayor grado de adquisición a nivel mundial, aunque, se puede evidenciar que no existen suficientes datos que permitan definir la oferta exportable de aceite de palma, en el mercado ecuatoriano, tampoco se cuenta con información, que permita cuantificar la demanda potencial en el mercado objetivo.

Con esta problemática se ha creído conveniente plantear varias preguntas desafiantes que serán resueltas con la investigación realizada, siendo éstas: ¿Será que la cantidad de la oferta exportable, es suficiente para cubrir parte de la demanda en Colombia?, ¿Qué demanda efectiva existe en Colombia?, ¿Qué oferta de aceite de palma existe en Ecuador?, ¿Cuál es el contexto del entorno macro y micro de la industria del aceite de palma, en Ecuador y Colombia?, ¿Cuál es el comportamiento del mercado de la industria del aceite de palma en Ecuador y Colombia?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe la oferta que permita cubrir la demanda efectiva de aceite de palma africana en el mercado colombiano?

1.3. DELIMITACIÓN

Cuadro 1: Delimitación de la Investigación

Objeto:	La demanda de aceite de palma en el mercado colombiano
Sujeto:	Productores de aceite de palma
Tiempo:	Un año
Espacio:	Mercado ecuatoriano y mercado colombiano
Grupo Objetivo:	Empresas extractoras de aceite de palma africana de los departamentos de Nariño y Cauca

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

1.4. JUSTIFICACIÓN

Con la elaboración del proyecto de investigación, se precisa demostrar la capacidad productiva del Ecuador en cuanto a productos no tradicionales, como el aceite de palma africana, al mismo tiempo consolidar un mercado

poco explotado con un producto que brinda múltiples beneficios a los posibles consumidores.

Políticamente tanto Ecuador como Colombia, manejan una política comercial basada en el comercio mundial, puesto que, ambos países forman parte de los mismos bloques económicos que les permiten tener un libre acceso de sus productos, y a la vez los vuelven competitivos en relación al producto interno, entre ellos el aceite crudo de palma africana, aunque en este último año la relación entre ambos países se ha visto afectada por la aplicación de salvaguardias a los productos colombianos que ingresan al estado ecuatoriano.

Cabe señalar que a nivel mundial se vive una crisis económica, debido a la caída del precio del petróleo, lo cual afectado de manera directa a los países productores, como son Ecuador y Colombia, lo cual se ha sentido en el último año obteniendo un decrecimiento en el PIB, es así, que Ecuador tuvo una cifra negativa de 2,3%, a diferencia de Colombia que cerró el año 2016 con un crecimiento positivo de 2,2%, de igual factores como el desempleo y la inflación han aumentado por lo cual los gobiernos han puesto en marcha diversos planes para así poder mitigar la crisis economía, por esta razón se prevé la exportación de aceite crudo de palma, lo cual beneficiara a la economía de ambos países.

De igual manera el factor tecnológico, ha jugado un papel fundamental en el proceso de producción del aceite crudo de palma africana, tanto Ecuador como Colombia, se han encargado de llevar a cabo proyectos que les permita a las empresas extractoras tener acceso a maquinarias de alta tecnología para tener menor desperdicio y mejorar la calidad del producto obtenido.

Finalmente, la investigación, se enmarca en el entorno social, puesto que, se pretende con la exportación de aceite crudo de palma, beneficiar a los pequeños productores y así generar fuentes de empleo, que mejorar el nivel económico de las diferentes familias involucradas en el proceso de producción.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Determinar la oferta de aceite de palma africana, que permita cubrir la demanda efectiva en el mercado colombiano.

1.5.2. Objetivos específicos

Fundamentar bibliográficamente sobre la oferta y demanda, de tal manera que respalden el trabajo realizado.

Realizar un diagnóstico de la oferta exportable y de la demanda de aceite en el mercado colombiano.

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de aceite de palma africana considerando la oferta exportable del mercado ecuatoriano, que permitirá atender parte de la demanda insatisfecha en el mercado colombiano.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Como primer antecedente se tiene la investigación de Gabriela Ponce y Teresa Zambrano, de la Universidad Politécnica Salesiana, denominada: “Estudio de factibilidad de la producción de aceite de palma africana para la Compañía G&G, cantón Ventanas, provincia de Los Ríos y propuesta de plan de exportación dirigido al mercado venezolano” (2014).

Esta investigación analiza en forma general la factibilidad de exportar aceite en bruto producido por los palmicultores del cantón Ventanas de la compañía G&G, ubicada en la provincia de Los Ríos, debido a que, la producción de palma aceitera cada vez evoluciona y crece de manera positiva, lo que ha orientado a buscar algunas alternativas que ayuden a generar mayores ingresos y que a la vez estén relacionados con la actividad agraria, enfocándose a la producción de aceite mismo que se utiliza para la elaboración de jabón, detergente, velas, lociones y cosméticos; también se lo utiliza como aceite de cocina, mantequilla, grasa y por último el uso más relevante es la elaboración de biodiesel, por lo cual esta investigación propone un plan de exportación hacia el mercado venezolano enfocado en los distribuidores mayoristas y minoristas, a través del análisis de la producción actual de la empresa determinando si está en la condiciones de satisfacer dicha demanda.

De este proyecto se tomó como referencia su marco teórico, debido a que, hace un enfoque de cómo se maneja la producción del cultivo de palma africana en Ecuador, además de realizar un análisis, sobre la situación que este sector atraviesa.

El segundo antecedente, pertenece a Leónidas Tapia, Universidad de las Américas, titulada “Exportación de aceite de palma africana desde San

Lorenzo, provincia Esmeraldas – Ecuador, hacia el mercado Pará – Brasil” (2014).

El fin de esta investigación es de exportar al mercado brasileño el aceite de palma africana, debido a que, actualmente en el Ecuador existe un amplio cultivo de la palma africana, por consecuencia sus productos derivados también han logrado incrementar su demanda, especialmente el aceite de palma el cual es considerado como la materia prima para la elaboración del biocombustible, un compuesto químico que sustituye al diésel convencional. A partir de este estudio, se pudo identificar cual es la producción real de aceite de palma africana en Ecuador, los diferentes usos, características, precios en el mercado internacional y sobre todo conocer el correcto proceso de exportación para el producto, como la identificación de la subpartida arancelaria para estar al tanto de todos los requisitos necesarios para su exportación. De esta investigación se tomó los datos de la producción anual tanto de fruto de palma africana como la producción anual de aceite de palma, para conocer la oferta exportable del sector.

Se tomó la investigación realizada por, Francisco Cortez, Universidad Politécnica Salesiana, llamada: “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa exportadora de aceite de palma africana al mercado mexicano” (2015).

La investigación presentada por el autor, menciona que en la actualidad existe una oferta creciente de exportación de aceite de palma y uno de los países de América que más ha surgido es el Ecuador, convirtiéndose en el segundo productor de palma africana en Latinoamérica. Además, el país posee excepcionales condiciones climatológicas que lo ubican en un lugar de privilegio para el cultivo de palma africana, convirtiéndolo en el lugar perfecto para la producción de aceite de palma crudo, con un gran potencial de oferta, beneficiando a varios países con un producto de calidad y a precios de exportación competitivos siendo los principales compradores países como México, Venezuela, Colombia entre otros.

De igual manera, se define las características que posee el producto, además de los posibles competidores existentes en el mercado, la metodología aplicada para la recolección de la información, sirvió como modelo para el desarrollo del presente proyecto de tesis, debido a que, detalla cómo obtener la información de las plantas procesadoras que demandan aceite de palma en crudo en el mercado objetivo.

Otro antecedente, a considerarse fue la investigación realizada por Ana Lorena Castillo Ebla, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, denominada “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aceite de palma africana en la vía Quinindé provincia de Esmeraldas” (2014).

Esta investigación está enfocada en una propuesta como alternativa de inversión a largo plazo para la producción y comercialización de aceite de palma africana en el sector de Quinindé provincia de Esmeraldas, zona apta para este cultivo, amigable con el medio ambiente. De este proyecto se tomó como referencia el marco metodológico, puesto que, se utilizó el método deductivo además del estudio tipo retro prospectivo, utilizando información existente sobre la producción y comercialización de esta oleaginosa, se aplicó encuestas a palmicultores de la localidad y se observó estadísticas referentes a su evolución productiva. Se elaboró un análisis situacional para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas sobre el cultivo de palma africana en el Ecuador, se determinó la ingeniería del proyecto conforme su ubicación.

Por último, se tomó como referencia el artículo científico denominado La industria del aceite de palma en Ecuador: ¿un buen negocio para los pequeños agricultores?, su autora Lesley Potter, publicado en la revista Eutopia (2014).

En este artículo se detalla la realidad del sector de aceite de palma y la evaluación de los pequeños productores, puesto que, Ecuador ocupa el segundo lugar en Latinoamérica en la producción de aceite crudo de palma y es el séptimo productor a nivel mundial, aunque por otra parte la tasa de

deforestación del Ecuador ocupa el noveno puesto en la escala de FAO como una de las más altas del mundo y la más alta de América del Sur; las fincas de palma africana han sido criticadas por estar involucradas en la deforestación y por promover la precarización del trabajo. Sin embargo, sectores del gobierno ven las compañías de palma de aceite como una fuente de empleo y desarrollo para una región pobre. Para el desarrollo de la investigación se tomó como guía el trabajo de campo realizado a los pequeños agricultores.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La investigación, se encuentra apoyada por las leyes y reglamentos nacionales que sustentan la comercialización de productos agrícolas. Según lo establecido en la pirámide de Kelsen y de acuerdo al orden jurídico que establece la Constitución de la República de Ecuador, las normas, en las cuales, se basó esta investigación fueron: en primera instancia la Constitución Política del Ecuador.

Cuadro 2: Constitución de la República del Ecuador

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador (2008)	Art: 284.- Sistema económico y política económica 4.- Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas. 7.- Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
	Art: 304.- Política Comercial 1.- Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 5.- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
	Art:337 .- Intercambios económicos y comercio justo El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Fuente: Constitución de la República del Ecuador, 2008

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Cada uno de los artículos anteriormente mencionados, sustentan la elaboración del proyecto legalmente, puesto que, la política del Ecuador

establece impulsar el desarrollo de las economías y el comercio justo, además de promover el perfeccionamiento de la infraestructura para el transporte y comercialización de productos a nivel nacional e internacional.

Además, es necesario conocer que términos, se establece en el código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), mismo que regula la actividad del comercio internacional en el país.

Cuadro 3: COPCI

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI, 2010)	Art 93.- Fomento a la exportación. -El estado fomentara la producción orientada a las exportaciones. (Literal B). - Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios. Art. 107.- Obligación Tributaria Aduanera. - Como vinculo jurídico personal entre el estado y las personas que operan en el comercio y tráfico internacional de mercancías, nace la obligación tributaria aduanera, en tal virtud estas quedan sometidas al cumplimiento de derechos y requisitos de orden. Art. 154. Exportación definitiva.- Se define como la salida de mercancías en libre circulación hacia el exterior, pero que estén en sujeción a las disposiciones establecidas en el COPCI y en las demás normas aplicables.

Fuente: Código Orgánico de la Producción Comercio E Inversiones (COPCI), 2010

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Dentro del COPCI, existen algunos artículos que se encuentran relacionados con la presente investigación y justifican legalmente su elaboración, como los anteriormente descritos, debido a que, se pretende fomentar las exportaciones accediendo a los diferentes programas de preferencias arancelarias, además de generar una obligación tributaria aduanera. Para complementar este código, existe su reglamento cuyos artículos que sustentan esta investigación son:

Cuadro 4: COPCI, Reglamento

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones y su Reglamento (COPCI, 2010)	Art. 1.- Ámbito de Aplicación. - Las normas del presente reglamento y las demás que expidiere el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se aplicarán en todo el territorio aduanero ecuatoriano. Art. 2.- Definiciones: (Literal B). - Agente de Carga de Exportaciones. - Es la persona jurídica autorizada como tal por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que puede prestar servicios de manejo de carga, agrupar mercancías y presentar la Declaración Aduanera en el caso de las exportaciones, sujetándose a reglamentos y acuerdos específicos, así como emitir documentos de transporte u otros propios de su actividad. Art. 158.- Exportación Definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o formalidades correspondientes.

Fuente: Código Orgánico Producción Comercio E Inversiones y Reglamento (COPCI), 2010

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Finalmente se tomó los objetivos del plan nacional del buen vivir, establecidos por el gobierno, entre los cuales están:

Cuadro 5: Planificación Nacional

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Plan del Buen Vivir (2013)	Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población. Es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en un periodo de tiempo largo y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. La consolidación del sistema económico social y solidario, de forma sostenible, implica colocar al ser humano por encima del capital, lo que significa priorizar el desarrollo de capacidades y complementariedades humanas. Por esto, en el contexto de la continua crisis del sistema capitalista, se proponen como mecanismos para el Buen Vivir: la regulación adecuada del Estado para delimitar, orientar y potenciar los espacios públicos

Fuente: Plan del Buen Vivir, 2013 - 2017

Elaborado Por: Santiago Fuentala

El proyecto cubre dos de los objetivos del plan del buen vivir, el primero mejorar la calidad de vida de la población, esto se pretende lograr a través del fomento de la exportación del aceite de palma, lo cual, permitirá incrementar la producción de este producto y por ende generar más fuente de empleo en las zonas de cosecha y extracción. Además de incentivar a la implementación de nueva tecnología para la extracción y almacenaje del aceite de palma.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente estudio considera las siguientes teorías:

Cuadro 6: Fundamentación filosófica

TEORÍA	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
Ventaja absoluta de Adam Smith (Hernández, 2012)	Los efectos reales del comercio internacional sobre el funcionamiento de la economía, valorando el bienestar que pueda reportar a los ciudadanos. La existencia de una mano invisible, el sistema de precios, mismo que regulaba el funcionamiento económico de modo natural y sin necesidad de coordinación por parte de las autoridades. Smith baso su teoría en la división de trabajo, fuente de la productividad de los trabajadores y de la generación de riqueza, es decir, que cada individuo se especializa la producción de ciertos bienes o servicios que, posteriormente, intercambiara por otros bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.	Por consiguiente, se entiende que no es beneficioso para un país producir algo que puede comprar en otro país a un menor costo. Se trata de un apoyo mutuo entre los países involucrados tener un beneficio provechoso. Luego de realizar la investigación acerca de la demanda de aceite de palma africana, se pueden identificar la ventaja absoluta que tendrá para comercializar el producto a un bajo costo de exportación, obteniendo resultados positivos con propósitos de esparcimiento.
Ventaja comparativa de David Ricardo (Borkakoti, 2011)	un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes cuyo coste relativo respecto a otros bienes en el propio país sea menor al correspondiente coste relativo existente en otro país. El comercio entre ambos países (el país que es más eficiente y el que es menos eficiente), sigue siendo benéfico siempre y cuando el país que es ineficiente en la producción de ambos bienes, fuera menos ineficiente en la producción de uno de los bienes.	Esta teoría servirá para definir el valor relativo del aceite de palma en el mercado nacional, para luego dar un valor competitivo en el mercado a destino en este caso Colombia, tomando en cuenta los factores como la adquisición de materia prima a un precio considerable.

Fuente: Hernandez, (2012), Borkakoti (2011)

Elaborado por: Santiago Fweltala

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

2.4.1. Oferta y demanda en el mercado internacional

2.4.1.1. Oferta

La oferta según Black (2012), es “el conjunto de bienes y servicios que se encuentran disponibles en el mercado en un momento determinado para ser consumidos y con un precio concreto”. (pág. 52).

Cabe señalar que un concepto similar presenta Salkind (2010), quien expone que la oferta “es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen

en un mercado bajo condiciones específicas” (pág. 21). Ambos autores coinciden que el precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado, como es en el caso del aceite de palma cuyo precio internacional está dado por cuanta cantidad esta ofertada, en un determinado periodo de tiempo.

Aunque, existen algunos factores que se deben tener en cuenta para determinar la oferta:

- Número de empresas competidoras
- El precio del producto en el mercado
- Disponibilidad de los factores
- Cantidad de bienes producidos
- El tamaño del mercado o volumen de la demanda
- Costos de producción

2.4.1.2. Demanda

La demanda considerando el criterio de Parkin (2012), “es la cantidad de un bien o servicio que las personas desean adquirir”. (pág. 69), es decir, esta se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan en un mercado determinado, a un precio previamente establecido, sea este en un corto, mediano o largo plazo, y puede estar influenciado por varios factores que determinaran la cantidad del producto demandado. Independientemente de que el producto tenga demanda o no; estos factores pueden ser: gustos o preferencias del consumidor, hábitos, información sobre el producto, tipo y poder adquisitivo de compra; existencia de un producto complementario o sustituto.

Es importante señalar que estos factores no son estáticos, pueden cambiar a través del tiempo en un momento determinado. Kash (2012), en su libro Economía Internacional e Integración Económica, sugiere que “las empresas en lugar de verse obligadas a competir en precios, pueden triunfar sobre la competencia en valor, al ofrecer los productos y servicios que mejor respondan a la demanda existente” (p. 32), por ende, como resultado, las

empresas, en este caso, extractoras de aceite de palma pueden vender a precios más altos sus productos y mejorar su margen de utilidad. Por consiguiente, el comercio internacional se da por razones que explican los intercambios entre las diferentes empresas para tratar de obtener el aceite de palma africano apropiado.

2.4.1.3. Demanda efectiva

Considerando el criterio de Keynes, para la denominación de “demanda efectiva”, y apoyado en el razonamiento de Adam Smith señala que: “el precio de mercado de cada mercancía en particular, se regula por la proporción entre la cantidad que de esta hay actualmente en el mercado y la concurrencia de los que desean pagar el precio natural de ella” (p. 185).

En tal sentido, esto significa que la principal incidencia sobre el mercado es la demanda efectiva, a través de ella es posible satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores en un lugar y tiempo dados a un precio previamente establecido y acordado entre las partes involucradas.

2.4.2. Mercados internacionales

Rodríguez (2014), manifiesta que “la oferta y la demanda son las principales fuerzas que hacen que las economías de escala funcionen” (p. 169); por tal razón tanto la demanda como la oferta son los determinantes para conocer la cantidad producida de un determinado bien y por ende el precio para el consumidor final.

Los oferentes y consumidores, según el criterio de Parkin (2015), “acuerdan un precio sobre un bien o servicio e inmediatamente se produce el intercambio entre una cantidad del bien o servicio acordado y una cantidad de dinero”(p. 57); por esto, es preciso indicar que cuando los precios son bajos, se convierten en un estimulante para el consumo, pero la producción tiende a bajar y, por el contrario, si los precios son altos tienden a reducir el consumo estimulando la producción, por tal razón, los precios funcionan como el mecanismo equilibrador del mercado.

La fijación de precios para el aceite de palma, permite que en el mercado exista coordinación entre compradores y vendedores, asegurando así la viabilidad de un sistema de economía de mercado.

2.4.3. La exportación como estrategia de competitividad

La condición fundamental para generar desarrollo, es la ganancia de la productividad en el transcurso del tiempo, para ello es precisa la participación de capitales, mercados de trabajo y productos inmersos en el mercado que funcionen apropiadamente.

Si un país incentiva las exportaciones, este genera competitividad, y por ende productividad que involucra los factores de producción y trabajo, todo esto con la dependencia de las políticas económicas establecidas con énfasis a la tasa de interés, aranceles, protecciones no arancelarias, entre otras. Por consiguiente, el desarrollo internacional, nacional y regional, depende del incremento de la productividad, e incentivos por parte del gobierno central, en la medida de la orientación hacia la exportación. Tamayo (2014), en su libro Investigación y Planificación de Mercados, menciona que “las compañías a fin de mantenerse competitivas, están constantemente enfrentando desafíos para mejorar la calidad de su producto, reducir sus costos y el tiempo en el mercado” (pág. 46), tales desafíos no pueden ser superados con eficacia solo por medio de realizar algunos cambios al interior de las unidades de negocio.

2.4.4. Influencia del factor tecnológico en la producción

Morales (2012), El factor tecnológico en la producción está conformado por un conjunto de conocimientos adheridos a métodos de mejoramiento sucesivo de los procesos de producción de servicios y bienes. Es decir, el descuido a este nivel puede ocasionar pérdidas significativas, por ello es necesario realizar un diagnóstico orientado a establecer características, potencialidades, adaptación local y procesos de innovación por parte del gobierno.

Algunos autores señalan que a partir del fenómeno de la globalización se dio inicio a nuevas formas de organización logística y de gestión de los flujos

físicos, fortalecidos por el desarrollo tecnológico del transporte y las comunicaciones.

Leiva (2014) reconoce que actualmente existe un incremento del uso de las Tecnologías de la Información (TIC's), en los procesos logísticos, puesto que son herramientas imprescindibles para la transformación productiva del país y procuran un aumento en el desarrollo de los nuevos negocios; asegura que la componente tecnológica, es tal vez la menos problemática, pues advierte que los elementos claves para generar dinámica e innovación en diversos sectores encaminados a la sustentabilidad, productividad, competitividad y eficacia son la integración económica, acompañados de la coordinación y organización de los dirigentes.

2.4.5. Investigación de mercado

Considerando la utilización de la investigación de mercados, según Prieto (2013), esta ayudará a “suministrar la información exacta para disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones” (p. 7); es decir, es el proceso que permite, de forma eficiente, tomar decisiones y valorar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos, por medio del estudio de mercado se vincula a consumidores, clientes, productores con el fin de identificar y definir oportunidades, problemas de mercado para generar nuevas ideas y mejorar las ya existentes.

Además, para exportar un determinado producto se debe recurrir a la investigación de mercados, pues se debe conocer los rendimientos de la producción que cada empresa maneja, las políticas económicas a ser tomadas con incidencias en los precios de exportación. En este campo, conviene realizar estudios específicos sobre las líneas de producción en lo que involucre productividad y análisis del entorno económico, el cual facilite las condiciones de exportación, sin descuidar el mercado al cual se pretende ingresar. El estudio de mercado, es un apoyo para la dirección superior, pero éste no garantiza una efectiva solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y para tratar de reducir al mínimo el posible margen de error.

Para el desarrollo de la investigación se debe realizar algunos pasos entre los cuales están:

- Descubrimiento y definición del problema
- Diseño de la investigación
- Muestreo
- Recopilación de datos
- Análisis y procesamiento de datos
- Conclusiones y preparación del informe

2.4.6. La cadena de valor

Frances, A. (2011), la cadena de valor proporciona un modelo de aplicación general, mismo que permite representar de manera sistemática las actividades que realiza cualquier tipo de organización, debido a que, se basa en los conceptos de costo, valor y margen.

La cadena de valor está compuesta por una serie de etapas, de aplicación general en los procesos productivos, además de proporcionar un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores y la identificación de las acciones que pueden llegar a desarrollar una ventaja competitiva sostenible.

Como consecuencia de la evolución del entorno económico, las empresas han procurado desarrollar mecanismos de articulación, conformando grandes cadenas logísticas de suministros con sus proveedores y clientes, con eslabones dispersos en ámbitos geográficos distintos, dando lugar a la creación de redes locales y globales de producción operadas con sistemas logísticos altamente desarrollados. Kays A y Jones (2013), reconocen la existencia de una tendencia creciente de la logística internacional hacia la gestión de la cadena de suministro y una competencia basada en el tiempo.

Toda estrategia global se caracteriza por dos dimensiones o decisiones críticas estrechamente vinculadas; coordinación y configuración, es decir, por coordinación se identifica el grado y forma de interrelación de las diferentes

actividades de la cadena de valor; la configuración se refiere a la distribución geográfica de las distintas actividades que la empresa realiza por los diferentes países en los que esta realiza sus operaciones.

2.4.6.1. Elementos de la cadena de valor

La cadena de valor de una empresa muestra el conjunto de actividades y funciones que se realizan internamente. Por lo general, la cadena inicia con el suministro de materia prima, continua con el desarrollo de la producción de partes y componentes, fabricación y ensamble, para dar paso a la distribución al mayor y detal, llegando así hasta el usuario final del producto o servicio. Una cadena de valor genérica está constituida por tres elementos básicos:

- Las Actividades Primarias, son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta, dados en la producción del aceite de palma africana.
- Las Actividades de Soporte a las actividades primarias, se componen por la administración de los recursos humanos, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico, infraestructura empresarial, con las que cuentan las empresas extractoras de aceite de palma.
- El Margen, que es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por las empresas extractoras de aceite de palma africana para desempeñar las actividades generadoras de valor.

Cabe resaltar que estas actividades, nunca son independientes entre sí, es decir, se encuentran relacionadas por vínculos, quienes crean la necesidad de coordinar dichas actividades en su realización, ya sea para aumentar diferenciación o reducir sus costos.

2.4.7. La palma africana

La palma africana (*Elaeis guineensis*) es originaria del Golfo de Guinea (África occidental) y se extiende hasta 15° de latitud norte y sur. Su nombre se reviva del griego Eleia, que quiere decir oliva, por sus frutos ricos en aceite, y de

guineensis por la procedencia de su zona de origen. Es una planta perenne, alcanzando más de 100 años, pero bajo cultivo solo se le permite llegar hasta los 25 años, que es cuando alcanza los 12 m de altura. En su estado natural llega a superar los 40 metros. (Saenz, 2014)

Esta planta es propia de la selva húmeda tropical cálida, crece a altitudes por debajo de los 500 m sobre el nivel del mar, aunque se desarrolla bien en regiones pantanosas. En ocasiones, puede llegar a sufrir graves enfermedades que la marchitan, o invasiones de plantas parásitas, especialmente enredaderas que logran estrangularla hasta matarla, este tipo de enfermedades se desarrollan debido a que, no se prepara bien el terreno de siembra.

La palma africana, tarda entre 2 y 3 años para empezar a producir frutos y puede hacerlo durante más de 25 años, estos frutos nacen por millares, en forma ovoide, para conformar racimos compactos que pesan entre 10 y 40 kg. Los frutos son de color violeta oscuro, casi negro, que cuando llegan a su madurez adquieren un alegre y vistoso color anaranjado rojizo, cuyo interior guardan una única semilla, la almendra o palmiste, que protegen con el endocarpio o hueso leñoso rodeado a su vez por una pulpa carnosa. Tanto la almendra y pulpa, proveen aceite con generosidad, la primera, el de palmiste y la segunda, el aceite de palma propiamente dicho. (INFOAGRO, 2014)

2.4.7.1. Aceite de palma africana

El aceite de palma es una rica fuente de vitamina A y de vitamina E, y es el segundo tipo de aceite con mayor volumen de producción, siendo el primero el aceite de soya. Con un contenido del 50% en el fruto, puede rendir de 3.000 a 5.000 Kg de aceite de pulpa por hectárea.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción mundial de aceite de palma se calcula en más de 3.000 millones de toneladas métricas. Los principales países productores son: Malasia, Nigeria, Indonesia, Zaire, Costa de Marfil, y otros países africanos y sudamericanos. En América se estableció a partir del siglo

XV y actualmente existen plantaciones con alta tecnificación en Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Costa Rica, Venezuela y México.

2.4.7.2. Aceite de palma refinado

El aceite refinado de palma, contiene antioxidantes naturales y la ausencia del ácido linolénico, que producen alimentos fritos con buen sabor, dándoles un color agradable, provocativo y una vida útil prolongada.

El Aceite de Palma Refinado es utilizado en la cocina como aceite para ensaladas, en la formulación de margarinas, mantecas y grasas para panadería y pastelería; en la confitería, para rellenos, así como en recubrimientos. A su vez, por su baja cantidad de ácidos grasos polinsaturados, es usado eficientemente en la industria de las frituras. (OLEOFINOS, 2016).

2.4.7.3. Aceite de palmiste

Es un aceite de origen vegetal obtenido por prensado mecánico de la almendra de palma. El aceite obtenido es una grasa en forma líquida o semisólida, de acuerdo con la temperatura ambiente, que contiene ácidos grasos saturados, ácidos mono insaturados ácidos grasos poli insaturados.

El aceite de palmiste se utiliza en la producción de margarina y de jabones de procesos en frío, y también en la industria cosmética, en la industria del aluminio, el aceite de palmiste se utiliza como grasa en los procesos de embutición profunda para cubiertas de protección de aluminio.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

Canales de Distribución. - Son medios de distribución por los cuales se llega a los posibles consumidores aplicando estrategias de comercialización, que permiten realizar la actividad de comercio exterior y a la vez generan competitividad. (Cunningham, 2014)

Comercialización. - Es la acción de como una empresa o persona vende sus productos. Buscando la forma más adecuada para distribuir sus productos.

Distribución Física Internacional. - Conjunto de operaciones para el desplazamiento de la carga, desde su lugar de fabricación o producción (país de origen) hasta el local de importador (país destino) requieren una ejecución secuencial denominada DFI. (Gutiérrez, 2013)

Estrategia. - Es un término de origen militar que se utiliza en el campo empresarial para designar el arte, la habilidad y técnica de combinar los diferentes medios y líneas de actuación que tiene la empresa para alcanzar los objetivos fijados. (Porto, 2012).

Mercado. - Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. (Thompson, 2013).

Sistemas de comercialización. - Deberá estar encaminado a planificar, fijar precios, promover, distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales.

2.5.1. Siglas

ANCUPA. - Asociación Nacional de Cultivadores en Palma Aceitera, es el gremio que representa a los palmicultores ecuatorianos, impulsando su desarrollo económico y social con responsabilidad ambiental.

FAO. - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, es un organismo que pretende brindar seguridad alimentaria para todos y asegurar que las personas tengan acceso a alimentos de buena calidad que les permitan llevar una vida activa y saludable.

FEDEPAL. - Fundación de Fomento de Exportaciones de Aceite de Palma, es una organización que agrupa y promueve la participación de Productores, Extractoras, Industriales y Exportadores de Aceite de Palma, con el propósito de fortalecer la comercialización interna y externa del aceite crudo de palma y sus derivados de origen nacional.

FEDEPALMA. - Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite es una organización, cuyo fin es apoyar a los palmicultores colombianos en la

defensa de sus intereses y el logro de la competitividad de una agroindustria oleaginosa.

INIAP. - Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, es la institución encargada de investigar, generar procesos de innovación y transferencia tecnológica en el sector agropecuario, para contribuir al desarrollo sostenible del país mediante la aplicación de la ciencia.

ITC (TRADE MAP). - Centro de comercio internacional, proporciona en forma de tablas, gráficos y mapas, indicadores de desempeño de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

MAGAP. - Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca es la institución encargada de regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del Ecuador.

PRO ECUADOR. - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales del país.

SENAE. - Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, es la institución encargada del control eficiente al Comercio Exterior teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo.

2.6. IDEA A DEFENDER

El diseño de un estudio de factibilidad para la exportación de aceite de palma, definirá la oferta exportable que permita cubrir la demanda efectiva de aceite de palma en el mercado colombiano.

2.7. VARIABLES

Variable Independiente: Demanda de aceite de palma africana en Colombia.

Variable dependiente: Oferta exportable de aceite palma africana.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, se tomó como referencia dos enfoques, el cuantitativo y cualitativo. El primer enfoque se utilizó para la recolección y análisis de datos, obtenidos de las preguntas formuladas en los diferentes instrumentos empleados en la investigación, a través de control numérico, el conteo y el uso de la estadística para establecer modelos que permitan establecer el comportamiento del consumidor.

Por otro lado, el enfoque cualitativo contribuyó en el desarrollo del estudio de los factores sociales y culturales que enmarcan el proceso de exportación desde el país de origen, en este caso Esmeraldas – Ecuador, hacia el país de destino, Nariño – Colombia.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de la investigación, se basó en el uso de la investigación bibliográfica, que permitió fundamentar los diferentes conceptos de fuentes como: libros, artículos científicos, revistas, folletos.

También, se utilizó la investigación de campo, debido a que, se obtuvo información a través de diferentes técnicas de investigación entre ellas, la encuesta estructurada, además se empleó la investigación aplicada, a través de la cual, se analizó los mercados internacionales de estudio para conocer su demanda actual de aceite de palma africana.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se emplearon en esta investigación fueron:

3.3.1. Investigación documental

Para la recopilación documental en libros, revistas y la web, se utilizó las técnicas como el fichaje, revisión bibliográfica e internet, con el fin de analizar, deducir y sistematizar las teorías relacionadas con el comercio internacional, basado en la comercialización de aceite de palma.

3.3.2. Investigación exploratoria

Se la empleó con el fin de identificar tendencias de los consumidores de aceite de palma en el mercado colombiano, además de identificar las relaciones potenciales entre las variables de estudio.

3.3.3. Investigación descriptiva

Su aplicación ayudó a conocer la situación actual por la que atraviesa la industria del aceite de palma, obteniendo datos exactos sobre producción, población y procesos de comercialización, también que se identificó características del universo de investigación.

3.4. MÉTODOS

- **Método Inductivo**

El método inductivo, permitió realizar un enfoque desde lo particular a lo general. Con la información primaria se pudo constatar el crecimiento de la producción de aceite de palma en el país, especialmente en las zonas Occidental y San Lorenzo, para su comercialización a nivel internacional.

- **Método deductivo**

Se utilizó el método deductivo, el cual, va de lo general a lo particular, ayudando a establecer las características de los consumidores de aceite de palma en el mercado colombiano, estableciendo sus gustos y preferencias por el producto.

- **Método analítico**

El método analítico, sirvió para la obtención de resultados de manera minuciosa, debido a que interviene en la elaboración de la operacionalización de las variables.

- **Método sintético**

El método sintético, permitió realizar el razonamiento de los resultados obtenidos de la investigación, para elaborar una síntesis de lo que establece el presente proyecto.

3.4.1. Técnicas

Para la recolección de la información se aplicó la técnica del fichaje, que facilitó la sistematización bibliográfica, a través de la ordenación lógica de ideas y el acopio de información, representan el procedimiento más especializado de tomar notas de antecedentes bibliográficos, datos históricos y actuales para poder realizar comparaciones.

Se utilizó además la técnica de la observación, misma que permitió describir y explicar el comportamiento del mercado del aceite de palma, a través de la recolección de datos adecuados y fiables, perfectamente identificados y descritos en el contexto teórico.

También fue necesario la aplicación de la encuesta, esta técnica es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo eficaz, y la técnica de la entrevista, definida como el proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas, es decir, entre el investigador y la persona entrevistada donde se obtiene información de forma directa.

3.4.2. Instrumentos

La ficha técnica, es un instrumento de investigación, en el cual se registran los datos más relevantes sobre un tema específico, entre los cuales se puede encontrar el nombre o tema, las características físicas en el caso de un

producto, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas y especificaciones técnicas. (Ver anexo 1).

El cuestionario, es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas con el propósito de obtener información de la población sujeto de estudio, para su aplicación se deberá realizar una guía de encuesta estructurada, la cual, se refiere a la elaboración de una serie de preguntas preestablecidas con una serie limitada de categorías de respuestas, es un protocolo que se sigue con rigidez, este tipo de encuesta cuenta con preguntas cerradas, proporcionando al entrevistado las alternativas de respuesta que debe seleccionar, prácticamente es un cuestionario administrado de forma oral, facilitando la relación entre el entrevistado y el entrevistador. (Ver anexo 2 y 3).

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Se utilizó el tipo de muestreo no probalístico, para Ochoa (2015), “se trata de seleccionar elementos para la muestra basándose en hipótesis relativas a la población de interés, lo que se conoce como criterios de selección” (p. 54), es decir, se conformó la población, en base a la investigación obtenida en fuentes secundarias, en las cuales se puede constatar que la mayor producción de aceite de palma africana en Ecuador se encuentra en la zona Occidental y San Lorenzo que comprenden las provincias de Santo Domingo y Esmeraldas, y en el caso de Colombia en los departamentos de Caqueta y Nariño. Es así que, bajo el criterio del investigador, se obtuvo dos poblaciones, la ofertante conformada por las plantas extractoras de aceite de palma del país.

Cuadro 7: Población ofertante

Ofertante
País: Ecuador Zona: Occidental, San Lorenzo Cantones: Quinde, San Lorenzo, Santo Domingo Plantas extractoras: 22 Producto: Aceite de palma

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Los datos estadísticos publicados, por ACUPA – FEDAPAL, mencionan que, la mayor producción de aceite de palma se encuentra en la Zona Occidental y San Lorenzo, obteniendo un total de 22 plantas extractoras ubicadas en estas zonas las cuales se consideran como la población ofertante.

La población demandante, compuesta por las empresas importadoras de aceite de palma en Colombia.

Cuadro 8: Población demandante

Demandante
País: Colombia
Departamento: Caqueta, Nariño
Municipio: Pasto, Belén de los Andaquíes, San Andrés de Tumaco
Empresas Importadoras: 13
Producto: Aceite de palma

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fúeltala

De igual manera se tomó los datos estadísticos de FEDEPALMA, Colombia donde se obtuvo la información de las empresas importadoras de aceite de palma que adquieren producto ecuatoriano, obteniendo un total de 13 empresas. (Ver Anexo 4).

3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La operacionalización según Ferrer (2010), es el proceso mediante el cual, “se lleva una variable desde un nivel abstracto a un plano más concreto, donde la función básica es precisar al máximo el significado que se le otorga a una variable en un determinado estudio” (p. 45), es decir, es la forma de explicar cómo se miden las variables que se han seleccionado, a través de diferentes instrumentos utilizados para la recolección de la información.

Cuadro 9: Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER: El diseño de un plan logístico de exportación de aceite de palma, definirá la oferta exportable que permita cubrir la demanda efectiva de aceite de palma en el mercado colombiano.						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	FUENTE
DEMANDA EFECTIVA	Demanda del Mercado	Entorno	¿Qué situación política atraviesa actualmente Colombia?	Fichaje	Fichas técnicas	PROECUADOR, DIAN, TRADEMAP,
			¿Qué situación económica atraviesa actualmente Colombia?	Fichaje		
			¿Qué situación social atraviesa actualmente Colombia?	Fichaje		
			¿Qué tipo de factores tecnológicos aportan a la tecnología de Colombia?	Fichaje		
		Mercado	¿Cuál es el perfil del consumidor?	Observación	Fichas de observación	FICHAS TECNICAS PROECUADOR, TRADE MAP
			¿Cuáles la tendencia del consumidor?	Observación		
			¿Cuáles son los gustos y preferencias del consumidor?	Observación		
			¿Cuál es la situación actual de la balanza comercial de Ecuador con Colombia?	Observación		
		Producto	¿Qué cantidad demanda usted de aceite de palma?	Encuesta	Cuestionario	EMPRESAS EXTRACTORAS DE ACEITE DE PALMA DE NARIÑO Y CAQUETA
			¿Usted de qué tipo de proveedor adquiere el aceite de palma?			
			¿De ser importado de que país adquiere el aceite de palma?			
			¿Con que frecuencia adquiere el aceite de palma?			
			¿Cuál es precio que usted paga por tonelada del producto?			EMPRESAS EXTRACTORAS DE ACEITE DE PALMA DE NARIÑO Y CAQUETA
			¿Cuál es mes que más adquiere el aceite de palma?			
			¿Cuál es mes que menos adquiere el aceite de palma?			
			¿Qué disposición tendría de adquirir producto ecuatoriano?			
			¿Qué porcentaje estaría dispuesto a adquirir?			

IDEA A DEFENDER: El diseño de un plan logístico de exportación de aceite de palma, definirá la oferta exportable que permita cubrir la demanda efectiva de aceite de palma en el mercado colombiano.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	FUENTE
Oferta exportable	Oferta	Entorno	¿Cuál es la situación actual de Ecuador?	Observación	Fichas técnicas	BANCO CENTRAL DE ECUADOR, PROECUADOR.
			¿Usted obtiene la palma africana de qué tipo de proveedores?	Encuesta	Cuestionario	Empresas extractoras de aceite de palma de la Esmeraldas y Santo Domingo
			De ser cultivo propio, ¿qué cantidad de hectáreas sembradas de palma africana posee?			
			¿Qué cantidad de fruto de palma obtiene por cosecha?			
			¿Qué cantidad de aceite obtiene de la cantidad de fruta cosechada?			
		Producto	¿Cuál es el mes de mayor producción?	Fichaje	Fichas técnicas	PROECUDOR, BANCO CENTRAL, TRADE MAP, MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR
			¿Cuál es el mes de menor producción?			
			¿Cuál es la cantidad producida en toneladas bimestral?			
			¿Comercializa el aceite de palma africana nivel internacional o nacional?			
			¿Estaría dispuesta a exportar parte de su producción?			
		Exportación	¿Cuál es la distribución física adecuada para llevar el producto a Colombia?			
			¿Qué costos se producen en el país origen?			
			¿Cuál es el modo de transporte que emplea para la exportación?			
			¿Cuál es el término de negociación que utiliza?			
			¿Qué costos se producen en el país de destino?			

Fuente: Guía de Proyectos de Tesis de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Elaborado Por: Santiago Fweltala

3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Información primaria.- según la definición de Silvestrini (2015), “es aquella que se recogió directamente a través de un contacto inmediato con su objeto de análisis” (p. 32), es decir, se tomó información de los productores de aceite de palma africana, ubicados en la provincia de Esmeraldas y Santo Domingo, a través de un formulario, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción, además se tomó información de las empresas importadoras, localizadas en el departamento de Nariño – Colombia, entre las cuales están:

- 1) EXTRACTORA DEL SUR DE CASARANO S.A.S
- 2) ACEITES MANUELITA S.A
- 3) EXTRACTORA SANTA FE S.A.S
- 4) AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A
- 5) PALMACEITE S.A
- 6) AGROINDUSTRIAS DEL SUR DEL CESAR LTDA
- 7) PALMAS DE TUMACO S.A.S
- 8) PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJO
- 9) PALMEIRAS COLOMBIA S.A
- 10) SALAMANCA OLEAGINOSA S.A
- 11) CONFECAMPO
- 12) BRAGANZA
- 13) OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A

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

3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez que se obtuvo toda la información necesaria, se procedió comparar los datos obtenidos, los mismos que fueron utilizados para analizar el mercado

ofertante y determinar la posibilidad de realizar el proceso de exportación a un mercado internacional, además de esta manera poder estructurar la propuesta.

3.8.1. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a las extractoras de aceite de palma

Adquisición de palma africana

En primera instancia, se creyó importante conocer como las extractoras de aceite de palma obtienen su materia prima, obteniendo los siguientes datos:

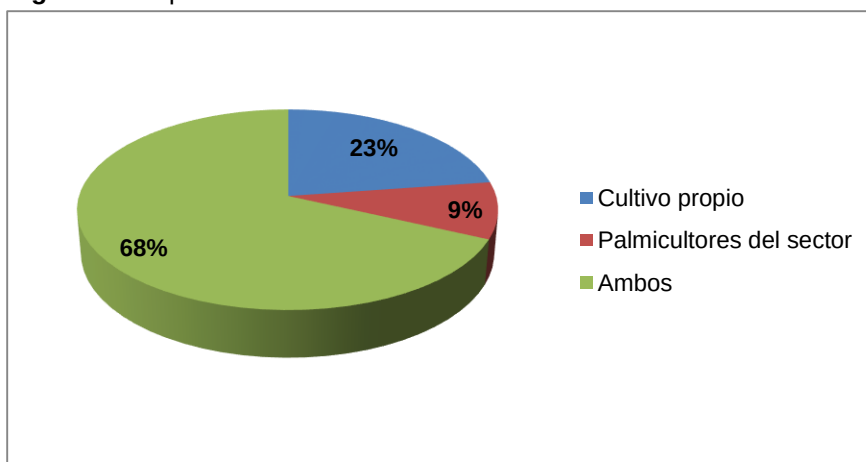
Tabla 1: Adquisición de palma africana

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cultivo propio	5	23%
Palmicultores del sector	2	9%
Ambos	15	68%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Figura 1: Adquisición de Palma Africana



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

La mayoría de empresas extractoras que fueron encuestadas, respondieron que la adquisición de la materia prima para la elaboración de aceite de palma proviene tanto de cultivos que ellos poseen, en un 68%, como de palmicultores del sector, lo cual corresponde a los datos publicados por ANCUPA, en su boletín anual, donde menciona que la mayor parte de las plantaciones corresponde a productores del sector, aunque en un menor porcentaje, en

este sector existen grandes empresas que cuentan con cultivos que pueden cubrir su producción sin la necesidad de adquirir más plantas y finalmente existen pocas empresas que únicamente se abastecen de la producción de terceros.

Hectáreas que posee el productor

Se obtuvo los datos de cuantas hectáreas poseen cada una de las empresas extractoras, obteniendo:

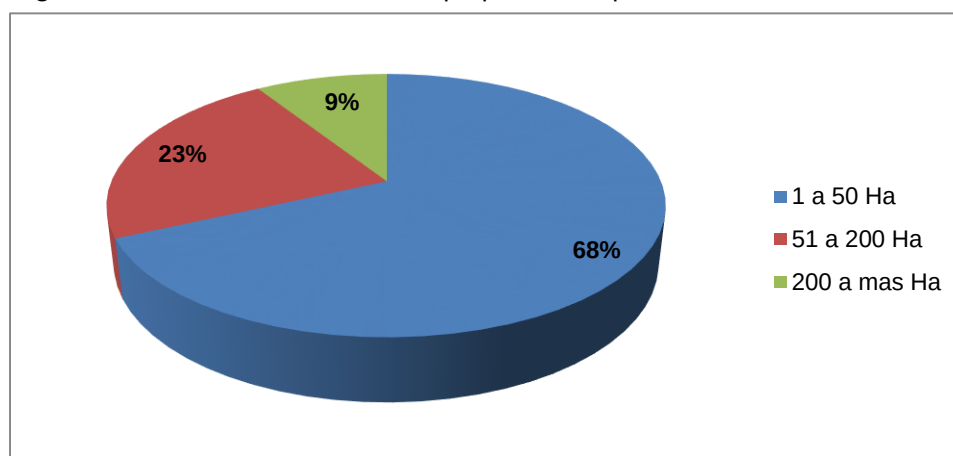
Tabla 2: Hectáreas que posee el productor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 a 50 Ha	15	68%
51 a 200 Ha	5	23%
200 a más Ha	2	9%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 2: Cantidad de hectáreas de propiedad del productor



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Se pudo constatar con la información recolectada que en su mayoría las empresas extractoras poseen entre 1 a 50 hectáreas de plantación de palma africana, correspondiente al 55%, al corroborar con los datos estadísticos obtenidos por MAGAP, sobre las plantaciones de palma africana, este número de hectáreas corresponde a las extractoras, siendo este uno de los factores por el cual se compra producción de los palmicultores, por otro lado, según

este ministerios existen empresas que sobrepasan las 31 hectáreas de cultivo, estando entre un rango de 51 a 200 hectáreas suponiendo así, que les permite abastecer su producción y un número reducido de estas extractoras poseen entre 200 a más hectáreas.

Recolección del fruto de palma obtenida por cosecha

Fue necesario establecer que cantidad de fruto en toneladas, obtiene cada empresa extractora por hectárea cosechada, ya sea de cultivo propio, de los palmicultores del sector o ambos, obteniendo la siguiente información:

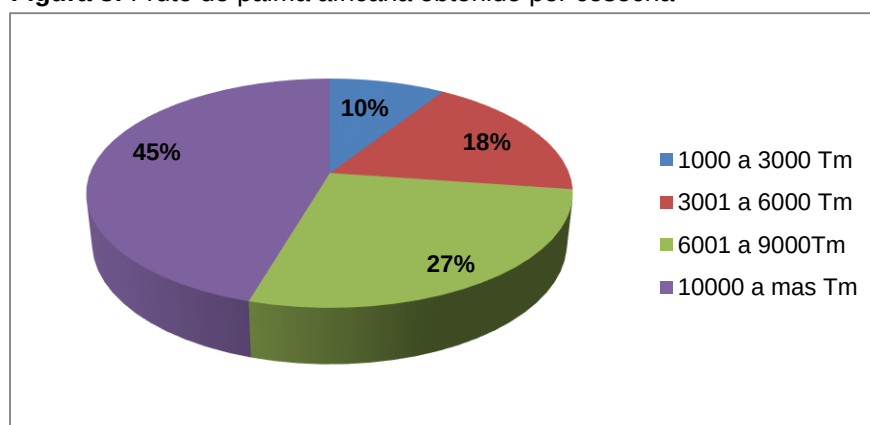
Tabla 3: Recolección del fruto de palma obtenida por cosecha

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1,000 a 3,000 Tm	2	9%
3,001 a 6,000 Tm	4	18%
6,001 a 9,000Tm	6	27%
10,000 a más Tm	10	45%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 3: Fruto de palma africana obtenido por cosecha



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Se podría mencionar que un poco menos de la mitad de empresas extractoras obtienen más de 10,000 toneladas de fruto de palma africana para su procesamiento anuales, tomando en cuenta los datos del boletín trimestral de FEDEPALMA, donde establece que la mayoría de empresas extractoras obtienen más de 10,000 tn por la fruta procesada, tomado en cuenta que se

adquiere mayor producto de los plamicultores, un menor número de extractoras obtienen entre 1,000 a 6,000 toneladas, mientras que el resto de empresas obtiene un total del fruto que varían entre 6,001 a 9,000 toneladas.

Cantidad de aceite procesado

La cantidad de aceite procesado depende directamente de la cantidad de fruto que ingresa a cada una de las extractoras, obteniendo así:

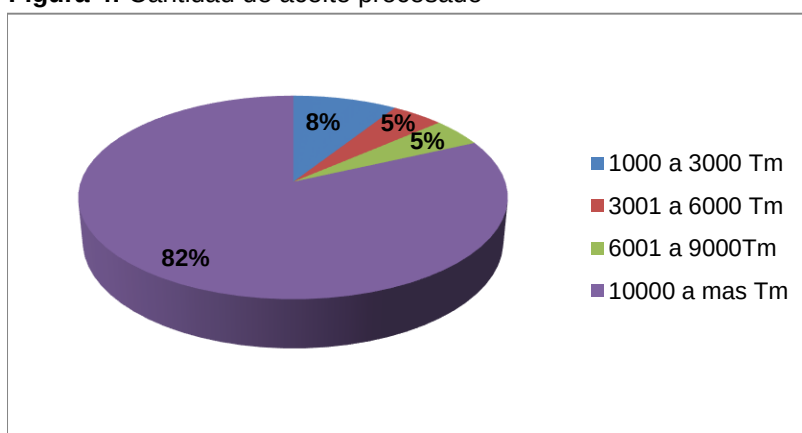
Tabla 4: Cantidad de aceite procesado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1,000 a 3,000 Tm	2	9%
3,001 a 6,000 Tm	1	5%
6,001 a 9,000Tm	1	5%
10,000 a más Tm	18	82%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 4: Cantidad de aceite procesado



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

En su mayoría las empresas extractoras manifiestan que del total de fruto que ingresa a la planta de procesamiento se obtiene más 10,000 toneladas de aceite de palma y en el resto de extractoras se procesa únicamente entre 1,000 a 9,000 toneladas anuales de producto, cabe señalar, que según la información proporcionada por ANCUPA, en esta zona, es donde la producción del aceite de palma corresponde aproximadamente al 80% del total del país.

Mes de mayor producción de aceite de palma

Cabe resaltar que el mes de mayor producción de aceite de palma varía entre las empresas debido algunos factores, entre ellos el clima y el tiempo de cultivo de las palmas.

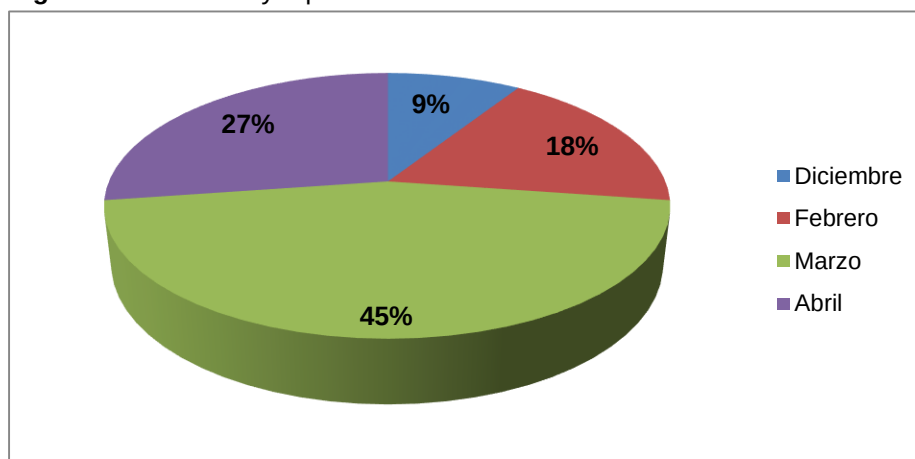
Tabla 5: Mes de mayor producción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diciembre	2	9%
Febrero	4	18%
Marzo	10	45%
Abril	6	27%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 5: Mes de mayor producción



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Los representantes de las empresas extractoras supieron manifestar en su mayoría, que el mes de Marzo es considerado el de mayor producción, debido a que, según el análisis del cultivo de palma africana, publicado por FEDEPALMA, manifiesta que entre los meses de Enero a Abril, se encuentra la mayor producción de este tipo de planta, lo que ocasiona que exista mayor cantidad de aceite de palma, aunque para otras empresas en el mes de Abril se obtiene un mayor volumen de producción de aceite de palma y para el resto de los encuestados se encuentre entre los meses de Diciembre a Febrero.

Mes de menor producción de aceite de palma

De igual manera existen meses en los cuales las empresas extractoras tienen un nivel de producción menor, en relación al resto del año, lo cual supieron manifestar se debe por la época seca.

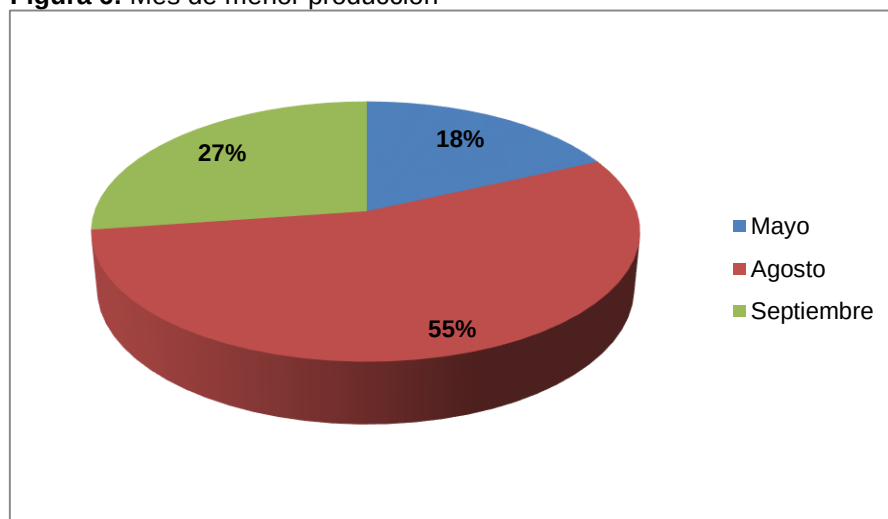
Tabla 6: Mes de menor producción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mayo	4	18%
Agosto	12	55%
Septiembre	6	27%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 6: Mes de menor producción



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Se podría decir, que la mayoría de las empresas coinciden que el mes de Agosto representa la producción más baja de aceite de palma, mientras que para las demás empresas son los meses de Mayo y Septiembre, como se mencionó anteriormente, en el registro de FEDEPALMA, se considera los meses entre Julio y Septiembre, como los de menor producción de aceite palma.

Producción bimestral de aceite de palma

Para poder cuantificar la oferta de cada una de las empresas extractoras, fue necesario conseguir datos de su producción bimestral, obteniendo los siguientes datos:

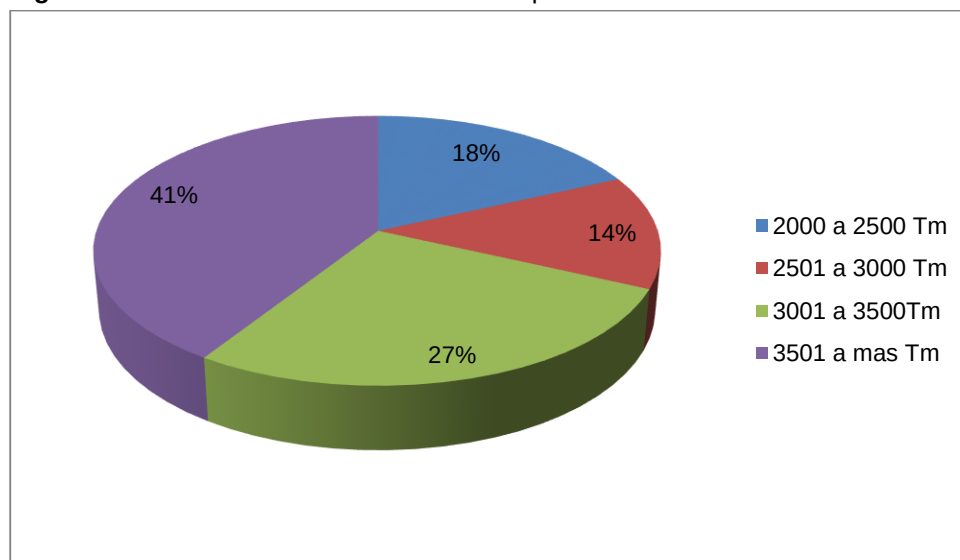
Tabla 7: Producción bimestral de aceite de palma

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
2000 a 2500 Tm	4	18%
2501 a 3000 Tm	3	14%
3001 a 3500Tm	6	27%
3501 a más Tm	9	41%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 7: Producción mensual de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Como se puede observar en la figura N° 7, la producción realizada por la mayoría de empresas extractoras de aceite de palma sobrepasan las 3,501 toneladas bimensuales, mientras que en las demás empresas la producción abarca desde 2,000 a 3,500 toneladas bimensuales, cabe resaltar que los datos proporcionados equivalen únicamente al aceite crudo de palma, estos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a las empresas extractoras.

Venta de Aceite de Palma

Para conocer el mercado que cada una de las empresas extractoras de aceite de palma manejan fue necesario conocer a que sector se realizan sus ventas, determinando:

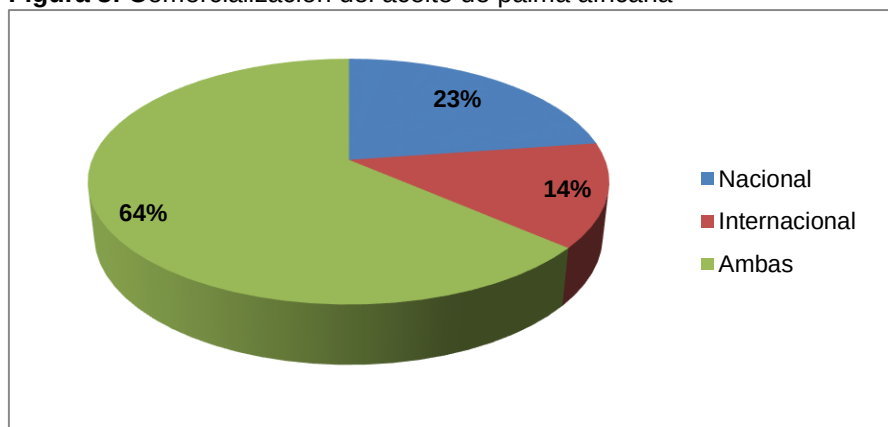
Tabla 8: Venta de aceite de Palma

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	5	23%
Internacional	3	14%
Ambas	14	64%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 8: Comercialización del aceite de palma africana



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Un número reducido de empresas realiza la venta de su producción únicamente a nivel internacional y nacional, mientras que en su mayoría la producción de aceite de palma es destinada a ambos sectores, es decir, del total de su producto un porcentaje es para la venta en territorio nacional y otra parte para su distribución internacional.

Disposición para realizar exportación

Aquellas empresas extractoras que realizan la venta del aceite de palma a nivel nacional, se les pregunto si estarían de acuerdo en exportar parte de producción, obteniendo la siguiente información:

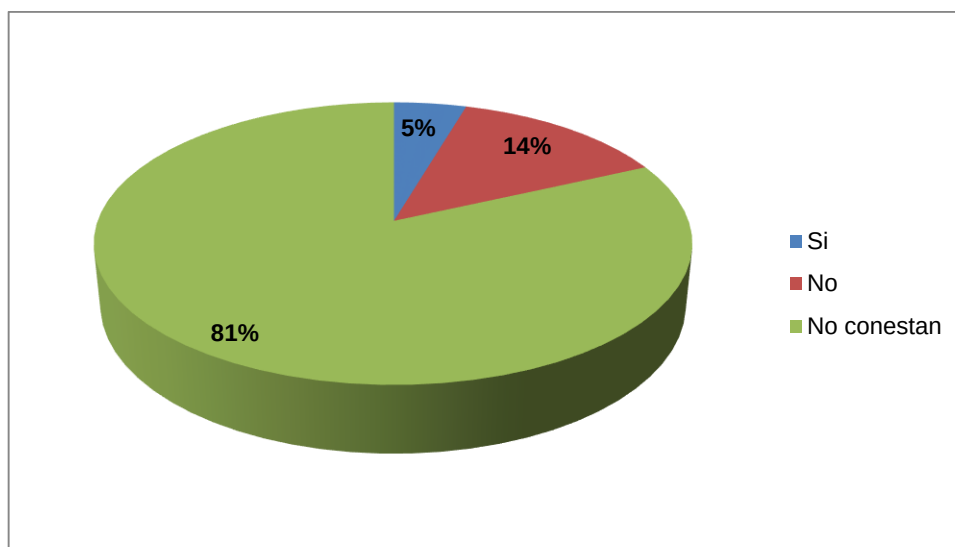
Tabla 9: Disposición para realizar exportación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	5%
No	3	14%
No contesta	18	81%
Total	22	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 9: Disposición para realizar exportación



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Del total de las empresas extractoras de aceite de palma solamente una de ellas está dispuesta a exportar parte de su producción, mientras que el resto no está de acuerdo, según la versión de sus propietarios en algunos casos la producción no cubriría esa demanda y en otros casos no se encuentran muy seguro de realizar ventas internacionales, hacia el mercado colombiano, como se ha mencionado estas empresas realizan exportaciones a otros mercados internacionales que para su punto de vista son más atractivos.

Porcentaje de exportación

Para conocer la oferta exportable de las empresas extractoras de aceite de palma, fue necesario investigar qué porcentaje de su producción estarían dispuestas a exportar hacia el mercado colombiano.

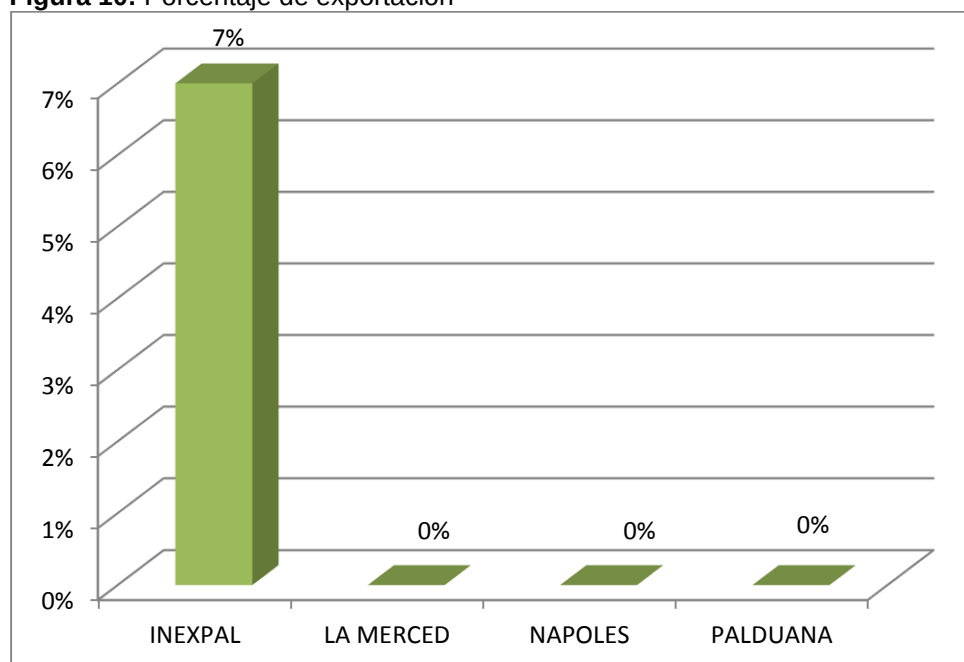
Tabla 10: Porcentaje de exportación

Opciones	Frecuencia
INEXPAL	7%
LA MERCED	0%
NAPOLES	0%
PALDUANA	0%
Total	

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 10: Porcentaje de exportación



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Como se puede apreciar, de las cuatro empresas que quieren expandir su mercado, únicamente INEXPAL está dispuesto a proporcionar el 7% del total de su producción para realizar el proceso de exportación, teniendo de esta manera el porcentaje para el cálculo de la oferta exportable.

3.8.2. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a las empresas importadoras de aceite de palma

Tipo de aceite de palma que adquiere

Las empresas importadoras supieron manifestar que adquieren algunos tipos de aceites de palma, entre los cuales mencionaron:

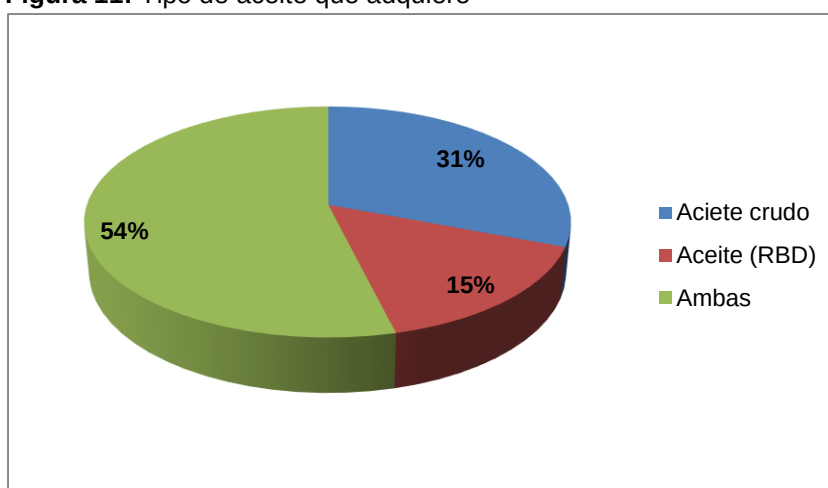
Tabla 11: Tipo de aceite de palma que adquiere

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aciete crudo	4	31%
Aceite (RBD)	2	15%
Ambas	7	54%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Figura 11: Tipo de aceite que adquiere



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Del total de las empresas importadoras encuestadas, la mayoría menciona que adquiere aceite crudo de palma y aceite refinado, mientras que el resto de importadoras únicamente adquiere aceite crudo de palma o aceite refinado, este último utilizado especialmente para la elaboración de biocombustible, según los datos estadísticos de FEDEPAL, las industrias tienen como principal producción este tipo de combustible.

Cantidad de aceite de palma adquirido anualmente

Cabe resaltar que únicamente se tiene los datos de la cantidad de aceite crudo de palma adquirida por las empresas importadoras, obteniendo los siguientes datos:

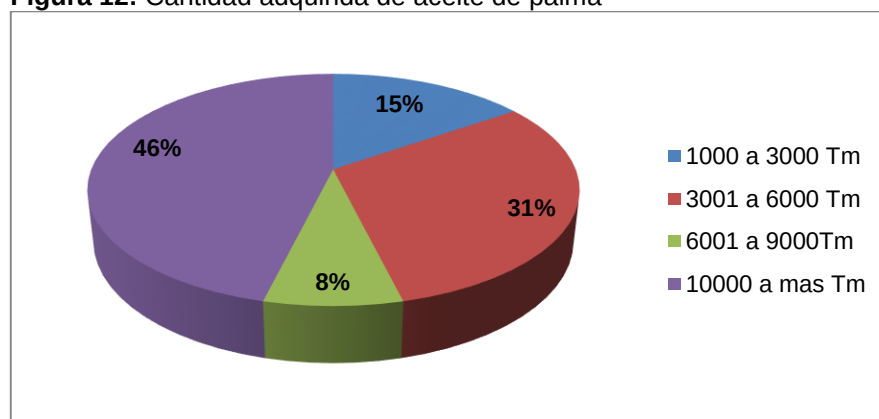
Tabla 12: Cantidad de aceite de palma adquirido

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
3,000 a 5,000 Tm	2	15%
5,001 a 9,000 Tm	4	31%
9,001 a 12,000Tm	1	8%
12,000 a más Tm	6	46%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Figura 12: Cantidad adquirida de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Las empresas importadoras en su mayoría, manifestaron que anualmente adquieren más de 12,000 toneladas anuales, mientras que el resto de encuestados sus adquisiciones varían entre 3,000 a 12,000 toneladas anuales, con estos datos se pudo constatar que dichas empresas tienen una amplia demanda, como se indica en los datos publicados por la DIAN, sobre las importaciones de este tipo de producto.

Adquisición de Aceite de Palma

Al conocer la cantidad de aceite de palma que adquieren las empresas importadoras, fue necesario determinar qué países son los principales proveedores de este tipo de producto obteniendo la siguiente información:

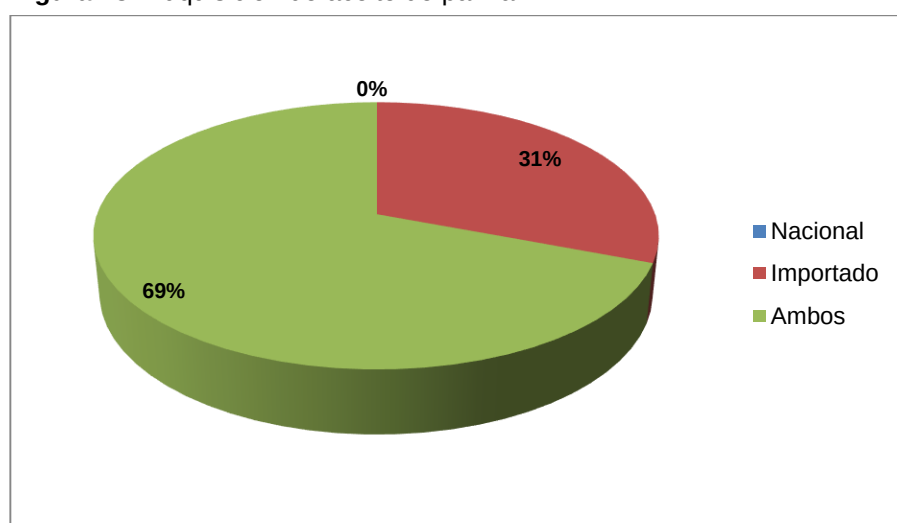
Tabla 13: Adquisición de aceite de palma

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	0	0%
Importado	4	31%
Ambos	9	69%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Figura 13: Adquisición de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

En su mayoría las empresas importadoras adquieren el aceite de palma de la industria nacional e internacional, el resto de empresas únicamente de empresas internacionales y ninguna de las importadoras encuestadas adquiere solamente producto nacional, este dato permitirá con facilidad determinar el tipo de competencia, estos datos se pueden corroborar con los datos de las importaciones por cada uno de los sectores y productos, publicados en los datos estadísticos anual de la DIAN.

Principal país de adquisición

Al conocer que la mayoría de empresas demandantes adquieren producto importado, es necesario conocer el principal país del cual importan el producto, obteniendo así:

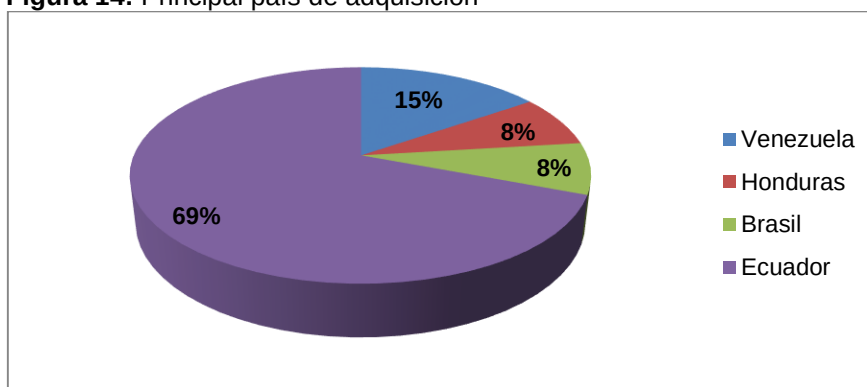
Tabla 14: Principal país de adquisición

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Venezuela	2	15%
Honduras	1	8%
Brasil	1	8%
Ecuador	9	69%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Figura 14: Principal país de adquisición



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Según la mayoría de empresas encuestadas sostienen que adquieren producto ecuatoriano y en un menor porcentaje adquieren producto de Venezuela, Honduras y Brasil, cabe resaltar que los representantes supieron manifestar que estos países son sus principales proveedores, cabe mencionar que según los datos de TRADE MAP, estos países son los principales socios comerciales de Colombia.

Frecuencia de consumo

Uno de los datos relevantes de la aplicación del formulario a las empresas importadoras, fue la frecuencia de consumo, es decir, cada qué periodo de tiempo adquieren aceite de palma.

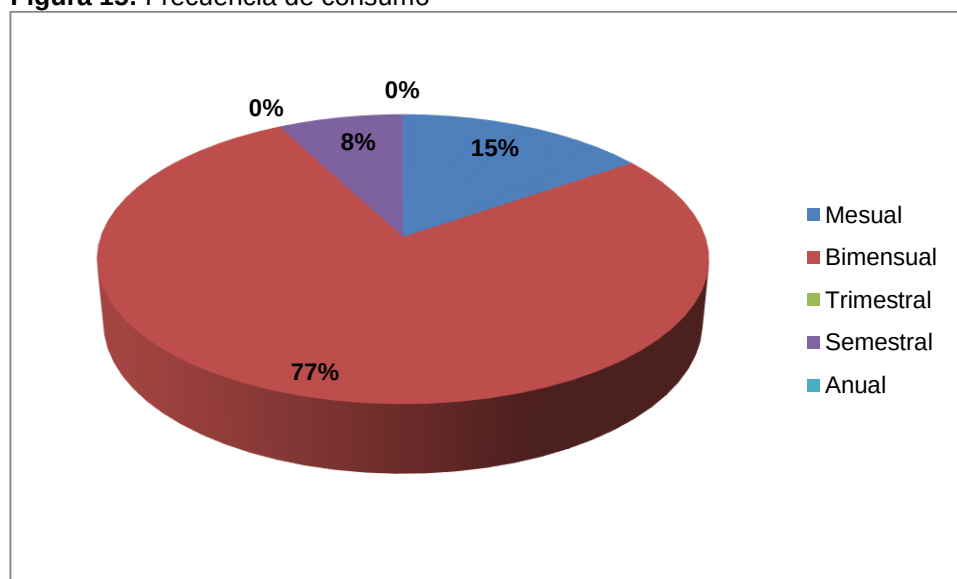
Tabla 15: Frecuencia de consumo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	2	15%
Bimensual	10	77%
Trimestral	0	0%
Semestral	1	8%
Anual	0	0%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 15: Frecuencia de consumo



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Por el tipo de producto la mayoría de las empresas importadoras adquieren su producto de forma bimensual, puesto que, es destinado para la industria y en menor porcentaje de manera mensual y semestral, dependiendo de la cantidad de producto que demandan.

Termino de negociación Internacional

El manejo de los términos de negociación, por parte de las empresas importadoras, se basa en las responsabilidades y costos que adquieren al realizar una importación, es así que se obtuvo los siguientes datos:

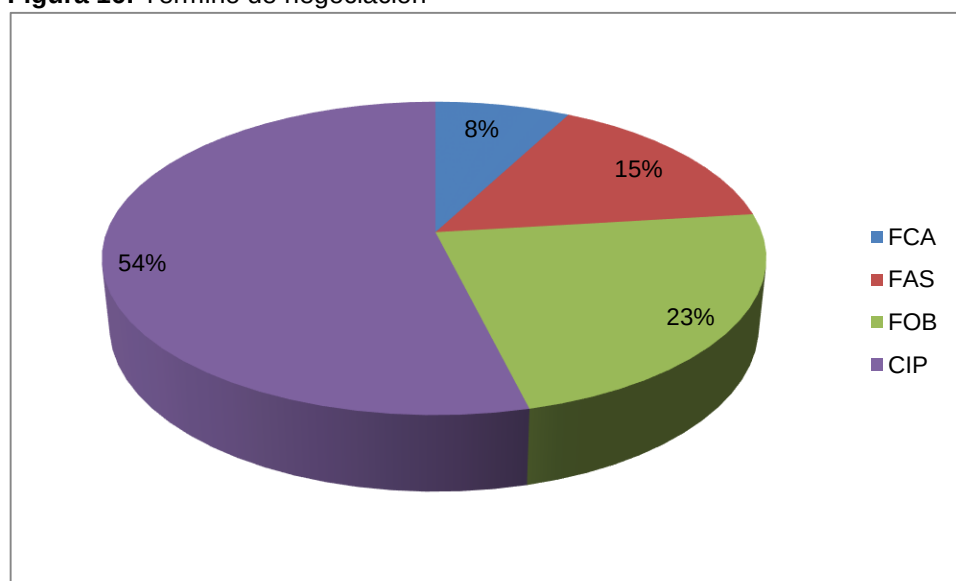
Tabla 16: Principal país de adquisición

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
FCA	1	8%
FAS	2	15%
FOB	3	23%
CIP	7	54%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Figura 16: Término de negociación



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Como se manifiesta en la figura anterior, el término de mayor uso por parte de las empresas importadoras de aceite de palma es CIP, cuya responsabilidad abarca hasta el descargue de la mercadería en el puerto de origen y sus costos cubren el transporte y seguro internacional, en otros casos también existen algunos términos como FOB, FAS y FCA.

Precio de adquisición internacional

El precio al cual adquiere el aceite crudo de palma las empresas importadoras varían de acuerdo al país de adquisición, es así que, se tiene diferentes precios.

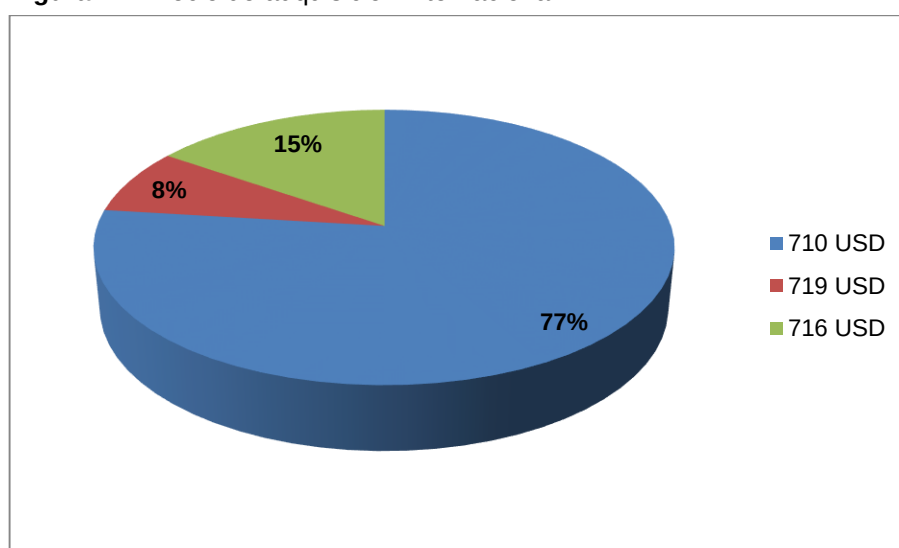
Tabla 17: Precio de adquisición internacional

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
710 USD	10	77%
719 USD	1	8%
716 USD	2	15%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 17: Precio de adquisición internacional



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

El precio que las empresas importadoras pagan por la adquisición de aceite crudo de palma es de 700 USD por tonelada, aunque existen casos en los cuales se llega a pagar hasta 716 USD por tonelada, este precio está dado por la demanda y oferta internacional de aceite de palma, según datos de FEDEPAL, el precio FOB, Indonesia es de 719 USD.

Disposición de adquirir producto ecuatoriano

Algunas de las empresas importadoras no tienen como proveedor de aceite crudo de palma a empresas ecuatorianas, por lo cual fue necesario indagar si estas empresas estarían dispuestas a adquirir producto ecuatoriano, como se indica a continuación:

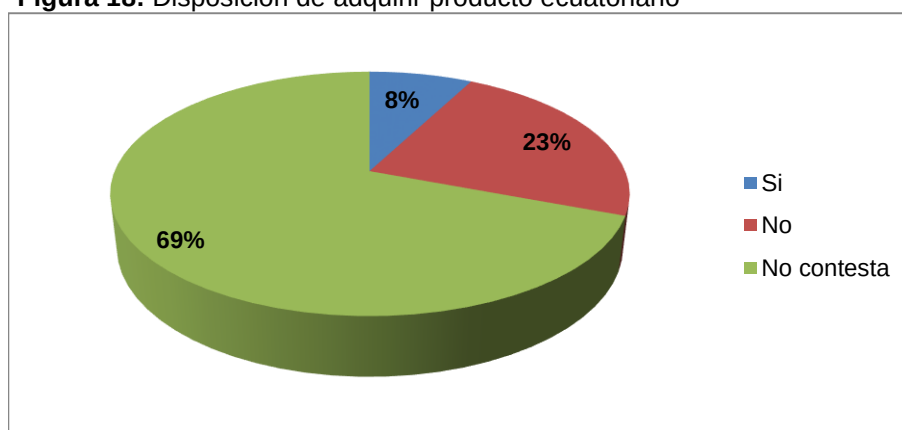
Tabla 18: Disposición de adquirir producto ecuatoriano

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	8%
No	3	23%
No contesta	9	69%
Total	13	100%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Figura 18: Disposición de adquirir producto ecuatoriano



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Del total de estas empresas que respondieron que no han adquirido producto ecuatoriano, solo una de ellas estaría dispuesta a comprar una parte de del total de sus importaciones.

Porcentaje de adquisición

Para conocer la demanda por parte de las importadoras de aceite de palma en el mercado colombiano, fue necesario conocer qué porcentaje del total de su adquisición estrían dispuestas a comprar a Ecuador.

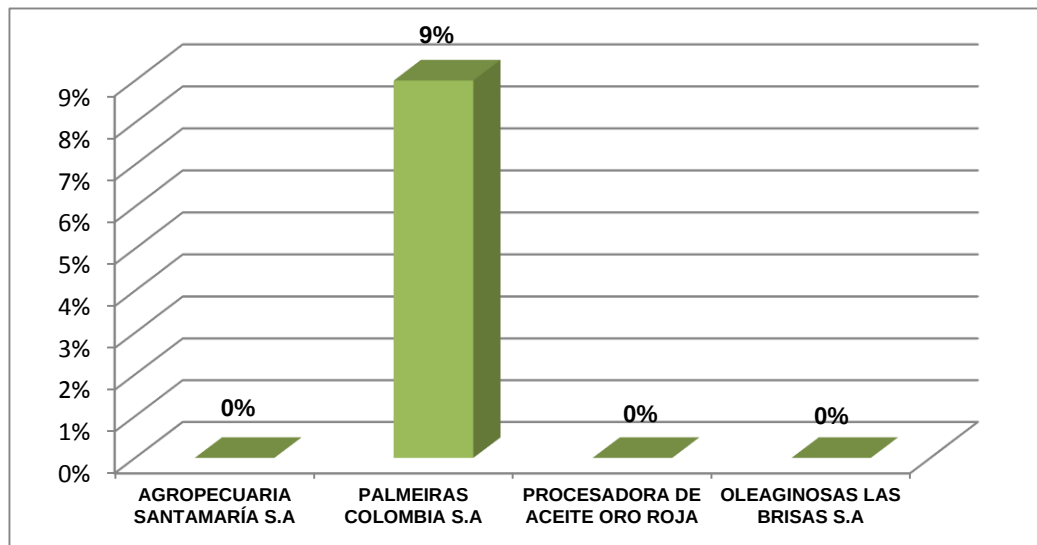
Tabla 19: Precio de adquisición internacional

Opciones	Frecuencia
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	0%
PALMEIRAS COLOMBIA S.A	9%
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJA	0%
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	0%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Tabla 20: Porcentaje de adquisición



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

En la figura anterior, se puede constatar que únicamente la empresa PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S., va a adquirir producto ecuatoriano, en un 9% con lo cual se podría calcular la demanda insatisfecha para esta empresa.

3.9. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAÍS OFERTANTE Y DEMANDANTE

Para realizar el análisis situacional tanto del país de origen y país de destino, se utilizó la herramienta PESTEL, definida por Johnson (2014), como “una herramienta para comprender el comportamiento o declive de un mercado en específico, y en consecuencia la posición potencial y dirección de las empresas que intentan ingresar a dicho mercado” (p. 54). Este análisis está compuesto por las iniciales de los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales, que se consideran de más relevancia para evaluar un mercado, son esencialmente externos y están generalmente fuera del control de la empresa, para su análisis suele ser considerados normalmente como amenazas u oportunidades.

3.9.2. Ecuador

Ecuador, oficialmente denominado República del Ecuador, es un país latinoamericano ubicado en la parte noroccidental de Sudamérica. El país es un importante exportador de petróleo y consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y uno de los principales de flores, camarones y cacao. Ecuador recibió en 2015 aproximadamente 1,3 millones de turistas extranjeros, según el Ministerio de Turismo, lo cual posiciona al país como uno de los referentes regionales en recepción de turismo internacional. El actual Estado ecuatoriano está conformado por cinco funciones estatales: la Función Ejecutiva, la Función Legislativa, la Función Judicial, la Función Electoral y la Función de Transparencia y Control Social. (Ministerio de Turismo, 2016).

3.9.2.1. Análisis del factor político

El Ecuador al entrar a la dolarización pudo generar estabilidad en su política, ocasionado que hoy el país cuenta con una mejora en el sector empresarial, la estabilidad que se ha mantenido estos últimos años se ha basado en el progreso de la viabilidad, educación y salud, representado una ventaja para el sector productivo, generando oportunidades de desarrollo del mismo.

En relación a la política comercial, el gobierno se enfoca principalmente en la economía mundial, la política exterior del Ecuador trata de profundizar y ampliar las relaciones comerciales, según el Informe comercial de PROECUADOR (2015), el país cuenta con algunos tratados con países del hemisferio Occidental y de Europa, de igual manera está presente en la defensa de la integración regional, formando parte de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA), Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

A través de estos tratados, el país contribuye al mejoramiento de la actividad económica, facilitando el ingreso de productos ecuatorianos a otros países

con un arancel reducido, entre estos el aceite de palma, cuyo principal destino es Colombia, principal miembro comercial del país, que se encuentra inmerso en cada uno de los tratados firmados con los distintos bloques económicos de la región. (PROECUADOR, 2015).

3.9.2.2. Análisis del factor económico

La economía ecuatoriana está pasando por un proceso de recesión en este último año, según los datos presentados por el Banco Central del Ecuador, en su boletín anual de indicadores, manifiesta que su crecimiento ha sido bajo, comparado con el año 2015, aunque el sector agrícola registra un dinamismo notorio, es así como para el año 2016, se puede evidenciar que el sector de la agricultura, contribuyó con un 6.2% al PIB.

Cuadro 10: Indicadores económicos

PIB (2016)	USD 182.4 mil millones.
Crecimiento PIB (2016)	-2.3 %
PIB per cápita (2016)	USD 11 mil millones.
Composición del PIB por sector (2016):	Agricultura: 6.2% Industria: 34% Servicios: 59.8%
Tasa de inflación (%) (2016)	2.1%
Tasa de desempleo (%) (2016)	5.5%

Fuente: CIA -World Factbook,(2017)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

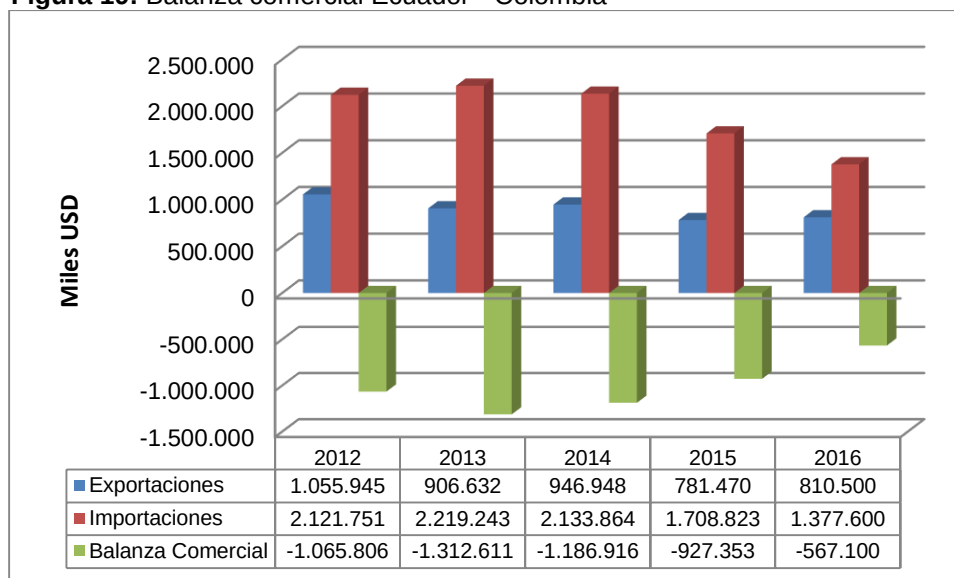
El Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador decreció un 2.3%, en este último año la economía ecuatoriana se ha visto fuertemente afectada por la caída del precio de las materias primas y por la apreciación del dólar. Sin embargo, buena parte de las medidas económicas del Gobierno han conseguido estabilizar la economía, según explicó el gerente del Banco Central, Diego Martínez.

Cabe resaltar que el sector agropecuario continúa siendo el mayor motor productivo de la economía ecuatoriana, porque a más de ser la actividad económica que más aporta al PIB total, es la segunda actividad generadora de divisas.

- **Balanza Comercial**

La balanza comercial, es aquella parte de la balanza de pagos en la que se recogen los ingresos por exportaciones y los pagos por importaciones, determinando así, el tipo de relaciones comerciales que existe entre Ecuador y Colombia.

Figura 19: Balanza comercial Ecuador - Colombia



Fuente: Banco Central del Ecuador, Estadísticas (2016)

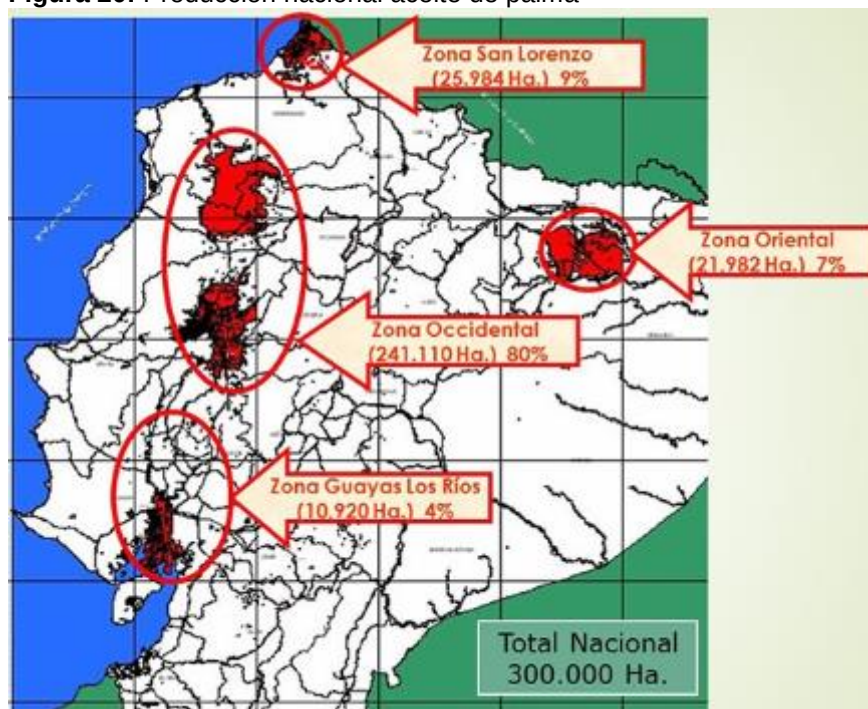
Elaborado Por: Santiago Fweltala

Según los datos del Banco Central del Ecuador, se puede decir, que sus exportaciones en el año 2012 y 2013 decrecen un 7,6%, a diferencia de los demás años, mientras que en el año 2012, 2014 sus exportaciones crecen debido a varios factores entre ellos, la inflación existente en ese país, cabe resaltar que en los últimos años la balanza comercial con este socio comercial siempre ha tendido un déficit, para lo cual el país ha tomado medidas entre ellas el cobro de salvaguardias a diferentes productos que ingresan desde Colombia.

- **Producción nacional de aceite de palma**

La producción de aceite de palma en el país, está dada por zonas, a continuación, se expone un gráfico, en donde se destacan dichas zonas distribuidas sobre todo el territorio ecuatoriano, con el porcentaje representativo frente a la cantidad producida de aceite de palma anual.

Figura 20: Producción nacional aceite de palma



Fuente: Estimación al año 2015, en base al Censo de Plantaciones de Palma
Elaborado por: ANCUPA-FEDAPAL/MAGAP (2016)

El 80% de la producción de aceite de palma existente en el Ecuador, está concentrada en la Zona Occidental, comprendida entre el sur de la provincia de Esmeraldas y Santo Domingo, seguida de la Zona San Lorenzo con el 9%, en la Zona Oriental el 7% y finalmente en la Zona Guayas con el 4% validando así la existencia del producto en el territorio ecuatoriano. (PROECUADOR, Analisis sectorial, 2016).

- **Exportaciones del sector**

En el país la industria de aceite de palma, ha generado oportunidades para motivar a la producción encaminada a la exportación, debido a la gran demanda internacional existente, especialmente porque este producto es considerado la materia prima para la elaboración de biocombustibles, como se puede observar en el cuadro N° 11, el principal país que adquiere aceite de palma es Colombia, con un valor total de 143,822.9 toneladas para el años 2016, seguido de Venezuela con un total de 29,698.0 toneladas para el mismo periodo, con un valor FOB de 97,789.3 mil USD y 24,563.4 mil USD respectivamente.

Cuadro 11: Destino de exportación de aceite de palma

Cuadro 11: Destino de exportación de aceite de palma				
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR
1511100000	ACEITE EN BRUTO	BRASIL	20,063.8	13,307.5
		COLOMBIA	143,822.9	97,789.3
		REPUBLICA DOMINICANA	10,634.0	7,303.3
		ESPAÑA	24,032.3	15,537.2
		REINO UNIDO	129.3	192.9
		ITALIA	88.0	60.7
		MÉXICO	24,776.3	15,625.1
		HOLANDA(PAÍSES BAJOS)	5,204.8	5,564.5
		ESTADOS UNIDOS	0.3	1.1
		VENEZUELA	29,698.0	24,563.4
TOTAL GENERAL :			258,449.6	180,035.2

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Santiago Fuentala

La mayoría de las exportaciones de aceite de palma en Ecuador tienen como mercado destino Colombia, es importante resaltar que aproximadamente el 39% de la producción nacional es destinada para consumo interno y el 61% restante es destinado para su venta en el exterior.

En el año 2015, las exportaciones de aceite de palma ascendieron a USD 134.320 mil, obtenido USD 36.568 mil más que en el 2014, colocando al 2015 como el año de mayor crecimiento (27.2%). Según los datos expuestos por FEDAPAL, durante el año 2016, el promedio del precio por tonelada de aceite de palma exportado desde Ecuador fue de 710 USD.

Tabla 21: Exportaciones ecuatorianas de aceite de palma

Año	Valor FOB	Variación FOB	Toneladas	Variación Toneladas
2012	212,459		202,506	
2013	134,320	-3.6	151,670	-7.8
2014	170,888	-36.8	180,434	-25.1
2015	165,991	27.2	213,130	19
2016	180,035	21.3	258,449	32.2

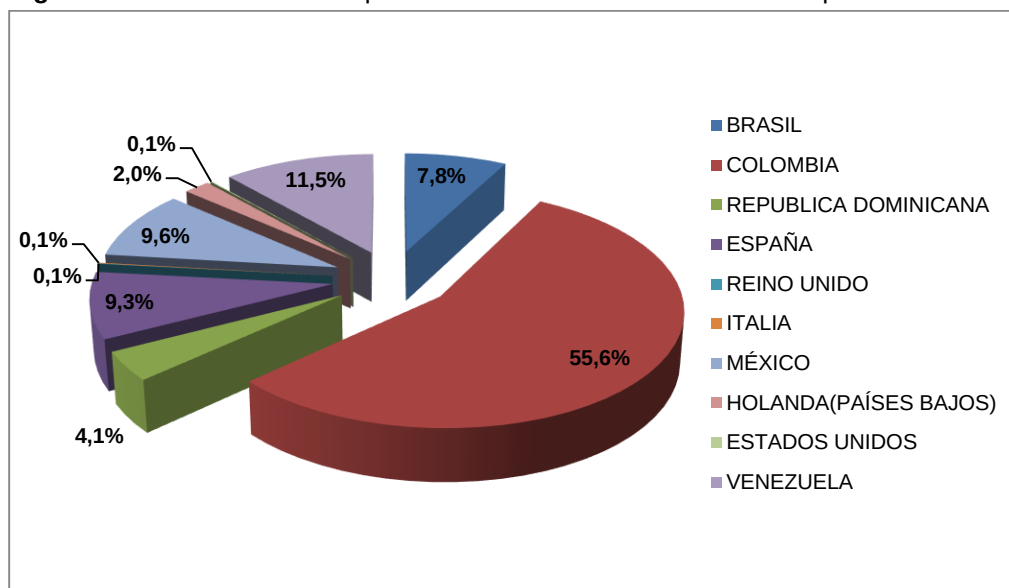
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Santiago Fuentala

El país ha exportado un total de 1,006,189 mil toneladas en el periodo 2012 – 2016, siendo el año 2016, el periodo donde la cantidad exportada de este producto es mayor con 258,449 toneladas, con un crecimiento promedio anual

del 18.1%, lo que supone un aumento de los valores referenciales de exportación de este producto.

Figura 21: Destinos de las Exportaciones ecuatorianas de aceite de palma



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado Por: Santiago Fuentala

Entre los principales mercados que el país tiene identificados para considerarlos como destinos de exportación de aceite de palma son principalmente Venezuela, Colombia, México, Países Bajos, República Dominicana y Brasil, de conformidad con los datos expuestos en la página electrónica del Banco Central del Ecuador.

En los últimos 5 años, las exportaciones mundiales de aceite de palma han generado un incremento porcentual muy positivo, y está representado por aproximadamente un 31% de crecimiento a causa de la demanda existente en los mercados extranjeros resultando positivo para el desarrollo del sector agropecuario ecuatoriano.

3.9.2.3. Análisis del factor social

Se conoce que el Ecuador es reconocido como una comunidad histórica, dueña de una gran riqueza cultural, por tal motivo, los pueblos ecuatorianos son distinguidos por los distintos pisos ecológicos existentes, es decir, el

oportuno aprovechamiento de la riqueza que brinda el entorno, generando la oportunidad de diseñar un calendario agrícola.

Cuadro 12: Indicadores básicos Ecuador

Capital	Quito
Principales Ciudades	Guayaquil, Cuenca
Población (2016)	16.138.430
Crecimiento poblacional	1.37%
Moneda	Dólar americano
Tipo de Cambio	1 USD
Idioma	Español
Situación Geográfica	Norte: Colombia Sur y Este: Perú Oeste: Océano Pacífico
Clima	Ecuador tiene un clima tropical que varía con la altitud y las regiones. El clima puede ser muy variable en el mismo día, pero suele ser muy agradable con una sensación de eterna primavera

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Elaborado Por: Santiago Fuentala

3.9.2.4. Análisis del factor tecnológico

El sector agrícola ecuatoriano se ha caracterizado por el reducido uso de tecnología. Sin embargo, en este sector la dinámica del desarrollo tecnológico es una característica constante en la última década. Puesto que han innovado y se han modernizado en cuanto a las técnicas de producción, desde la siembra de la palma hasta todos los procesos de transformación, para lo cual han jugado un rol fundamental las políticas de investigación permanentes implementadas por el sector privado involucrado. Según la revista ANCUPA N° 23, Ecuador País Palmicultor, indica que el sector palmicultor “tiene importantes inversiones en toda la cadena productiva desde bienes de capital, material genético, transferencia de tecnología” (p.5).

En esta última década el Estado, a través de sus instituciones, ha ayudado al palmicultor mediante la intervención del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), con capacitación a los pequeños palmicultores y les brindan asistencia técnica para mejorar su producción, además el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), les ayuda dándoles semillas o plantas de palma africana que son de

buen calidad para incrementar su producción, el Banco Nacional de Fomento (BNF) ha colaborado a este sector dando créditos para financiar sus plantaciones ya que se necesita bienes de capital como tractores, mangueras de riego, herramientas para recopilar los frutos y vehículos para el traslado de sus productos, lo cual son necesarios para incrementar su producción y a la vez aumentar sus recursos económicos.

3.9.2.5. Análisis del factor ecológico

Ecuador es un país netamente agricultor, la mayoría de sus ingresos son originarios de este sector, como el banano, el cacao, café, entre otros, pero en los últimos años, se ha incrementado en gran magnitud, la producción de y comercialización de aceite de palma, según ANCUPA, en su revista N° 23, Ecuador país Palmicultor, el país, ocupa el segundo lugar en Latinoamérica en la producción de aceite crudo de palma y el séptimo productor a nivel mundial, a pesar de que los productores de más de 1.000 hectáreas tienen el liderazgo en la industria de la palma, el 87% produce menos de 50 hectáreas.

Por otra parte, la tasa de deforestación del Ecuador ocupa el noveno puesto en la escala de FAO como una de las más altas del mundo y la más alta de América del Sur; una de los sectores que más afectado al ambiente es la industria del aceite de palma, debido a que las fincas donde se cultiva palma africana están involucradas en la deforestación y por promover la precarización del trabajo. Sin embargo, el gobierno ve a las compañías de palma de aceite como una fuente de empleo y desarrollo para una región pobre. (FAO, 2015).

Aunque para el gobierno es difícil determinar la responsabilidad de la palma de aceite en esta deforestación, ciertamente algunas partes del bosque seco fueron deforestadas para las plantaciones de aceite de palma. Según datos del Ministerio del Ambiente, la región más preocupante es la provincia costera de Esmeraldas, especialmente el bosque húmedo biodiverso, como se indica a continuación:

Figura 22: Deforestación en Ecuador



Fuente: Ministerio del Ambiente (2016)

Elaborado Por: Santiago Fweltala

La figura anterior, muestra las grandes áreas deforestadas, especialmente en San Lorenzo, en el norte. Al parecer, la palma de aceite es, en gran medida, responsable de esta situación, aunque los hacendados sostienen que las compañías de madera fueron los responsables de la deforestación inicial. La expansión de la palma aceitera en San Lorenzo y la deforestación resultante, es percibida en gran medida, tanto por el Movimiento Mundial por los Bosques (WRM) y la FAO, como un problema de debilidad contra la presión de las poderosas compañías. (Ministerio del Ambiente, 2016).

Actualmente, el país cuenta con una política que pretende cuidar estas zonas, además se ha propuesta una mejora en el cultivo de palma de aceite que evite la deforestación de bosques especialmente en Esmeraldas.

3.9.2.6. Análisis del factor legal

Las actividades de cultivo y comercialización de palma en Ecuador se rigen bajo las normas contenidas en la Ley de Desarrollo Agrario y las regulaciones del Texto Unificado de Legislación Secundaria.

Estas leyes son normas marco que regulan aspectos relativos tanto a la extracción, procesamiento y comercialización interna y externa de palma, cuanto al control de los efectos ambientales y a la salud humana relacionados con dicha actividad. Sin perjuicio del cumplimiento de los cuerpos legales mencionados, existen otras normas específicas de carácter regional, nacional y local que tratan aspectos relacionados con el cultivo de palma y su comercialización.

A continuación, se describen las normas que mayor impacto tienen en dicha actividad:

3.9.2.6.1. Ley de Desarrollo Agrario

La Ley de Desarrollo Agrario, expresa como principios fundamentales preservar el crecimiento sustentable de la economía y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo. De igual forma se menciona la preservación del medio ambiente y la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país. La LDA dispone de determinadas condiciones para la explotación de la tierra relacionada con el uso de los recursos naturales, así por ejemplo el Artículo 16 menciona la prohibición de importación y comercio de insumos, semillas, equipos y tecnología que hayan sido calificados como nocivos para la preservación ecológica.

Además, en su artículo 20, la Ley establece la distribución equitativa de los beneficios económicos. Por otra parte, la LDA establece también la formulación y ejecución periódica de mecanismos de capacitación a fin de potenciar, innovar, registrar y transmitir las técnicas y conocimientos ancestrales de las comunidades locales. De esta forma el régimen agropecuario dispone expresamente el desarrollo de programas de investigación a fin de potenciar, innovar registrar y transmitir nuevas técnicas de producción dentro de un marco de manejo sustentable de los recursos naturales.

3.9.2.6.2. Reglamento General a la Ley de Desarrollo Agrario

El Reglamento General a la LDA tiene como objetivos el fomento, desarrollo, protección y perfeccionamiento de la reforma agraria integral mediante mecanismos como la capacitación, el acceso a la tierra en aplicación de la LDA, el uso y manejo racional en el aprovechamiento de los recursos, la construcción de obras de infraestructura agraria, rehabilitación de los suelos y la educación técnica y tecnológica agraria.

El reglamento establece también las regulaciones sobre la concesión de créditos agrícolas, así como estímulos de mercado, financieros y tributarios para determinadas actividades agrícolas que requieran de apoyo estatal.

3.9.2.6.3. Decisión Andina 182 Sistema Andino sobre Agricultura, Seguridad Alimentaria y Medio Ambiente.

Este instrumento legal suscrito por los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones tiene como objetivos generar una política regional para proteger al sector agrícola y alcanzar una mayor seguridad alimentaria. En relación con el medio ambiente, el artículo 15 dispone el compromiso de los países para establecer mecanismos que permitan el uso y manejo racional de los suelos, bosques, fauna y flora; proteger las cuencas hidrográficas, bosques y pastos circundantes; incrementar programas de educación ambiental; generar acuerdos y establecer sistemas y convenios para la protección y defensa de las áreas marítimas de la contaminación y la conservación de sus recursos biológicos.

3.9.2.6.4. Decisión Andina 328 Norma de Sanidad Agropecuaria Andina

Esta norma regula el sistema sanitario andino en materia agropecuaria, las regulaciones a su vez deberán mantener armonía con la legislación de cada país. De manera específica la Norma tiene como objetivos: la coordinación y desarrollo de acciones de sanidad agropecuaria subregional; la participación en posiciones conjuntas en temas técnicos o comerciales sobre sanidad agropecuaria en las negociaciones comerciales con terceros países y la

armonización de las legislaciones fitosanitarias y zoosanitarias entre los países miembros.

3.9.2.6.5. Resolución No. DPC 2001-01 Regulación del Instituto Ecuatoriano de Normalización no. DP y M y PC 96-01.90

Esta resolución incluye una lista de bienes y servicios sujetos a control que deben cumplir con las normas técnicas ecuatorianas INEN obligatorias y los reglamentos técnicos. En el Capítulo III, artículo 4 se establecen los productos oleaginosos que deben someterse a esta regulación y se incluye al aceite de palma.

3.9.2.6.6. Ordenanza Municipal No. s/n Cantón Quinindé para la Prevención y Control de la Contaminación de los Ríos Producidas por las Descargas Líquidas Industriales y las Emisiones Hacia la Atmósfera.

La ordenanza establece que las industrias especialmente extractoras de aceite rojo de palma africana presentarán el programa y el plan de instalación de sistemas de tratamiento de aguas residuales y controles de emisiones a la atmósfera a las dependencias de la Dirección Municipal de Higiene y Medio Ambiente para su aprobación.

Es importante señalar que el uso correcto de las normas dependerá de la aplicación de ciertos principios reconocidos internacionalmente y que impiden restricciones encubiertas al comercio, entre ellos cabe citar el principio de transparencia y el principio de equivalencia, los cuales reconocen la obligación de los países de aplicar regulaciones de manera transparente y respetar una norma técnica como equivalente y válida cuando la misma cumple con el objetivo propuesto. Además, cualquier acuerdo comercial deberá ser congruente con los principios contenidos en la Constitución Política del Ecuador en cuanto a la soberanía del país respecto a sus prioridades ambientales y sociales, así como a sus instrumentos legales para cumplir con las mismas.

3.9.2.7. Análisis del factor cultural

La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a muchas diferentes etnias, por tanto, es muy diversa. Los grupos étnicos más grandes son los Mestizos y constituyen el 65 % de la población.

Los amerindios cuentan aproximadamente con el 25% de la población. El Pentecostés o los Criollos, son los descendientes puros de colonos españoles, cuentan con el 7 % de la población ecuatoriana. Una pequeña minoría de ecuatorianos afro, incluyendo entre estos a los Mulatos y Zambos, constituyen el resto. Aunque la mayor parte de la población, se encuentra dividida en partes iguales entre la Sierra y Costa, un pequeño porcentaje vive en las islas Galápagos (Archipiélago de Colon). (Ministerio de Turismo, 2016).

3.9.2.8. Análisis del factor geográfico

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas: la Costa, que comprende poco más de la cuarta parte del país; la Sierra, constituida por las alineaciones montañosas y altiplanicies andinas; el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes, y la región Insular, integrada por las islas Galápagos. La región de Galápagos comprende varias islas de origen volcánico. (Ministerio de Turismo, 2016).

Por la región de la Costa predominan las llanuras fértiles y las elevaciones de poca altitud, entre las que discurren numerosos ríos, muchos de ellos pertenecientes a la cuenca del Guayas, y sobresalen playas y balnearios de gran atractivo turístico, esta región cuenta con el clima perfecto para la producción de la palma africana, mismas plantaciones se encuentran distribuidas en toda la región.

La cordillera de los Andes atraviesa el país en sentido sur-norte. La región de la Sierra comprende las dos cadenas de la cordillera de los Andes, la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los

4.800 metros, y la estrecha meseta que se extiende entre ellas, conocida como valle interandino, que alcanza los 3.000 m de altitud. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2015).

3.9.3. Colombia

Colombia, es un país situado en la región noroccidental de América del Sur. Está constituido en un estado unitario, social y democrático de derecho cuya forma de gobierno es presidencialista. Esta república está organizada políticamente en 32 departamentos descentralizados y el Distrito capital de Bogotá, sede del gobierno nacional. El producto interno bruto de Colombia ocupa el cuarto puesto en América Latina y el puesto 28 a nivel mundial. El PIB nominal colombiano es el cuarto más grande de América Latina y ocupa el puesto 29 a nivel mundial. (Colombia.com, 2016).

3.9.3.1. Análisis del factor político

Colombia es un país ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, su gobierno ha sido capaz de impartir estabilidad pese al radicalismo político existente, mismo que ha desencadenado numerosos conflictos internos armados. Pese a esta situación el país cuenta con una fuerte política exterior, debido a que, mantiene diversos acuerdos comerciales, con la finalidad de generar una integración económica abierta, para acercarse con menos restricciones a mercados extranjeros.

Según la directora del Centro de Comercio Internacional, Arocha González (2015), Colombia cuenta con un esquema estratégico de integración económica, al ser miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), teniendo así una zona de libre comercio con Bolivia, Ecuador y Perú, además el Tratado de Libre Comercio (TLC), firmado con Estados Unidos, la Unión Europea y la Alianza del Pacífico.

En lo referente a política fiscal, el ministerio de Hacienda y Crédito Público es el encargado de apoyar la definición de políticas, planes y programas relacionados con el comercio exterior, además, de coordinar la administración

y el recaudo de los impuestos, rentas, tasas, contribuciones fiscales y parafiscales.

Para realizar la exportación y comercialización de aceite de palma al mercado colombiano, se debe resaltar que las barreras arancelarias para este producto de conformidad al acuerdo de Cartagena se eliminan, según el programa de liberación que se establece en dicho acuerdo, es decir, que a través de la presentación de un documento que abalice el origen de las mercancías del país miembro, para este caso el Certificado de Origen, se libera del pago de gravámenes. (DIAN 2016). Aunque existen algunas barreras no arancelarias, impuestas con el objetivo de garantizar la salubridad del producto:

- **Medidas Sanitarias**

Para la orientación y coordinación de la política sobre medidas sanitarias (MSF), Colombia cuenta con la Comisión Intersectorial de Medidas Sanitaria y Fitosanitarias, constituida por los Ministerios de Salud y de la Protección Social; Agricultura y Desarrollo Rural (MADR); Ambiente y Desarrollo Sostenible; y Comercio, Industria y Turismo (MCIT), además del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), que participan como invitados permanentes.

Colombia aplica las normas sanitarias regionales andinas y ha participado con los otros países de la CAN en esfuerzos para armonizar normas y procedimientos sanitarios en el comercio intrarregional andino y con terceros países a nivel regional andino, se han adoptado procedimientos comunes para expedir permisos y certificados sanitarios, así como normas para el registro, control, comercialización y uso de productos veterinarios.

- **Licencias automáticas**

Las licencias automáticas se utilizan para implementar los reglamentos que, entre otras cosas, protegen la sanidad animal y vegetal, la seguridad y el medio ambiente. Se requiere una licencia automática, también conocida como

registro de importación, para las importaciones que necesitan "vistos buenos" previos emitidos por entidades gubernamentales. Antes de solicitar la licencia de importación se debe de obtener cualquier autorización o permiso que se requiera para que el bien pueda ser importado, tales como certificados sanitarios.

La Dirección de Comercio Exterior del MCIT es la autoridad encargada de tramitar las licencias (los registros de importación). Estas pueden ser solicitadas en cualquier período del año y deben de ser tramitadas en forma electrónica, a través de la VUCE. Este trámite se tiene que hacer por lo menos con dos días de anticipación al levante de la mercancía. Si la mercancía llegara a puerto sin la licencia (registro de importación), esta puede aún ser tramitada. Si la licencia no fuera otorgada por ausencia de algún visto bueno o documento justificante, la mercadería tendría que ser reexportada o abandonada. En la actualidad estas licencias (registros) se expiden en un plazo de un día y tienen un costo aproximado de 15 dólares EE.UU.

- **Norma técnica colombiana NTC 431**

Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos que debe cumplir y los métodos de ensayo a los cuales debe someterse el aceite crudo de palma africana.

Requisitos generales

El aceite crudo de palma africana (*Elaeis guineensis*), debe cumplir con los siguientes requisitos:

- No debe contener sustancias extrañas;
- No debe contener sustancias destinadas a dar aroma, color o modificar sus características físico – químicas;
- No se debe mezclar con otros aceites y grasas;
- Debe tener el olor y el sabor característicos.

Requisitos específicos

El aceite crudo de palma africana (*Elaeis guineensis*), debe cumplir con los requisitos establecidos:

Cuadro 13: Requisitos físicos – químicos del aceite de palma

Requisitos	Maximo	Minimo
Densidad 50/20 °C	0.899	0.891
Indice de yodo	55	50
Indice de saporificacion	209	190
Indice de refraccion a °50	1.4560	1.454
Materia insaporificacion, en %	1.2	
Humedad y materia volatil en %	0.5	
Punto de fusion	40	34
Acidez expresada como acido palmico en %	5	
Impurezas insolubles, en %	0.10	

Fuente: Norma tecnica Colombiana NTC 431

Elaborado por: Santiago Fweltala

3.9.3.2. Análisis del factor económico

Colombia se caracteriza por tener una economía emergente destacada en el panorama internacional gracias al fuerte crecimiento que ha experimentado en la última década y al gran atractivo que ofrece a la inversión extranjera, participa en varias organizaciones y comunidades internacionales en busca de cooperación y consolidación de acciones para el desarrollo económico. A continuación, se detallan los principales indicadores económicos de este país:

Cuadro 14: Indicadores económicos

PIB (2016)	USD 660.4 mil millones.
Crecimiento PIB (2016)	2.2%
PIB per cápita (2016)	USD 14200 mil millones.
Composición del PIB por sector (2016):	Agricultura: 6.9% Industria: 34% Servicios: 59.1%
Tasa de inflación (%) (2016)	7.8%
Tasa de desempleo (%) (2016)	9.5%

Fuente: CIA -World Factbook,(2017)

Elaborado Por: Santiago Fweltala

La economía colombiana durante 2016 creció 2,2% en comparación con 2015 y sólo en el cuarto trimestre del año pasado la expansión del Producto Interno Bruto fue de 1,3%. Por grandes ramas de la economía, los servicios aportaron al PIB en un 59.1%, la industria en un 34%, y la agricultura en un 6,9%. Los demás sectores crecieron por debajo de la media nacional. El director del

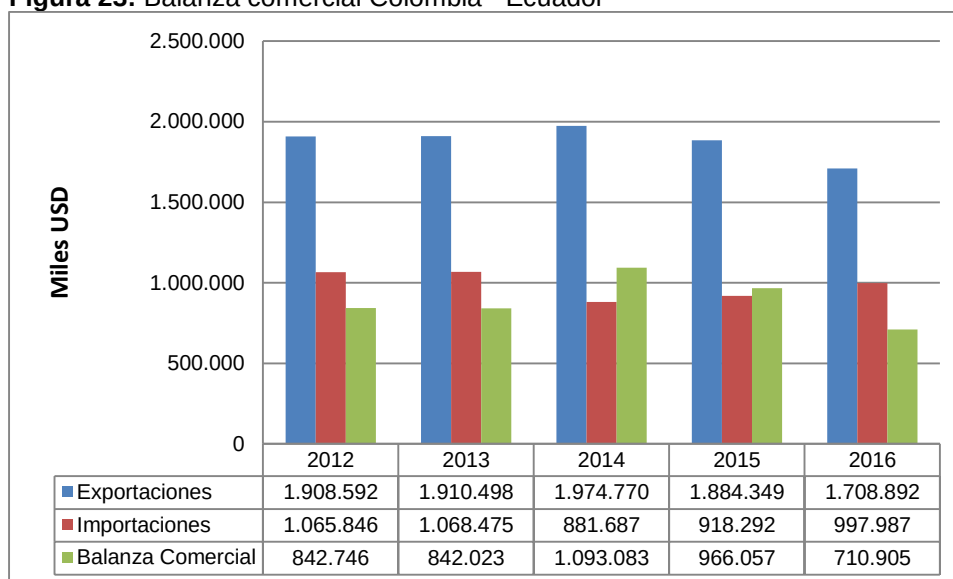
Dane, Mauricio Perfetti del Corral, señaló que en el cuarto trimestre de 2016 la economía colombiana completa 13 periodos consecutivos con tendencia creciente. En el último trimestre de 2016, el PIB fue impulsado por el agro, con una expansión de 4,8% frente a 2015.

Por otro lado, la inflación para el año 2016 fue de 7.8, %, que comparada con la del 2015, refleja un incremento de 2,8 puntos porcentuales, según el director del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE, Mauricio Perfetti, esta cifra es la más alta desde el año 2008, considerando la desaceleración económica que actualmente atraviesa el país. La tasa de desempleo, en cambio se ubicó en 9.5 %, considerada la cifra más baja en esta materia, reportada en los últimos 15 años, comparada con la del año 2015, tuvo un ascenso de 0.6 puntos porcentuales.

Según los datos del Fondo Monetario Internacional, en su informe titulado Perspectivas económicas: Las Américas, en Colombia, la desaceleración económica ha continuado en forma ordenada, observándose una adaptación de la demanda interna a la caída de los precios de las materias primas y a la aplicación de una política ligeramente más restrictiva, y la depreciación del peso ha empezado a impulsar la actividad industrial. Las presiones inflacionarias han comenzado a atenuarse y el ciclo de aumentos iniciado por el banco central ha preservado adecuadamente el anclaje de las expectativas de inflación a mediano plazo. Tras la desaceleración a un crecimiento del 2,2% registrada este año, se prevé que el crecimiento ascienda a 2,7% el próximo año.

De igual manera es necesario determinar la balanza comercial, definida como un registro total de las exportaciones e importaciones de un país en un determinado periodo, esta balanza se considera el complemento de la balanza de pagos, ayudando así a determinar las relaciones comerciales que existe entre Colombia y Ecuador.

Figura 23: Balanza comercial Colombia - Ecuador



Fuente: DANE, DIAN, estadísticas (2017)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Como se puede observar el grafico anterior, los datos reflejados en la balanza comercial entre ambos países, reflejan que las exportaciones tienen incrementos constantes desde el año 2012 – 2014, existiendo un decrecimiento para el año 2015, tomando como referencia todos los productos exportados desde Colombia hacia Ecuador, entre ellos: los atunes, camarones, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, aceites vegetales, entre otros. Por otra parte, las importaciones entre Colombia y Ecuador, tienen un incremento desde el año 2012 – 2013, pero en el año 2014 decrece un 0.27%, en este año Colombia bajo su adquisición de productos provenientes desde Ecuador.

Tomando en cuenta los datos anteriormente mencionados, la balanza comercial, indica un superávit, debido a que, las exportaciones son mayores a las importaciones.

3.9.3.3. Análisis del factor social

Colombia es un país de ubicado en la zona noroccidente de América Latina, poseedor de muchos recursos naturales, esta nación ha logrado desarrollarse económicamente a nivel mundial con sus diferentes gamas de productos, entre estos la exportación e importación de aceite vegetales, como el de palma

africana, mismo que se utiliza principalmente en la elaboración de biocombustibles.

Colombia, además es un país que posee una gran riqueza cultural, que se expresa, entre otros aspectos, en la presencia de más de 80 pueblos indígenas que mantienen vivas sus lenguas y costumbres, que promueven la creación y movilización de productos culturales locales, nacionales e internacionales, a continuación, se presenta un resumen de los principales indicadores:

Cuadro 15: Indicadores básicos Colombia

Capital	Bogotá
Principales Ciudades	Cartagena,
Población (2016)	48.747.632
Crecimiento poblacional	1,07%
Moneda	Peso colombiano (\$)
Tipo de Cambio	1 USD = 2,930 COP
Idioma	Español
Situación Geográfica	Noroccidente: Panamá Sur: Ecuador y Perú Oriente: Venezuela y Brasil
Clima	Existen dos tipos de climas, que van desde los más calurosos a 30 °C en las costas y llanuras hasta lo más frío, temperaturas bajo 0 °C en los picos de las montañas de la Cordillera de los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Elaborado por: Santiago Fweltala

3.9.3.4. Análisis de factor tecnológico

Colombia cuenta con una Política Nacional de Fomento a la Investigación y la Innovación, la cual tienen como fin crear las condiciones para que el conocimiento sea un instrumento de desarrollo, buscando contribuir a dos objetivos económicos y sociales primordiales: acelerar el crecimiento económico y disminuir la inequidad.

La Corporación Colombiana de investigación Agropecuaria (CORPOICA), junto con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), han plantado una serie de proyectos que van encaminados asegurar la competitividad global a largo plazo con un uso óptimo de los factores de producción para la generación de valor agregado, que ha beneficiado de manera especial al

sector de extracción de aceites vegetales. CORPOICA dispone de una estrategia integral para la socialización de los productos y procesos tecnológicos.

El Ministerio de Agricultura priorizó la investigación y el cambio tecnológico agropecuario como uno de los mecanismos para preparar al sector agropecuario para afrontar el Tratado de Libre Comercio (TLC). Con el apoyo de un crédito del Banco Mundial y los recursos para investigación de los gremios conformó un fondo concursal. La articulación entre el Ministerio y COLCIENCIAS permite la coherencia en el plan estratégico y se están desarrollando los mecanismos para coordinar acciones conjuntas y de capacitación de investigadores. Adicionalmente, se ha trabajado conjuntamente en los planes prospectivos de las cadenas productivas, así como en los formatos, la metodología de evaluación y el intercambio de información.

El cultivo de aceite de palma en Colombia, en las últimas décadas ha tenido grandes avances agrotecnológicos entre los cuales se puede mencionar: renovación de plantaciones sin erradicación, material genético avanzado, fertilización en relación al tipo de suelo, procesamiento hacia abajo, insectos polarizadores, control integrado de plagas, nuevos usos finales, apertura de los mercados internacionales para los productos de la palma aceitera, organización de la cosecha, control de malezas con leguminosas intercaladas con la palma, distribución de la tecnología, comunicación electrónica, sostenibilidad de la producción agrícola, reciclaje de los desechos industriales de la palma, organización de los productores pequeños y medianos, para industrializar sus productos y llegar directamente a los mercados internos como al mercado externo. (Miranda, 2015).

3.9.3.5. Análisis del factor ecológico

En el sector de la palma ha prevalecido un modelo empresarial vertical, en el que todos los procesos que van desde la plantación hasta el producto refinado están integrados, lo que, por otro lado, requiere una capacidad de inversión grande. Este modelo ha beneficiado a los inversores y a las empresas, pero

no a los pobladores. Como era de esperar, para mantener los costes laborales bajos y aumentar las ganancias de las empresas, las condiciones de trabajo en las plantaciones son arduas, los salarios por debajo de los mínimos legales. Además, el mega-cultivo de palma implica la pérdida de bosques tropicales y de su riqueza en biodiversidad, en Colombia los gigantescos incendios forestales, son causados por las grandes empresas palmicultoras. El cultivo de palma convierte el territorio en un “desierto verde”, secando los afluentes naturales de agua y los humedales, la deforestación previa, junto a la utilización masiva de fertilizantes e insecticidas, originan una grave contaminación y una enorme pérdida de biodiversidad. (Ministerio del Medio ambiente, 2016).

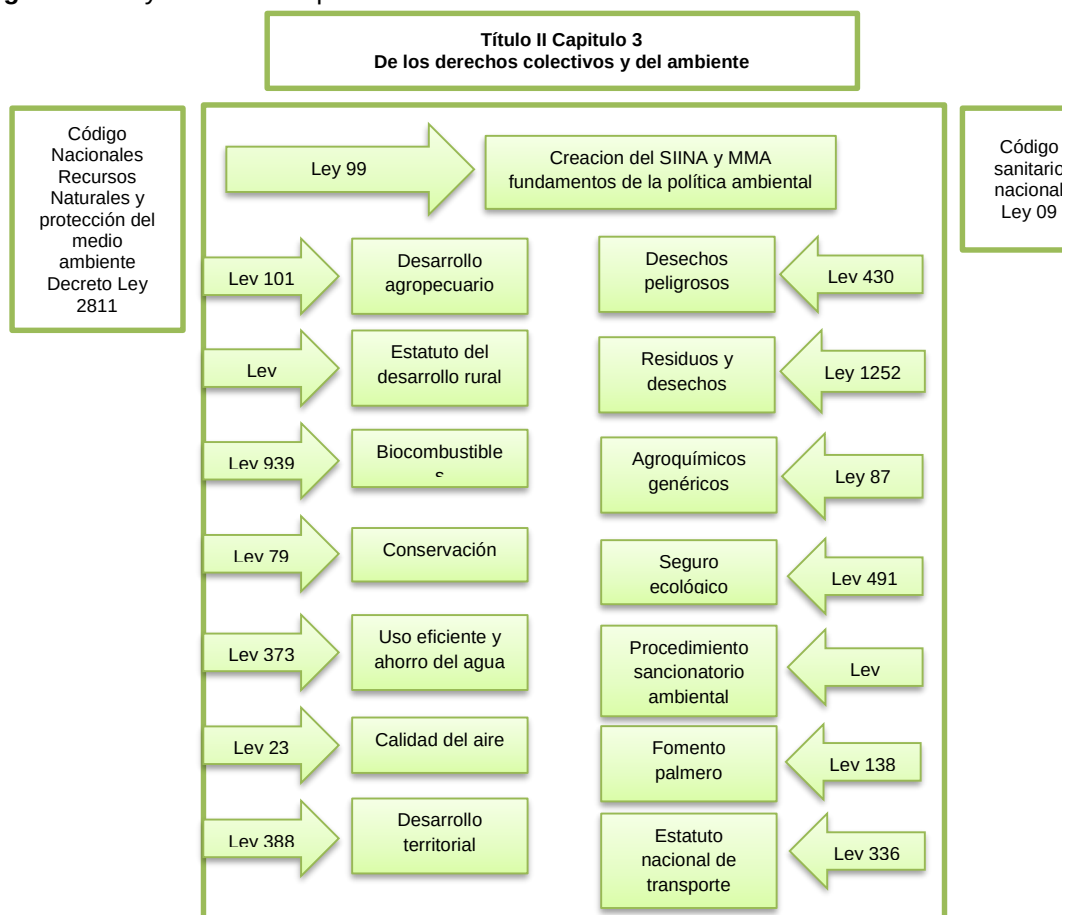
3.9.3.6. Análisis del factor legal

La preocupación por los problemas ambientales no sólo del país sino del mundo y el compromiso adquirido al adoptar diferentes acuerdos internacionales, ha llevado a Colombia a desarrollar un marco político y jurídico importante. Es así como se adoptó el Código Nacional de los Recursos Naturales y Protección al Medio Ambiente, asimismo, han surgido desde el nivel central dos documentos de política que propenden mejorar ambientalmente la producción agropecuaria en el país.

Dentro de los documentos de política ambiental, también es importante resaltar el desarrollo del subsector palmero y de los biocombustibles en Colombia, el Consejo Nacional de Política Económica y Social generó el documento Conpes 3477 de 2007 el cual plantea la estrategia para el desarrollo competitivo del sector palmero colombiano y el Conpes 3510 de 2008 el cual define los lineamientos de política para promover la producción sostenible de biocombustibles en Colombia. (Ministerio del Medio Ambiente, 2016).

De otra parte, se han emitido una serie de leyes, decretos y resoluciones sobre las cuales se deben soportar los procesos de planificación y gestión de los proyectos palmeros y el procesamiento de sus subproductos, como se indica a continuación:

Figura 24: Leyes del sector palmero colombiano



Fuente: Guía ambiental de Colombia, FEDEPAL (2015).

Elaborado Por: Santiago Fweltala

3.9.3.7. Análisis del factor cultural

La cultura colombiana está formada a partir de la herencia de los pueblos indígenas presentes en el territorio desde tiempos ancestrales, las tradiciones españolas adoptadas durante la época colonial y las costumbres africanas incorporadas por los esclavos que llevaron los conquistadores. Esta mezcla de culturas constituye una sociedad con rasgos comunes al resto de países latinoamericanos, pero a la vez, muy diferentes.

La gastronomía es una expresión más de esa diversidad con ciertos rasgos comunes a todo el territorio. Las arepas, unas tortas de harina de maíz, son uno de los platos más conocidos, tanto dentro como fuera de sus fronteras. Las frutas también tienen una importante presencia en la dieta de los colombianos. La variedad es tan extensa que algunas no son conocidas fuera del país, e incluso las hay que se consumen solo en determinadas regiones.

En cuanto a las bebidas, el café tiene un lugar especial en el corazón de los colombianos. Son grandes amantes de esta bebida y su calidad es excelente, siendo un producto muy cotizado por grandes marcas internacionales. (Arango, 2015).

3.9.3.8. Análisis del factor geográfico

Colombia es un país con una amplia diversidad de climas. Su posición geográfica, las características físicas del terreno y el hecho que la totalidad de su territorio se ubique en una franja donde convergen los aires cálidos y húmedos, provenientes de las latitudes del Norte y del Sur (denominada Zona de Convergencia Intertropical), son algunos de los factores que explican este hecho.

Colombia está ubicada directamente sobre la línea ecuatorial, al noroeste de America del Sur, su posición la sitúa directamente sobre la zona tórrida, la latitud 04 ° 00 N y la longitud de 72 ° 00 w, por lo que, los rayos solares caen sobre ella en forma relativamente vertical durante todo el año; por este hecho, Colombia debería tener un clima extremadamente caluroso, pero gracias a la interacción de otros factores como la humedad y el relieve, se logra contrarrestar los efectos de la radiación, permitiéndonos contar con un mosaico de climas. Esta ubicación geográfica se ve influenciada por dos factores, la radiación solar y zona de convergencia intertropical. (Garcia, 2014).

3.10. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DE LA INDUSTRIA DEL ACEITE DE PALMA

Para el análisis del microentorno de la industria del aceite de palma se tomó como herramienta de análisis las cinco fuerzas de mercado, definidas por Michael Porter, en el libro titulado "Estrategia Competitiva", como "el modelo para identificar los cinco factores fundamentales dentro de una industria, los cuales, hay que aprender a controlarlos muy bien para sobrevivir en el mercado, de tal manera que lleven al éxito tomando en cuenta altas tasas de rentabilidad" (p. 89). Porter además, menciona que en la industria existen dos

tipos de competencia, la positiva y la destructiva, la primera es cuando un competidor busca diferenciarse del resto en vez de acaparar todo el mercado y la otra es justamente todo lo contrario pues todas las empresas ofrecen lo mismo. Para lo cual es necesario elaborar estrategias y aplicarlas correctamente para tener éxito y derrotar a la competencia y sobretodo posicionarnos sólidamente dentro de la industria.

3.10.2. Posibles clientes

Luego de haber realizado el análisis del mercado colombiano de aceite de palma, se obtuvo que existen empresas que demandan de este tipo de productos, se identificó que los clientes adecuados son las empresas dedicadas a la extracción y comercialización de aceite crudo de palma, las mismas que se encuentran establecidas en la zona sur de Colombia. Es así, según datos proporcionados por el departamento de Información de Importadores y Exportadores de Colombia (2016) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), las siguientes empresas podrían considerarse como posibles clientes:

Cuadro 16: Empresas importadoras de aceite de palma

Empresa	Departamento	Ciudad
EXTRACTORA DEL SUR DE CASARANO S.A.S	Nariño	Pasto
ACEITES MANUELITA S.A	Nariño	Tumaco
EXTRACTORA SANTA FE S.A.S	Nariño	Tumaco
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	Nariño	Tumaco
PALMACEITE S.A	Caqueta	Morelia
AGROINDUSTRIAS DEL SUR DEL CESAR LTDA	Caqueta	Valparaíso
PALMAS DE TUMACO S.A.S	Nariño	Tumaco
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJO	Caqueta	Valparaíso
PALMEIRAS COLOMBIA S.A	Nariño	Tumaco
SALAMANCA OLEAGINOSA S.A	Nariño	Tumaco
CONFECAMPO	Caqueta	Belén de los Andaquíes
BRAGANZA	Nariño	La Unión
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	Nariño	Pasto

Fuente: Estadísticas DANE (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuelta

De acuerdo al listado obtenido por la DANE y al formulario aplicado a dichas empresas, se pudo obtener que únicamente cuatro de estas empresas estarían dispuestas a importar el producto de palma africana, entre estas tenemos:

Cuadro 17: Empresas importadoras seleccionadas

Empresa	Departamento	Ciudad
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	Nariño	Tumaco
PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S	Nariño	Tumaco
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJO	Caqueta	Valparaíso
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	Nariño	Pasto

Fuente: Estadísticas DANE (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

3.10.2.1. Selección del cliente

Una clave para definir un mercado es encontrar en este, características demográficas muy específicas o un problema o necesidad muy concreto, por lo cual, es pertinente evaluar diversos factores que permitan establecer la competitividad en el mercado de palma africana, como la adquisición de producto ecuatoriano, considerado el factor principal para la selección del cliente, la forma de pago que el importador maneja para la cancelación por la venta del producto, el precio que la empresa está dispuesta a pagar por la compra del aceite de palma y la frecuencia de importación. Para realizar la ponderación, cada factor tendrá una asignación categórica de 1, 2, 3, 4 para la cuantificación de malo, medio, medianamente alto, y alto respectivamente.

Tabla 22: Matriz de ponderación clientes

Indicadores	Importancia para el proyecto		Agropecuaria Santamaría S.A		Palmeiras Colombia S.A		Procesadora de Aceite Oro Rojo		Oleaginosas Las Brisas S.A	
	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
Adquisición de producto Ecuatoriano	4	0.22	1	0.22	4	0.89	1	0.22	1	0.22
Condiciones de entrega	3	0.17	3	0.50	3	0.50	2	0.33	2	0.33
Forma de pago	3	0.17	2	0.33	2	0.33	1	0.17	2	0.33
Precios	4	0.22	4	0.89	4	0.89	3	0.67	3	0.67
Frecuencia de importación	4	0.22	2	0.44	4	0.89	3	0.67	3	0.67
Total	18	1.00		2.39		3.50		2.06		2.22

Fuente: Información de Importadores y Exportadores de Colombia-2016

Elaborado Por: Santiago Fuentala

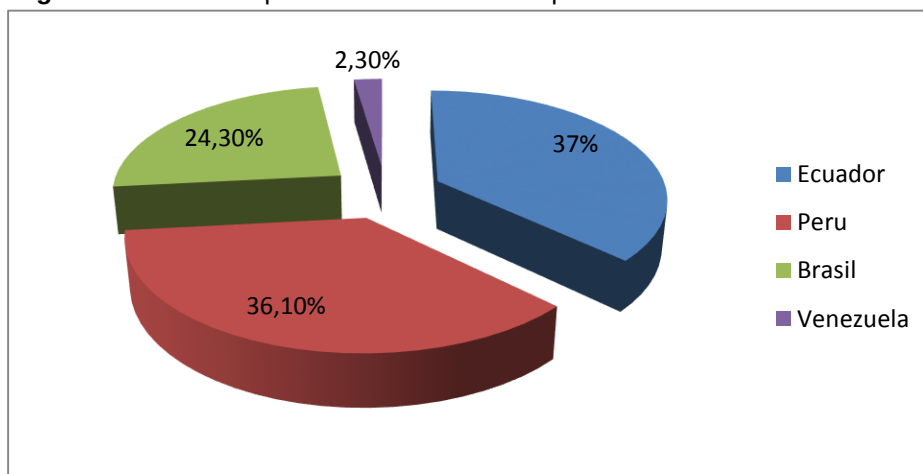
Una vez realizada la ponderación y de conformidad con las características de los indicadores, se puede concluir que el importador apropiado para llevar a cabo la importación de aceite de palma es Palmeiras Colombia S.A.S.

La adquisición de producto ecuatoriano es el principal indicador que se ha tomado en cuenta, además de las condiciones de entrega que definen claramente las responsabilidades tanto para el exportador como para el importador, existe facilidades en las condiciones de pago, los precios a los que están dispuestos a pagar por el producto resulta competitivo en el mercado, mantiene una frecuencia de importación constante.

3.10.3. Posibles competidores

En el mercado destino, es necesario identificar a la competencia, que puede llegar a afectar de manera directa la comercialización del aceite de palma ecuatoriano además de identificar cual es la participación de estas en el mercado. Así según datos estadísticos del DANE los principales países exportadores de aceite de palma son: Ecuador, Perú, Brasil y Venezuela, los cuales cuentan con una gran participación en el mercado colombiano:

Figura 25: Países exportadores de aceite de palma



Fuente: Estadísticas DANE (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

De acuerdo a las estadísticas del DANE, Ecuador ocupa el primer lugar como exportador de aceite de palma a Colombia, con una participación del 37% de mercado, como se mostró en el grafico anterior. Este porcentaje es representable, ya que, si se hace un análisis de la tasa de crecimiento anual,

sobre este sector, se determinará que Ecuador ha crecido de manera positiva, lo que quiere decir que existe gran aceptación de este producto por parte del mercado colombiano.

3.10.4. Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen de manera similar las necesidades y preferencias de las personas. Dentro del grupo de las oleaginosas como principales productos sustitutos del aceite de palma son:

Cuadro 18: Productos sustitutos

Producto	Presentación	Características
Aceite de Soya		Aporta importantes beneficios para mantener tu cuerpo sano, entre ellos, la capacidad de proteger tu corazón.
Aceite de Girasol		Posee cantidades moderadas de ácido oleico y fuente abundante de vitamina E, se considera también un potente antioxidante.
Aceite de Colza		Tiene grandes propiedades y puede ayudarnos a prevenir enfermedades cardiovasculares, dislipemias y aterosclerosis.

Fuente: Industria del aceite de palma

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Entre las oleaginosas nombradas, el principal producto sustituto o competidor es la soya, debido a su contenido relativamente alto de proteína comparado con otras plantas, tiene un alto contenido de aceite aproximadamente el 20% y su cantidad de proteínas bordea del 38 al 45%. El aceite comestible, es la mezcla de varios aceites, con el objetivo de que estos permanezcan en un estado líquido, ya que el aceite de palma por sus características químicas, se cristaliza en el frío, por tal razón, es necesario en el caso de la Sierra, mezclarlo con otras oleaginosas como es la soya, o el girasol.

3.10.5. Proveedores de aceite de palma

Cuadro 19: Proveedores de aceite de palma

Provincia	Empresas extractoras	Producción Anual Toneladas
Esmeraldas	ACEITEPLACER	18.984,00
	AEXAV	13.108,00
	AGRÍCOLA LA CONCORDIA	12.656,00
	AGROSEXTA	14.012,00
	AIQUISA	13.560,00
	ALESPALMA	18.080,00
	ALZAMORA CODOVEZ	21.696,00
	DANAYMA	19.436,00
	EPACEM 1	40.228,00
	INEXPAL	18.080,00
	LA MERCED	14.464,00
	NAPOLES	17.628,00
	OLEAGINOSAS DEL ECUADOR (FABRIL)	36.160,00
	PALCIEN	14.012,00
	PALDUANA	15.820,00
	PALESEMA	14.464,00
	PALMERAS DE LOS ANDES QUININDE	40.680,00
Santo Domingo	PALMERAS DE LOS ANDES SAN LORENZO	36.160,00
	PEXA	40.680,00
	TAFRAGONA	10.848,00
	UNIPAL	9.492,00
	VICHE	11.752,00

Fuente: ANCUPA, (2016)

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Las empresas extractoras ubicadas en la zona de mayor producción, se consideran como los principales proveedores de aceite de palma.

3.10.5.1. Selección del proveedor

Luego de la aplicación del formulario se pudo establecer que únicamente cinco de estas empresas están dispuestas a exportar una parte de su producción, a las cuales se realizó una ponderación, a través de diversos indicadores que representan el perfil que debe tener el proveedor para el mercado internacional de aceite de palma, entre los cuales se evaluó, la disposición de compra que tiene la empresa por producto ecuatoriano, que en si es el principal factor a tomar en cuenta en la selección del proveedor, también se tomó como referencia las condiciones de entrega del producto, considerando el término de negociación internacional, la forma de cobro, que se emplea después de realizar la negociación, los precios internacional al cual las empresas están vendiendo su producto, y finalmente la frecuencia de producción, que resulta de igual manera uno de los factores más importantes, cada uno de estos, tendrá una asignación categórica de 1, 2, 3, y 4, para la cuantificación de malo, medio, medianamente alto, y alto respectivamente, a criterio del investigador se colocó cada uno de los valores y se dio un porcentaje por cada una de las variables a considerarse, es así, que se analizó cada una de las empresas extractores y se obtuvo:

Tabla 23: Matriz de ponderación proveedores aceite de palma

Indicadores	Importancia para el proyecto		INEXPAL		LA MERCED		NAPOLIS		PALDUANA		PALESEMA	
	calif	pond	calif	pond	calif	pond	calif	pond	calif	pond	calif	pond
Disposición para importar	4	0.22	4	0.89	1	0.22	2	0.44	2	0.44	1	0.22
Condiciones de entrega	3	0.17	3	0.50	3	0.50	3	0.50	1	0.17	2	0.33
Forma de cobro	3	0.17	3	0.50	3	0.50	2	0.33	3	0.50	3	0.50
Precios	4	0.22	4	0.89	3	0.67	2	0.44	3	0.67	4	0.89
Frecuencia de producción	4	0.22	3	0.67	2	0.44	2	0.44	3	0.67	4	0.89
Total	18	1.00		3.44		2.33		2.17		2.44		2.83

Fuente: Información de Importadores y Exportadores

Elaborado Por: Santiago Fweltala

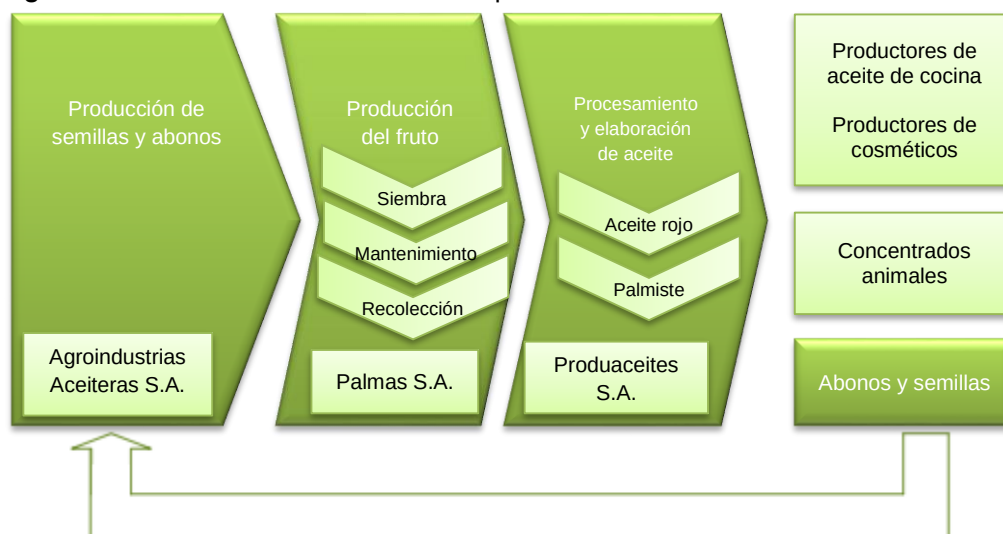
La ponderación numérica asignada refleja el valor promedio más alto de 3.4, para la empresa extractora INEXPAL, existiendo la posibilidad de que esta pueda acceder al mercado colombiano, de conformidad con el análisis de las condiciones necesarias y pertinentes para que el producto sea aceptado sin restricción alguna.

La empresa identificada, localizada en la provincia de Esmeraldas, cantón Quinindé, se encuentra dispuesta a realizar la importación de una parte de su producción total, cabe mencionar que esta empresa no realiza importaciones y su mercado es solamente el nacional, de igual manera se sujeta a las condiciones de entrega del producto tal como lo exija el cliente, tiene formas de cobro apropiadas que le facilitan la recaudación del dinero, los precios a los que está dispuesto a vender son muy competitivos en el mercado colombiano, mantiene una frecuencia de producción, permitiéndole aceite de palma durante todo el año.

3.11. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR ACTUAL

La palma africana presenta una cadena de valor compuesta por tres eslabones agroindustriales, mismo que se inician con el fruto de la palma, le sigue el aceite crudo de palma que es el producto industrial primario y sus fracciones que es el producto totalmente industrializado. Es importante mencionar que se deja de lado el análisis comercial del primer eslabón, debido a que por características físico-químicas el fruto de palma debe ser procesado casi inmediatamente después de ser cosechado.

Figura 26: Cadena de valor del aceite de palma



Fuente: COOPALMA, (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Producción de semillas y abonos

En el primer eslabón, de la cadena de valor se encarga de la producción de semillas y abonos, la palma africana se reproduce únicamente por semilla; sin embargo, hoy en día se experimenta para lograr propagarla asexualmente por medio del cultivo de tejidos. La obtención de semillas comerciales seleccionadas, es un paso muy importante para el establecimiento de plantaciones que proporcionen altos rendimientos.

Las semillas germinan después de permanecer de 60 a 80 días en calentamiento en el germinador en bolsas plásticas herméticas cerradas, a una humedad constante de un 22%. Entre 15 y 22 días después, están listas para sembrarse en el previvero. El germen recién brotado es muy frágil, por lo que debe manipularse con mucho cuidado.

- **Producción de fruto**

El siguiente eslabón en la cadena es la producción del fruto, para la cual la empresa empieza preparando el terreno, debe iniciarse anticipadamente con la eliminación de la vegetación existente, durante la época de seca, si el suelo está suave, no compactado, se puede plantar inmediatamente sin necesidad de mayor laboreo. Las palmas deben mantener una disposición triangular, de

tresbolillo, con 9 metros entre las plantas y 7.80 metros entre líneas. Esto da una densidad teórica de 143 plantas por hectárea. En realidad, por pérdida de espacio en caminos y canales, quedan sólo de 135 a 138 palmas por hectárea.

La producción de racimos se inicia entre los 30 y 36 meses después de plantada en el campo. La cosecha en la palma de aceite se realiza durante todo el año y para su ejecución es conveniente conocer los siguientes aspectos: frecuencia de cosecha, maduración óptima y controles de cosecha. La frecuencia o ciclos de cosecha, se refiere al intervalo entre cosechas en un mismo lote, la frecuencia está asociada con la edad de la palma y con las condiciones climáticas de la región. En general los ciclos oscilan de 7 a 15 días en palmas jóvenes y de 9 a 15 días en plantas adultas; en épocas lluviosas, los ciclos son más frecuentes que en épocas secas. La maduración óptima se refiere al momento en que los racimos logran mayor contenido de aceite y menor porcentaje de ácidos grasos libres.

Una plantación rinde aproximadamente de 15 a 20 toneladas de racimos de fruta fresca por hectárea y por año, lo que equivaldría de 2 a 4 toneladas de aceite y de 600 a 800 kg de almendras por hectárea al año. El rendimiento inicial es bajo, pero aumenta al crecer la palma hasta que se estabiliza la producción, alcanzando un máximo y finalmente seguido por una disminución. Esta curva de producción tendrá un comportamiento propio en cada parcela.

- **Procesamiento y elaboración de aceite**

El proceso de extracción del aceite crudo de palma se lleva a cabo en la planta de la empresa extractora. Inicia con la recepción del fruto, los racimos que llegan a las instalaciones de la planta extractora son pesados y, de acuerdo con los criterios de evaluación de la calidad del fruto se clasifican, pasando así a la esterilización que, por medio de vapor de agua saturada a presiones relativamente bajas, durante periodos que van de los 65 a los 90 minutos, dependiendo de la madurez de la fruta, van aumentando o disminuyendo la presión. Este proceso acelera el ablandamiento de la unión de la fruta, lo cual facilita su separación, la extracción del aceite y el desprendimiento de la almendra de la cáscara de nuez, luego se desgranar del racimo y se macera,

hasta formar una masa homogénea y blanda de la cual se extrae el aceite mediante prensas de tornillo sinfín. El licor de prensa se bombea al tanque clarificador en cual se realiza la separación del aceite y de las impurezas. En la prensa se produce la torta que se seca y se envía mediante un sinfín a la columna de separación de fibra-nuez y finalmente una vez realizados los controles de calidad en el laboratorio, el aceite es llevado a los tanques de almacenamiento para ser despachado a las industrias procesadoras.

3.12. ANÁLISIS FODA

El FODA, es una herramienta de análisis, esencial que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, durante un determinado periodo de tiempo. Esta matriz permite conocer de manera puntual los factores más relevantes recopilados luego de realizar el diagnóstico de la industria del aceite de palma en el mercado colombiano y ecuatoriano, por ende, cooperar en la toma de decisiones estratégicas para mejorar la situación actual por la que atraviesa este sector.

Cuadro 20: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Alta demanda del producto (F1) INEXPAL cuenta con oferta exportable y capacidad productiva (F2) Producto de excelente calidad (F3)	Apoyo para la extracción de aceite de palma impulsado por ANCUPA, FEDEPAL. (O1) Existencia de demanda efectiva del aceite de palma por parte de PALMEIRAS S.A.S (O2) Exportar sin la intervención de intermediarios. (O3)
Debilidades	Amenazas
Falta de conocimiento para proceso de exportación. (D1) Poco uso de tecnología para el área de Producción. (D2) Poco conocimiento sobre contratos de compra venta internacional con las exigencias del importador (D3)	Consumo de productos sustitutos. (A1) Políticas gubernamentales cambiantes (A2) Diferencia cambiaria (A3)

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

3.12.2. Estrategia para la comercialización de aceite de palma

El siguiente cuadro permite evidenciar las posibles estrategias que pueden utilizarse para llevar a cabo el proceso de comercialización y exportación de aceite de palma desde la provincia de Esmeraldas, cantón Quininde, por parte de INEXPAL; hasta la ciudad de La Unión en Colombia por PALMEIRAS S.A.S.

Cuadro 21: Estrategias de comercialización

	Fortaleza	Debilidad
Oportunidad	Estrategia F2 y O2 Aprovechar la disponibilidad de oferta exportable para satisfacer la demanda requerida por PALMEIRAS S.A.S	Estrategia D1 y O3 Proporcionar asesoría en comercio exterior para realizar el proceso de exportación
Amenaza	Estrategia F3 y A1 Informar las cualidades y características del producto. Establecer un estudio administrativo de la empresa exportadora	Estrategia D3 y A2 Realizar un contrato de compra venta internacional con las exigencias del importador estableciendo condiciones y restricciones para evitar los cambios y disposiciones gubernamentales de ambos países.

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

3.13. ANÁLISIS DEL MERCADO

Con el propósito de cuantificar las cantidades y condiciones, a continuación, se detallan algunos los indicadores que permitieron establecer las características primordiales del mercado de aceite de palma.

3.13.2. Análisis de la Oferta

3.13.2.1. Producto

Cuadro 22: Ficha técnica del producto

Nombre comercial del producto	Aceite crudo de palma
Subpartida Arancelaria	15.11.1000
Descripción sub-partida	Aceite de palma en bruto
Unidad de medida	Kilogramo (kg)
Características del aceite de palma	El aceite de palma es un aceite de origen vegetal que se obtiene del mesocarpio de la fruta de la palma <i>Elaeis guineensis</i> . El aceite crudo de palma es una rica fuente de vitamina A y de vitamina E

Fuente: PROECUADOR, (2015)

Elaborado por: Santiago Fweltala

El Aceite de palma es de origen vegetal, obtenido por prensado mecánico del mesocarpio de la fruta de la palma africana (*Elaeis guineensis*), el aceite obtenido es utilizado como materia prima por las empresas refinadoras, quienes lo utilizan fundamentalmente en la producción de aceites para mesa y cocina, margarinas, mantecas, jabones y es de igual utilidad en la industria del cuero, del acero y de textiles. (PROECUADOR, 2015). Este aceite

presenta un color rojo y es una rica fuente de vitamina A y posee cantidades de vitamina E. El Aceite de palma está compuesto de:

- 40 – 48% ácidos grasos saturados, principalmente palmítico.
- 37-46% ácidos grasos mono insaturados, principalmente oleico.
- 10% ácidos grasos poli insaturados.

3.13.2.2. Producción de aceite de palma

La producción de aceite de palma, según datos de la investigación realizada, a las empresas extractoras, depende de la cantidad de fruta que se procese, es así que, se tiene los datos del rendimiento de cada hectárea plantada, representado en toneladas, cabe indicar que los valores corresponden a las toneladas de aceite de palma luego del proceso de extracción, considerando aquellas empresas que únicamente venden su producción a nivel nacional y quieren expandir su mercado a nivel internacional.

Tabla 24: Producción de aceite de palma

Empresa	Rendimiento por hectárea	
	Hectárea	Rendimiento
INEXPAL	65	69%
LA MERCED	32	54%
NAPOLES	24	70%
PALDUANA	34	45%

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fuelta

La empresa INEXPAL, cuenta actualmente con 65 hectáreas sembradas de palma africana, que representan el 69% de la producción total de aceite de palma.

3.13.2.3. Precios de la oferta

El precio del aceite de palma en el país, es determinado por la Fundación de Fomento de Exportaciones de Aceite de Palma y sus Derivados de Origen Nacional (FEDAPAL). Esta empresa fue creada en vista del gran crecimiento de esta actividad en el Ecuador, siendo su principal función la de promover las exportaciones de productos derivados de la palma africana, por lo que se

considerada el brazo comercializador de la Asociación Nacional de Cultivadores de Palma Africana (ANCUPA.).

El precio del aceite crudo de palma en el 2016, en el mercado nacional fue de 680 dólares por TM, mientras que el precio de la fruta de palma fue de 90.61 dólares por TM, cabe señalar que el precio de venta no es variante y en su totalidad la empresas extractoras de aceite de palma ubicadas en la zona de Occidental y San Lorenzo, maneja este precio de venta, aunque el precio de la fruta de palma es diferente, puesto que, es el 17% del precio del aceite crudo de palma a lo largo de la vía Quinindé, mientras que a lo largo de la vía Quevedo es el 16,5%. La principal razón de esta diferencia es que en la vía Quevedo existe una gran cantidad de plantaciones de palma africana con plantas no certificadas y en ocasiones hasta de otras variedades, por lo que lógicamente las extractoras que trabajan con esta fruta tienen rendimientos más bajos de producción de aceite crudo.

La tabla a continuación, permite conocer el costo de producción por cada tonelada de aceite de palma y el porcentaje que representa el costo de la materia prima., según los datos obtenidos por cada una de las empresas extractoras.

Tabla 25: Precio por tonelada de aceite de palma

Empresa	Conformación del precio	
	Precio/TN (usd)	Costo materia prima
INEXPAL	533.00	17%
LA MERCED	541.65	16.5%
NAPOLES	537.54	17%
PALDUANA	540.60	16.5%

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fuentala

3.13.2.4. Temporada de producción del aceite de palma

La producción de aceite de palma, depende estrictamente de la cantidad de fruta que se cosecha, es decir, que las temporadas de producción para este producto se realizan de acuerdo a la época de cosecha del fruto.

Tabla 26 : Temporada de producción de aceite de palma

Empresas extractoras	Producción bimensual					
	Ene - Feb	Mar - Abr	May - Jun	Jul - Ago	Sep - Oct	Nov - Dic
INEXPAL	3.065,73	3.865,52	2.771,12	2.631,89	2.733,03	3.012,71
LA MERCED	2.203,08	3.603,99	2.233,42	1.963,98	2.072,43	2.387,10
NAPOLIS	3.140,94	3.827,23	2.928,35	2.196,00	2.348,18	3.187,30
PALDUANA	3.018,90	3.618,45	2.650,30	2.275,10	1.956,80	2.300,45

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Según los datos obtenidos de la investigación realizada a las empresas extractoras, el corte de racimos, se estima un rendimiento de 21 a 28 TM por hectárea y se realiza cuando los frutos en los racimos han tomado un color rojo anaranjado. Los máximos contenidos de aceite se obtienen a partir de ciclos de cosechas de cinco días con dos o cuatro frutos sueltos, que ocurre en inicios de la época de lluvia considerando al mes de mayor cosecha Abril.

Cabe señalar que la calidad de los racimos, su maduración, el tiempo entre la cosecha, el procesamiento y el proceso de extracción afecta directamente la calidad del aceite crudo. Esto establece la necesidad de adoptar métodos estrictos de cosecha, en general, durante la época seca, el número de frutos que se desprenden diariamente es menor que en la época lluviosa. Lo anterior obliga, recomendar ciclos de corta de racimos de 7 días durante la época lluviosa y un máximo de 8 días durante la época seca.

3.13.2.5. Formas de comercialización

La palma africana es un fruto oleaginoso que por sus características físico – químicas debe procesarse tan pronto se coseche, por lo tanto, no puede comercializarse en el mercado mundial como semillas oleaginosas sino como aceite de palma. La manera en la se comercializa es la siguiente:

Figura 27: Formas de comercialización del aceite de palma



Fuente: ANCUPA, (2105)

Elaborado Por: Santiago Fweltala

- Los productores del fruto de palma entregan directamente a las plantas de beneficio o extractoras.
- Las plantas de extracción entregan el aceite crudo de palma a las refinadoras.
- Las plantas refinadoras elaboran los diversos productos y entregan al mayorista o detallista, en el mercado de destino internacional.

3.13.2.6. Proyección de la Oferta

En el siguiente cuadro se ve reflejada la producción de aceite de palma en toneladas de las Zonas Occidental y San Lorenzo, que se ha producido durante los últimos años, de acuerdo a las estadísticas de FEDAPAL – ANCUPA.

Cuadro 23: Producción histórica de aceite de palma

Periodo	Producción (tn)
2012	378,390.40
2013	431,598.40
2014	397,264.80
2015	432,000.00
2016	452,000.00

Fuente: FEDEPAL, ANCUPA, (2015)

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Como se puede observar, la producción de aceite de palma ha venido incrementándose de manera considerable, esto gracias a la intervención del gobierno central y a los diferentes organismos como el INIAP, ANCCUPA,

MAGAP, FEDEPAL, que durante los últimos años tiene como objetivo principal, fomentar la producción de este producto.

Para proyectar la oferta se ha considerado estimar la oferta futura, es decir, la evolución esperada de la provisión del producto por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en el área de influencia; utilizando el método de regresión lineal a partir del principio de mínimos cuadrados, teniendo como base los últimos cinco años, entre el 2012 y 2015, para realizar las proyecciones respectivas hasta el año 2020 los mismos que se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 27: Valores para el cálculo de mínimos cuadrados

Año	x	Y	xy	x ²
2012	1.00	378,390.40	378,390.40	1.00
2013	2.00	431,598.40	863,196.80	4.00
2014	3.00	397,264.80	1,191,794.40	9.00
2015	4.00	432,000.00	1,728,000.00	16.00
2016	5.00	452,000.00	2,260,000.00	25.00
Total	15.00	2,091,253.60	6,421,381.60	55.00

Fuente: FEDEPAL, ANCUPA, (2015)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Para la aplicación de mínimos cuadrados se utilizó la siguiente formula, en donde las variables toman los nombres de la siguiente manera:

$$y = a + bx$$

Donde:

Y; proyección

X; periodo en años

a, b; constante

Para poder realizar el cálculo de la proyección y obtener los valores hay que utilizar algunas fórmulas adicionales como:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{73,8104}{50}$$

$$b = 14,762.08$$

Para determinar “a” se debe encontrar los valores de x media ($\bar{x}$), y media ($\bar{y}$), se aplica la siguiente formula:

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n}; \bar{y} = \frac{2,091,253.60}{5}; \bar{y} = 418,250.72$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}; \bar{x} = \frac{15}{5}; \bar{x} = 3$$

Una vez determinadas la media de x, y, se procede al cálculo de “a” a través de la siguiente formula:

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = 418,250.72 - (14,762.08)(3)$$

$$a = 373,964.48$$

Con los valores obtenidos para a y b correspondientes a los cálculos anteriores, se procede a reemplazarlos en la fórmula de la ecuación lineal:

$$y = a + bx$$

Entonces, para la proyección del sexto año, se determina así:

$$y = 373,964.48 + (14,762.08)(6)$$

$$y = 462,536.96$$

Aplicando la fórmula de mínimos cuadrados e ingresando los valores de a y b en la ecuación de la recta lineal, se obtuvo los siguientes datos de proyecciones para los siguientes años:

Tabla 28: Proyección de la oferta de aceite de palma

Año	Periodo Proyectado	Toneladas
2017	6.00	462.537
2018	7.00	477.299
2019	8.00	492.061
2020	9.00	506.823
2021	10.00	521.585

Fuente: Evaluación de proyectos (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Es notorio que, la producción de aceite de palma para el año 2021, tendrá una posición de 521,585 toneladas, lo que permitirá tener un crecimiento constante de la producción mejorando las oportunidades para competir en el mercado colombiano, y lograr así satisfacer parte de la demanda existente del producto.

3.13.3. Análisis de la Demanda

De conformidad con los datos expuestos en el presente trabajo de investigación, Colombia es un país consumidor de aceite de palma, posee un mercado doméstico industrial dinámico capaz de adquirir la producción nacional como internacional. A pesar de que este país andino sea considerado agrícola, y que este producto se produzca en altas cantidades, la oferta no logra cubrir el mercado doméstico, por ello se ven en la necesidad de importar para satisfacer la demanda existente. Es necesario señalar que se ha considerado para esta investigación las principales ciudades en donde se da en una mayor cantidad la producción de aceite de palma africana, siendo el sur de Colombia, especialmente los departamentos de Nariño y Caquetá.

3.13.3.1. Gustos y preferencias del importador

El aceite de palma, por ser una materia prima para utilización en otros fines industriales, no es consumido directamente por el consumidor final. Las empresas que compran aceite de palma son las refinerías de aceites vegetales o plantas oleoquímicas, fábricas mayoritariamente de alimentos procesados, y algunas de limpieza, cuidado personal y cosmético, que dentro de sus procesos han incluido la refinación de aceites de origen vegetal y empresas comercializadoras.

El aceite de palma es considerado un commodity, por lo tanto, su precio es cambiante y lo pone el mercado. En la actualidad, el motivo más importante para la compra de determinado aceite de palma es el precio.

Para las refinerías de aceites vegetales o plantas oleoquímicas, el motivo de compra está dividido en precio y disponibilidad. La naturaleza de su actividad requiere que las refinerías tengan siempre un suministro de materia prima confiable y sin interrupciones.

Las fábricas de alimentos procesados, productos de limpieza, cuidado personal y cosmético consideran el precio como un factor determinante al momento de comprar. Sin embargo, ciertas fábricas de productos “premium” consideran también la calidad y pureza del aceite vegetal al momento de elegir un proveedor proveniente de un país productor, es decir que el producto no supere el 5% de acidez y el 1% de humedad más las impurezas del embarque.

3.13.3.2. Frecuencias de importación

Para determinar la frecuencia de importación de aceite de palma, se ha creído necesaria la elaboración del siguiente cuadro, que contiene datos referentes a cada bimestre que se comercializa este producto en el mercado colombiano y la cantidad importada.

Tabla 29: Frecuencia de importación

Empresas extractoras	Producción bimensual					
	Ene - Feb	Mar - Abr	May - Jun	Jul - Ago	Sep - Oct	Nov - Dic
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	965,84	1389,66	1025,72	823,84	987,20	1027,50
PALMEIRAS COLOMBIA S.A	1000,08	1644,81	1002,20	1003,00	1008,40	1293,00
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJA	965,36	1411,38	957,85	847,35	1113,15	1107,60
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	1100,14	1248,45	1005,20	748,30	997,90	1028,30

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fuelta

Los principales bimestres en los cuales se adquiere la mayor cantidad de aceite de palma, son entre abril y marzo, en el primer semestre y los meses de julio a septiembre y diciembre, se encuentra alrededor de un tercio del total

de la adquisición, mientras que el mes en el que menos adquieren es agosto, que tiene un pico más bajo, representado por 343.20 toneladas.

3.13.3.3. Frecuencia de consumo

Las empresas importadoras adquieren el aceite de palma de forma continua, mensualmente, durante todo el año. Al ser la naturaleza de su actividad la refinación de aceites vegetales o la industria de alimentos, cosméticos entre otros, el requerimiento es permanente. Algunas de estas empresas importan según su necesidad, es decir, realizan una o dos importaciones durante el año, almacenan el producto en sus bodegas, y lo van refinando (de ser necesario) y utilizando según su producción lo exige, cabe señalar que las empresas comercializadoras importan aceite de palma con más frecuencia que las fábricas. Sin embargo, el flujo de compra no es tan continuo y el volumen de compra no es tan importante como los de las refinerías. Por lo general, estas empresas almacenan el aceite de palma en sus bodegas y o van despachando según las necesidades de sus clientes. Como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 30: Frecuencia de consumo

Empresa importadora	País proveedor	Frecuencia de consumo		
		Mensual	Bimestral	Trimestral
		tn	tn	tn
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	Honduras	234.54		120.32
PALMEIRAS COLOMBIA S.A			532.54	
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJA	Venezuela	300.00	120.00	
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A		120.00		

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Como se puede observar únicamente cuatro empresas adquieren producto de honduras y Venezuela, con una frecuencia de consumo mensual y bimensual, siendo el mercado objetivo de esta investigación. Además, es evidente que los principales socios comerciales para la adquisición de aceite de palma se encuentran localizados en las zonas fronterizas con Colombia, es decir, al norte del Ecuador.

3.13.3.4. Precio al que adquiere el aceite de palma

El indicador relevante a considerar, es la cantidad monetaria que pagan los importadores de Colombia por tonelada (valor FOB), de aceite de palma, para ello se ha determinado la media, máximo, y mínimos, permitiendo determinar qué valor están dispuestos a pagar por cada tonelada de este producto.

Tabla 31: Precio de aceite de palma

Empresa importadora	Precio		
	Media (USD)	Máximo (USD)	Mínimo (USD)
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	659,94	715,73	634,16
PALMEIRAS COLOMBIA S.A	666,05	710,39	621,71
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJA	672,11	719,52	624,69
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	673,71	714,65	632,76

Fuente: Encuesta aplicada a las empresas extractoras

Elaborado Por: Santiago Fuentala

El precio al cual las empresas importadoras de aceite de palma adquieren el producto oscila entre los 621.71 USD como punto mínimo y 719.52 USD como punto máximo, por cada tonelada, esto genera oportunidades para establecer estrategias de precios y poder llegar a concretar una negociación internacional.

3.13.3.5. Proyección de la Demanda

Se ha considerado, al igual que en la proyección de la oferta, la aplicación de la fórmula de mínimos cuadrados, para este caso, se ha tomado como referencia la demanda de aceite de palma el mercado colombiano durante los 5 últimos años, según las estadísticas de la DIAN – DANE, puesto que son los más representativos.

Cuadro 24: Demanda de aceite de palma en Colombia

Periodo	Demanda
2012	48.485,00
2013	50.514,78
2014	54.385,00
2015	76.815,15
2016	91.467,00

Fuente: DIAN, DANE (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Es evidente que la demanda de aceite de palma en el mercado colombiano ha venido incrementándose de manera considerable, esto gracias, a que las características físicas y químicas de este producto, hacen que no necesita hidrogenarse; por tanto, constituye, la mejor alternativa para la industria de aceites y grasas en la producción de diversos productos alimenticios. Esta característica del aceite de palma le ha significado una mayor demanda para la producción de alimentos; por tanto, ha mejorado las expectativas de un mayor consumo; por estas potenciales propiedades los demandantes colombianos lo prefieren.

Para proyectar la demanda se ha considerado estimar la demanda futura, es decir, la evolución esperada de la compra del producto por parte de los demandantes actuales, utilizando el método de regresión lineal a partir del principio de mínimos cuadrados, teniendo como base desde el 2012 hasta el 2016, (años representativos de demanda del producto), para realizar las proyecciones respectivas hasta el año 2021, los mismos que se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 32: Demanda histórica de aceite de palma

Año	x	y	xy	x2
2012	1	48,485.00	48,485.00	1
2013	2	50,514.78	101,029.56	4
2014	3	54,385.00	163,155.00	9
2015	4	76,815.15	307,260.60	16
2016	5	91,467.00	457,335.00	25
Total	15	321,666.93	1,077,265.16	55

Fuente: DIAN, DANE (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

De igual manera, para la aplicación de mínimos cuadrados se utiliza la siguiente formula:

$$y = a + bx$$

En donde

Y; proyección

X; periodo en años

a, b; constante

Para poder realizar el calcular de la proyección se inicia obteniendo el valor de la constante b, donde se utiliza la siguiente formula:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{561,321.85}{50}$$

$$b = 11,226.44$$

Una vez obtenido el valor de la constate b, se procede al cálculo de “a”, para lo cual se debe encontrar los valores de x media ($\bar{x}$), y media ($\bar{y}$), aplicando la siguiente fórmula para cada caso:

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n}; \bar{y} = \frac{321,666.93}{5}; \bar{y} = 64,333.38$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}; \bar{x} = \frac{15}{5}; \bar{x} = 3$$

Con los datos obtenidos de ($\bar{x}$), ($\bar{y}$), se procede al cálculo de la constante a, a través de la siguiente formula:

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = 64,333.38 - (11,226.44)(3)$$

$$a = 30654.08$$

Con los valores calculados para cada una de las constantes (a y b), se procede a reemplazarlos en la fórmula de ecuación lineal:

$$y = a + bx$$

Entonces, para la proyección del sexto año, de la demanda se obtiene:

$$y = 30,654.08 + (11,226.44)(6)$$

$$y = 98,013.69$$

Para los siguientes años las proyecciones se presentan a continuación:

Tabla 33: Proyección de la demanda de aceite de palma

Año	Periodo Proyectado	Toneladas
2017	6	98,013
2018	7	109,239
2019	8	120,466
2020	9	131,692
2021	10	142,918

Fuente: Evaluación de proyectos (2016)

Elaborado Por: Santiago Fuentala

Como se puede observar la demanda de aceite de palma en el mercado colombiano para el año 2021, tendrá una posición de 142,918 toneladas, lo que permitirá tener un crecimiento constante de la demanda.

3.13.4. Demanda efectiva

3.13.4.1. Oferta real exportable

A través del instrumento de investigación aplicado, se pudo recopilar información primaria, la única empresa extractora de aceite de palma africana que estaría dispuesta a ingresar a un mercado internacional, en este caso a Colombia, es INEXPAL, del cual se pudo obtener los siguientes datos sobre su oferta exportable.

Tabla 34: Oferta exportable de aceite de palma

Provincia	Empresas extractoras	Exportación	
		Si	No
Esmeraldas	ACEITEPLACER		18.984,00
	AEXAV		13.108,00
	AGRÍCOLA LA CONCORDIA		12.656,00
	AGROSEXTA		14.012,00
	AIQUISA		13.560,00
	ALESPALMA		18.080,00
	ALZAMORA CODOVEZ		21.696,00
	DANAYMA		19.436,00
	EPACEM 1		40.228,00
	INEXPAL	18,080.00	
	LA MERCED		14.464,00
	NAPOLES		17.628,00
	OLEAGINOSAS DEL ECUADOR (FABRIL)		36.160,00
	PALCIEN		14.012,00
	PALDUANA		15.820,00
Santo Domingo	PALESEMA		14.464,00
	PALMERAS DE LOS ANDES QUININDE		40.680,00
	PALMERAS DE LOS ANDES SAN LORENZO		36.160,00
	PEXA		40.680,00
	TAFRAGONA		10.848,00
	UNIPAL		9.492,00
	VICHE		11.752,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Santiago Fweltala

La producción actual de INEXPAL es de 18,080.00 tn anuales de aceite de palma africana, mismas que se comercializan a nivel nacional a diferentes proveedores o empresas dedicadas a la fabricación de aceites para cocina, cosméticos, jabones, mantequillas entre otros, de las cuales se pretende exportar hacia el mercado colombiano el 7%, es decir que la oferta exportable de esta empresa es de 1,265.60 tn anuales.

3.13.4.2. Demanda real exigible

Del análisis realizado en el Macro y Micro entorno, se logró identificar al potencial importador colombiano, debido a que, los diferentes indicadores estudiados en el capítulo anterior, arrojan que la empresa extractora

PALMEIRAS COLOMBIA S.A., es el cliente idóneo con quien se podrá realizar una negociación para la comercialización de aceite de palma africana.

La tabla que se presenta a continuación, contiene información sobre los importadores de aceite de palma africana en el mercado colombiano, de los cuales mediante información primaria se logró conocer el total de toneladas de aceite de palma africana que pueden adquirir de mercados internacionales.

Tabla 35: Demanda efectiva de aceite de palma

EMPRESA	%	Adquirir producto importado	
		Adquisición	Posible Compra
EXTRACTORA DEL SUR DE CASARANO S.A.S	0%	9,421.10	
ACEITES MANUELITA S.A	0%	7,957.63	
EXTRACTORA SANTA FE S.A.S	0%	8,597.90	
AGROPECUARIA SANTAMARÍA S.A	5%	6,219.76	310.98
PALMACEITE S.A	0%	4,664.82	
AGROINDUSTRIAS DEL SUR DEL CESAR LTDA	0%	6,036.82	
PALMAS DE TUMACO S.A.S	0%	5,670.95	
PROCESADORA DE ACEITE ORO ROJO	10%	6,402.69	640.27
PALMEIRAS COLOMBIA S.A	9%	6,951.49	625,63
SALAMANCA OLEAGINOSA S.A	0%	7,317.36	
CONFECAMPO	0%	7,866.16	
BRAGANZA	0%	8,232.03	
OLEAGINOSAS LAS BRISAS S.A	4%	6,128.29	245.13

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Santiago Fweltala

Se identificó cuatro empresas que requieren adquirir producto de mercados internacionales, de las cuales únicamente PALMEIRAS COLOMBIA S.A., está dispuesta a importar producto ecuatoriano, actualmente esta empresa importa un total de 6,951.49 tn anuales, de aceite de palma africana, de los cuales, según información primaria, estaría dispuesto a adquirir el 9% del mercado ecuatoriano, esto en toneladas representaría 625.23 tn anuales aproximadamente.

3.13.4.3. Oferta efectiva de exportación

La oferta efectiva de exportación corresponde a las toneladas que efectivamente pueden ser enviadas utilizando la logística apropiada para su entrega, en este caso se considera optimo enviar 630 tn anuales, debido a que, en un tanquero se pueden transportar un total de 30 tn, para una óptima utilización de recursos, se realizan envíos bimestrales, de acuerdo a la disposición del importador.

Tabla 36: Oferta efectiva de exportación

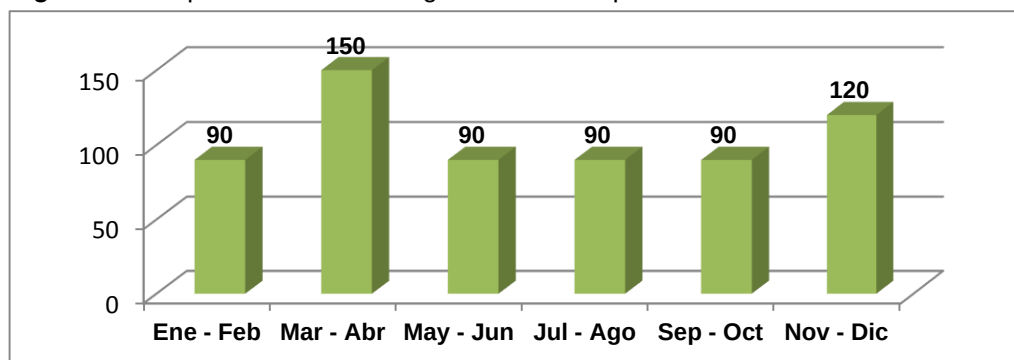
Ene - Feb	Mar - Abr	May - Jun	Jul - Ago	Sep - Oct	Nov - Dic	TOTAL
90	150	90	90	90	120	630

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado Por: Santiago Fweltala

La frecuencia de envíos se la realizara de acuerdo a las especificaciones del importador por lo cual su cantidad varía de periodo a periodo.

Figura 28: Requerimiento de entrega de aceite de palma



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Santiago Fweltala

3.14. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Para el desarrollo del presente estudio fue necesario, realizar un análisis situacional tanto del país de origen como país de destino, para este caso Ecuador y Colombia, donde se analizó diferentes factores, que permitieron conocer el entorno y las posibilidades comerciales que existen en ambos mercados.

Con la evaluación de los factores externos e internos, de la industria del aceite de palma, se pudo calcular la oferta exportable, la cual fue determinada, luego de la investigación realizada a las empresas extractoras de aceite de palma localizadas en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo, únicamente INEXPAL, tiene la predisposición de comercializar hacia el mercado colombiano parte de su producción, teniendo un total de 18,080 tn de aceite de palma, de este valor la empresa está dispuesta a exportar un 7%, es decir que la oferta exportable corresponde a 1265.60 tn. De igual manera, se pudo determinar la demanda insatisfecha por parte del mercado colombiano, luego de la investigación realizada, se obtuvo un importador interesado en adquirir producto ecuatoriano, PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, importa anualmente 6951.49 tn, de este total la empresa quiere adquirir el 9%, es decir, 625.63 tn. Para la optimización de recursos, en el transporte de aceite de palma, se determinó la oferta exportable y la demanda insatisfecha real, es decir, la cantidad exacta del producto para no incurrir en gastos innecesarios, obteniendo un total anual a exportar de 630 tn, distribuidas en envíos bimestrales.

Es así, que a través del cálculo de la oferta exportable se pudo identificar la cantidad demandada de aceite de palma en el mercado colombiano.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- El análisis situacional del país de origen como de destino, permitió obtener información relevante para realizar el diagnóstico de la industria del aceite de palma, además se logró identificar las posibles oportunidades y amenazas que se presentan en el medio para el desarrollo del presente proyecto de investigación.
- El análisis de la industria del aceite de palma, permitió conocer que las empresas extractoras ubicadas en las Zonas Occidental y San Lorenzo, se presentan como una industria rentable para proceder a la comercialización de este producto al mercado colombiano.
- El 80% de la producción de aceite de palma del país, está concentrada en las Zonas Occidental y San Lorenzo, que se encuentran Ubicadas en las provincias de Santo Domingo y Esmeraldas respectivamente, y de acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta aplicada, una empresa extractora, INEXPAL, está dispuesta a destinar parte de su producción para la exportación y con ello obtener los beneficios de ingresar al mercado internacional.
- Se determinó que actualmente los principales países proveedores aceite de palma para el mercado colombiano son Venezuela, Ecuador, Brasil, Perú liderando su participación en este mercado.
- La demanda por parte del importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, localizado en Tumaco, es de aproximadamente 6951.49 tn toneladas anuales, y se pretende cubrir un total de 630 tn, debido a que su demanda aumenta de conformidad a las exigencias del mercado y la preferencia que existe por el aceite de palma ecuatoriano.
- PALMEIRAS S.A.S, requiere del producto de forma bimensual, resultando esto una ventaja para dar inicio a la exportación y adquirir

una nueva experiencia en procedimientos aduaneros, reflejando la calidad del producto exportado.

- Con las proyecciones realizadas del estudio de mercado, se evidencio que la demanda de aceite de palma en el mercado colombiano tendrá un incremento que llegará a las 142.918 toneladas para el año 2021, es decir, que se tendrá un crecimiento constante de la actividad productiva en el Ecuador, específicamente en el cantón Quinindé provincia de Esmeraldas, lugar donde se encuentra ubicado la empresa extractora INEXPAL, por ello es necesario que exista disponibilidad del producto, y lograr satisfacer parte de esta demanda en el mercado colombiano.

4.2. RECOMENDACIONES

- Las empresas extractoras ubicadas en la Zona Occidental y San Lorenzo, deben tener en cuenta la expansión a distintos mercados internacionales, para poder contrarrestar la disminución en la comercialización del aceite de palma africana.
- El aceite de palma tiene acogida una gran acogida en los mercados internacionales, debido a que es utilizado en la elaboración de diversos productos.
- Se recomienda a la empresa extractora, INEXPAL que fomente su producción para poder destinarla a la exportación, logrando así ganar mercado a nivel internacional.
- La empresa extractora INEXPAL, tiene una oportunidad comercial que no debe desaprovechar, al poder ingresar con su producto a mercado colombiano.
- El ejercicio comercial de exportación, se debería realizar por el lapso de un año con envíos bimestral según las exigencias del importador PALMEIRAS S.A.S, cubriendo así satisfactoriamente parte de la demanda.
- Realizar la exportación de aceite de palma por parte de INEXPAL, aprovechando así la oportunidad de explorar mercados internacionales

con un producto de calidad que complemente la elaboración de diversos productos como alimentos, cosméticos, jabones, entre otros.

- Desarrollar un sistema de Distribución Física Internacional que permita el óptimo desarrollo del proceso de exportación de aceite de palma hacia PALMEIRAS S.A.S, ubicado en el mercado colombiano, logrando obtener mayores beneficios al negociar con precios internacionales.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

Estudio de factibilidad para la exportación de aceite de palma africana considerando la oferta exportable del mercado ecuatoriano, que permitirá atender parte de la demanda insatisfecha en el mercado colombiano.

5.1. ANTECEDENTES

La tendencia de la elaboración del aceite de palma se ha incrementado en los últimos años gracias a la mayor demanda del consumo mundial. El 90% de la producción del aceite de Palma se utiliza con fines alimenticios y el 10% restante en aplicaciones industriales. Este aceite es usado como sustituto de la mantequilla y manteca de cacao y tiene la característica de permanecer estable en algunas temperaturas.

En el país el 80% de la producción de aceite de palma, está concentrada en la provincia de Esmeraldas y Santo Domingo, de acuerdo a los datos obtenidos de ANCUPA, además gracias a la encuesta aplicada se pudo establecer que un productor, INEXPAL, decidió destinar una parte del total de su producción para exportar y con ello lograr ingresar a mercados internacionales. Una de los principales mercados para este producto es Colombia, aunque este país sea uno de los principales proveedores de aceite de palma a nivel mundial, no puede satisfacer su demanda interna, lo cual, provoca que necesita importar este producto. Con la información anteriormente mencionada, se plantea un plan de exportación, que permita una distribución adecuada del producto reduciendo significativamente los costos, distancias geográficas y tiempos.

La producción de aceite de palma destinada para la exportación por parte de INEXPAL, presenta un incremento a través del tiempo, esto se debe al buen estado de las plantaciones y al cesante incremento de plantaciones de palma africana.

5.2. JUSTIFICACIÓN

Al realizar la exportación de aceite de palma desde la provincia de Esmeraldas, por parte de INEXPAL, esta se convierte en una gran oportunidad económica, debido a que, los precios internacionales se vuelven más competitivos y atractivos, a comparación de los del mercado nacional. Además, la presente propuesta que será estructurada bajo los lineamientos de la investigación realizada se justifica en base a la demanda efectiva existente de aceite de palma por parte del importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A, localizado en la ciudad de Tumaco, con una demanda aproximada de 625.63 tn toneladas al año.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de aceite de palma africana considerando la oferta exportable del mercado ecuatoriano, que permitirá atender parte de la demanda insatisfecha en el mercado colombiano.

5.3.2. Objetivos Específicos

Describir el modelo administrativo que la empresa extractora INEXPAL, maneja para la comercialización de aceite de palma hacia el mercado colombiano.

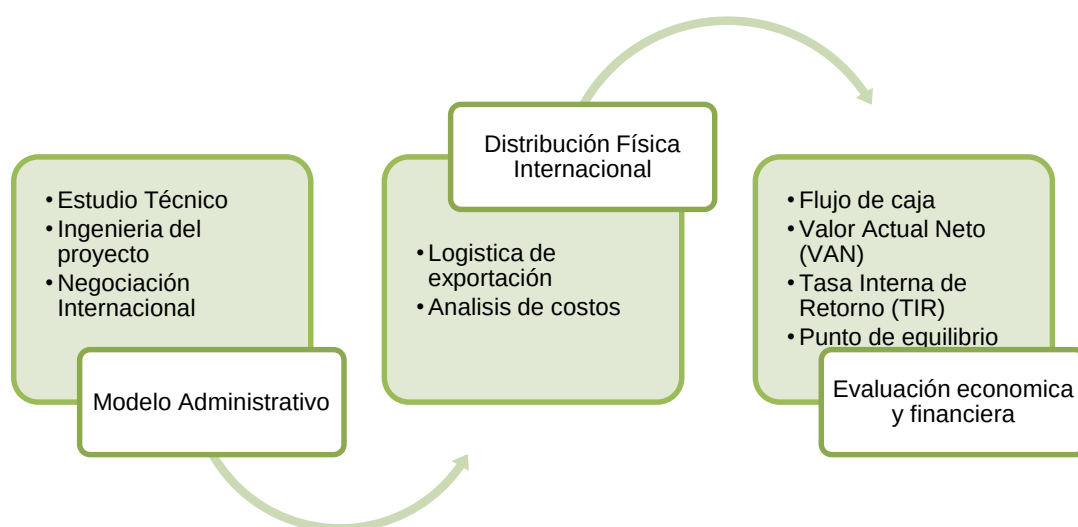
Definir un sistema de Distribución Física Internacional (DFI) que facilite el proceso de exportación de aceite de palma africana desde la provincia de Esmeralda, y que permita atender la demanda efectiva de Tumaco - Colombia.

Evaluar económica y financieramente la rentabilidad de exportar aceite de palma desde la provincia de Esmeraldas – Ecuador hacia el mercado departamento de Tumaco – Colombia.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

El modelo operativo de la propuesta, es un esquema que permitirá establecer cada uno de los puntos que se desarrollará en el estudio de factibilidad para lo cual se necesita conocer los requerimientos técnicos para la comercialización del aceite de palma africana, la Distribución Física Internacional óptima para el proceso de exportación y la evaluación económica y financiera, que permitirá definir si el proyecto es rentable.

Figura 29: Modelo Operativo de la propuesta



Fuente: Investigación

Elaborado por: Santiago Fweltala

Es necesario seguir cada una de estas actividades para llevar a cabo la exportación de aceite de palma africana, tomando en cuenta las disposiciones aduaneras impuestas en la en la aduana ecuatoriana y colombiana.

5.5. MODELO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA INEXPAL

5.5.1. Estudio técnico

El estudio técnico de la empresa detalla la localización, los requerimientos de equipos y herramientas, las instalaciones y mejoras necesarias para la extracción del aceite de palma.

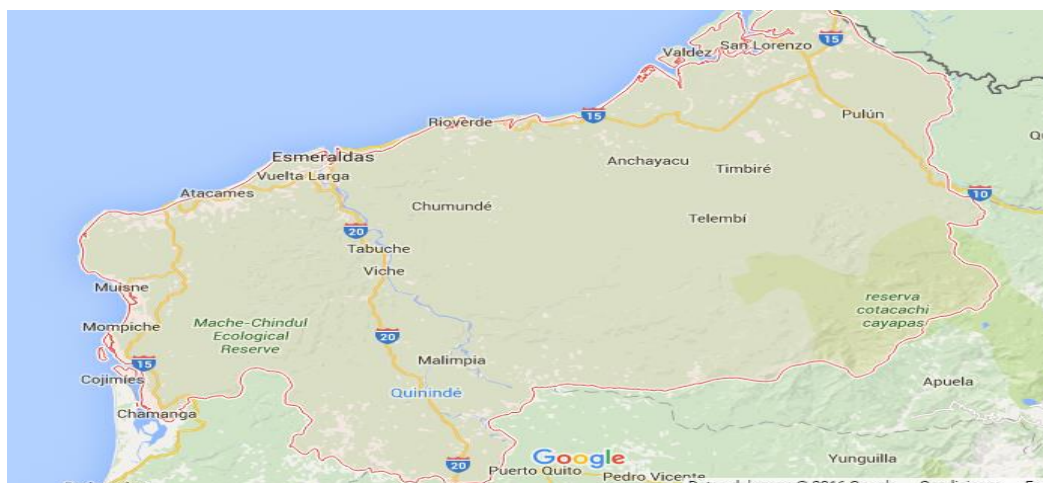
5.5.1.1. Localización de la empresa

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región.

5.5.1.1.1. Macro Localización

La empresa INEXPAL, se encuentra ubicada en un sitio estratégico, que le permite tener acceso a los diferentes insumos y de todos los elementos que se requieren para la extracción y comercialización del producto, se encuentra ubicada en la provincia de esmeraldas cantón Quinindé, en una zona que dispone de todos los servicios básicos y con accesos vehiculares de amplia movilización.

Figura 30: Macro localización de la empresa INEXPAL



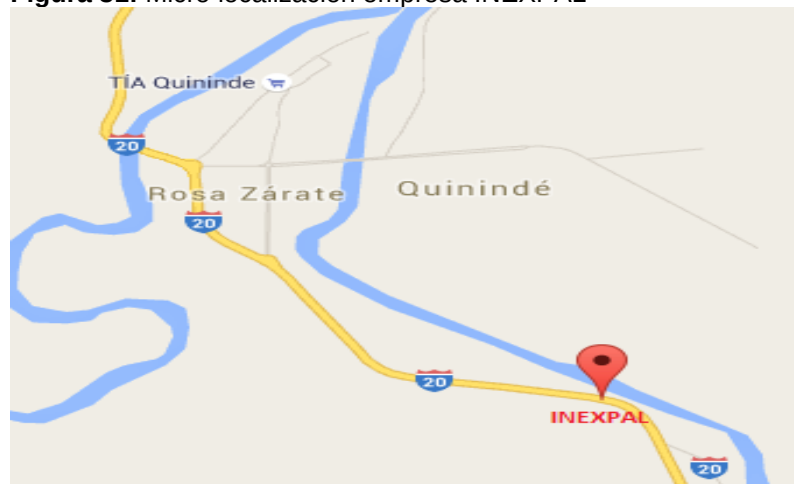
Fuente: Google Maps

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.1.1.2. Micro localización

La empresa extractora, INEXPAL, se encuentra ubicada en el recinto la Sexta Km. 3, vía La Concordia, Quinindé – Esmeraldas, cuenta con una planta de extracción de aceite de palma con un área de 30 hectáreas aproximadamente, las vías de acceso a la empresa se encuentran en perfectas condiciones, para que el producto sea transportado hacia el lugar de destino convenido.

Figura 31: Micro localización empresa INEXPAL



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Santiago Fweltala

Cabe mencionar, que la empresa cuenta con tanques de almacenamiento que permiten mantener el producto en óptimas condiciones para los envíos correspondientes.

5.5.1.2. Datos de la empresa

5.5.1.2.1. Nombre de la empresa

INEXPAL, fue creada en 1992 en Ecuador, para atender las necesidades del mercado nacional en la industria de aceite de palma.

Las instalaciones INEXPAL, son modernas y adecuadas para realizar todo tipo de proceso enmarcado en un sistema de buenas prácticas de extracción de aceite.

El departamento de control de calidad hace un minucioso análisis del aceite de palma extraído y cumple con todos los modelos de gestión de calidad de la ISO 9001. Posee tecnología de punta que permite producir grandes volúmenes y al mismo tiempo ser flexibles con la especificación industrial que soliciten los clientes industriales.

El proceso en la planta le permite a INEXPAL, la obtención de varios productos como el aceite refinado, pasta de palmiste, aceite de palmiste, entre otros.

5.5.1.2.2. Logo

La empresa INEXPAL, Se caracteriza por traer un constante mejoramiento tanto en modernos equipos para la planta, como en el desarrollo de los procesos y las actividades del personal, enmarcados en el modelo de gestión de calidad de la ISO 9001, de igual manera maneja un logo que se presenta a continuación:

Figura 32: Slogan de la empresa



Fuente: INEXPAL

Elaborado Por: Santiago Fweltala

5.5.1.2.3. Marca

La marca, considerada como el nombre, diseño o símbolo, que identifica al producto de la empresa, INEXPAL la marca registrada para los productos de esta empresa es Green Palm.

Figura 33: Marca de la empresa



Fuente: INEXPAL

Elaborado Por: Santiago Fweltala

5.5.1.2.4. Misión

INEXPAL, es una empresa especializada en la producción y comercialización de aceite crudo de palma, aceite refinado, pasta de palmiste, aceite de palmiste, con calidad superior, al menor costo y de una manera eficaz, eficiente y flexible. Fortalecemos día a día nuestra estructura financiera, trabajamos como un sólido equipo humano y superamos a la competencia sobre la base del manejo sustentable del entorno y una gestión integral ética.

5.5.1.2.5. Visión

INEXPAL, será la empresa símbolo de la nueva industria ecuatoriana, ética, pujante, solvente y rentable, reconocida nacional e internacionalmente por sus altísimos niveles de calidad, sus ideas innovadoras, productividad, marca líder y su compromiso con la gestión sostenible que promueva el desarrollo de sus miembros, la comunidad, sus clientes y proveedores.

5.5.1.2.6. Políticas

Políticas Generales

- Mantener los volúmenes establecidos de extracción de aceite, según la planeación estratégica de la empresa.
- Alcanzar la rentabilidad esperada por los socios.
- Fortalecer la empresa en todas sus áreas funcionales, para mejorar su competitividad.
- Mantener un contacto permanente con los clientes para lograr la satisfacción de sus necesidades.

De personal

La empresa INEXPAL, mantiene las siguientes políticas en materia personal:

- Contar con una planta de personal eficiente, que permita generar excelencia en los resultados de los procesos de producción de la empresa.

- Llevar a cabo las actividades de reclutamiento, selección y capacitación, necesarias para formar su personal en el servicio y atención al cliente.
- Ofrecer una asignación salarial acorde al cargo como instrumento para la motivación y el compromiso del empleado.
- Llevar a cabo un proceso de evaluación y seguimiento del personal, para optimizar la prestación de su servicio, y lograr el cumplimiento de sus objetivos empresariales.

De compras

- Mantener excelente relación comercial con los proveedores de la región y elementos necesarios para el proceso de extracción.
- Evaluar la oportunidad de incrementar los proveedores, evaluar condiciones tales como: precios, cumplimiento, para seleccionar la opción más conveniente para la empresa.
- Elaborar un portafolio de los proveedores que cumplen con los requisitos y especificaciones de la empresa, para contar con un suministro adecuado y eficiente.

De ventas

- Contar con un proceso de ventas para el crecimiento y dinámica de las mismas.
- Desarrollar un sistema financiero que soporte la financiación y el crédito a los clientes.
- Llevar a cabo una labor de ventas basada en la calidad del producto de la empresa, su imagen, atención y servicio.
- Llevar un registro de necesidades de sus clientes, tendencias y comportamiento del mercado, para orientar la empresa hacia la plena satisfacción de las necesidades de sus clientes.

5.5.1.2.7. Valores

INEXPAL vive el compromiso de mantener el Liderazgo basados en la Responsabilidad, Respeto y Honestidad.

5.5.2. Ingeniería del proyecto

Los requerimientos técnicos que se necesitan para llevar a cabo la exportación, se basan en el método de intercambio directo, es decir, desde el productor de aceite de palma hacia el importador del mismo.

5.5.2.1. Distribución de la planta extractora de la empresa INEXPAL

La empresa extractora de aceite de palma cuenta con diferentes zonas entre las cuales están:

- Zona de extracción del aceite de palma
- Patio de maniobras
- Área de carga y descarga de combustibles (diésel y gasolina)
- Zona de desechos sólidos no peligrosos
- Oficinas
- Bodegas
- Campamento y comedores con sus respectivas condiciones básicas (duchas, lavabos y baños), para una capacidad de 20 personas.

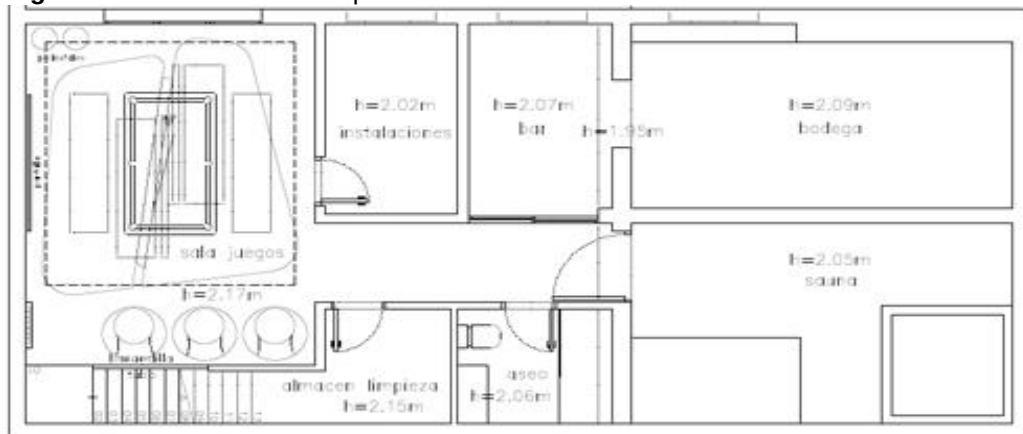
Cada una de estas zonas se encuentra distribuida en seis hectáreas, de la siguiente manera:

- En dos hectáreas se encuentra la maquinaria, las calderas y la subestación de electricidad.
- En las dos hectáreas siguientes, implementada la batería de baños, oficina de la planta, el laboratorio de calidad, la báscula y la zona de descargue de materia prima.
- La tercera hectárea está destinada para el tratamiento de aguas y manejo de residuos sólidos.

- Y por último, una hectárea para la entrada y recepción, cultivos de reanimación de suelos y la carretera hacia la salida de la planta.

Toda la distribución de la planta está realizada en línea, para eliminar cualquier tipo de contra flujo y optimizar al máximo el espacio, logrando eliminar los desplazamientos incensarios y reducir el tiempo de producción. A continuación, se presenta la distribución del sector de maquinarias y calderas.

Figura 34: Distribución de la planta



Fuente: INEXPAL

Elaborado Por: Santiago Fuentala

5.5.2.2. Estructura organizacional

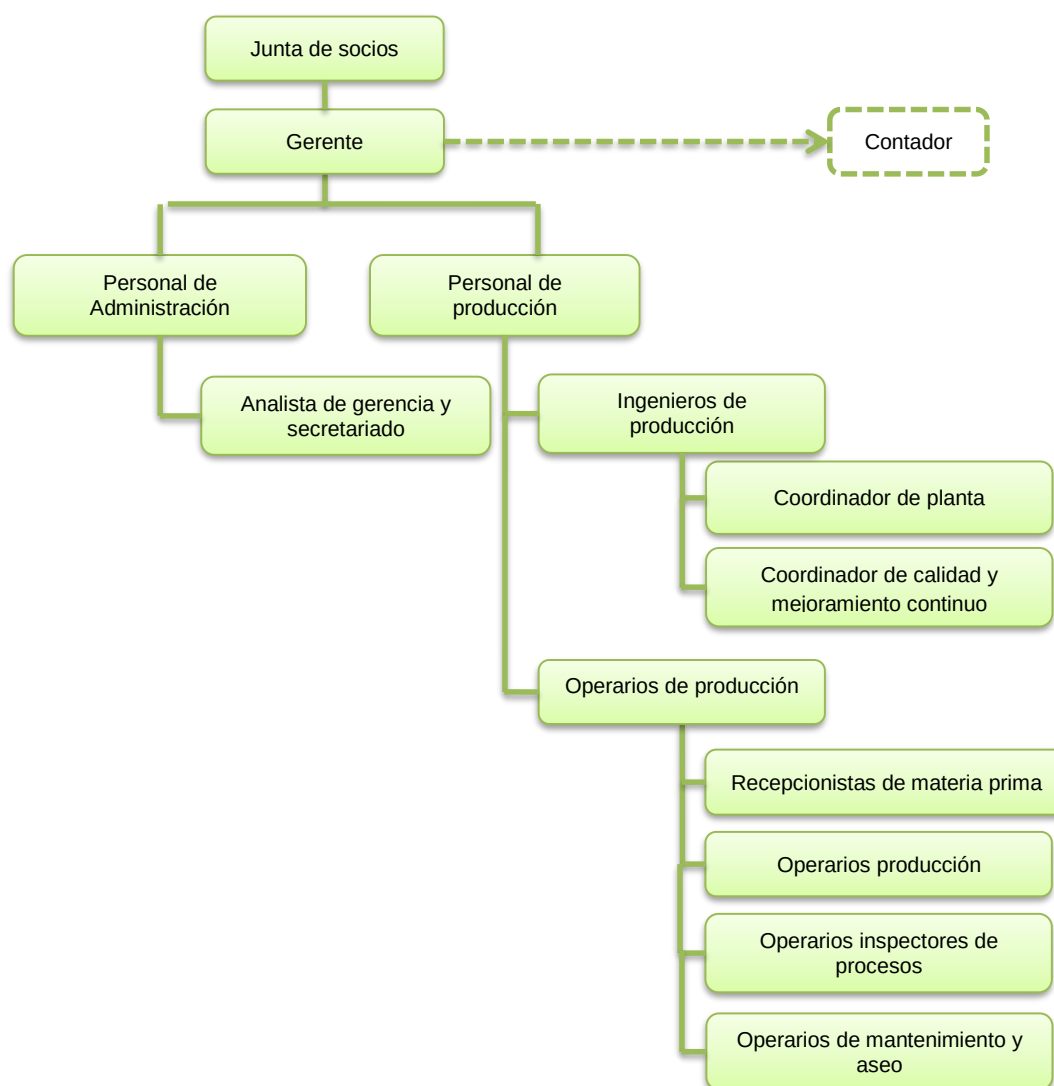
La empresa INEXPAL, cuenta con una planta de personal constituida por: gerente, contador externo, un analista de gerencia y secretariado, dos ingenieros de producción, y 20 operarios, lo cuales se encuentra capacitados para desarrollar actividades de almacenamiento, recepción, control, mantenimiento y aseo en cada uno de los procesos de producción.

El gerente es el representante legal de empresa INEXPAL, y responsable de la junta de socios, además de encargarse del desarrollo administrativo, el mercadeo y el análisis de la labor financiera.

5.5.2.2.1. Organigrama

A continuación, se muestra la estructura de la empresa INEXPAL, teniendo en cuenta sus diferentes áreas y cargos, de acuerdo con sus necesidades organizacionales.

Figura 35: Organigrama de la empresa



Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fuentala

5.5.2.2.2. Manual de funciones

Para la empresa INEXPAL, la selección del personal idóneo para la realización de cada actividad en la empresa, esta estandarizado en el perfil para el desempeño del cargo y se registra a continuación:

- **Gerente**

Nombre del cargo: Gerente

Supervisa a: Contador, personal de administración y personal de producción, operarios.

Departamento: Administrativo

Jefe Inmediato: Junta de socios

Perfil: administrador de empresas, economista o profesional en gestión empresarial con conocimientos sobre el sector de procesamiento de alimentos. Experiencia de dos (2) años en procesos de producción industrial de extracción de aceite de palma.

Funciones:

- Representar legalmente a la empresa en todas sus actuaciones.
- Desarrollar los procesos de planeación, control, dirección y ejecución en la empresa.
- Dirigir los procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y evaluación del personal.
- Plantear objetivos generales de la empresa en las metas y políticas en materia de producción, mercados, finanzas y ventas.
- Hacer un seguimiento a cada una de las actividades desarrolladas por los diferentes cargos y dependencias de la empresa.
- Representar a la empresa ante las entidades públicas y privadas, encargarse de sus relaciones y convenios interinstitucionales.
- Planificar los procesos de presupuestos, evaluación financiera y análisis de resultados y presentar su respectivo informe a la junta de socios.
- Coordinar las actividades y diferentes funciones de los cargos y dependencias de la empresa.
- Seguir las orientaciones indicadas por la junta de socios y asesorar permanentemente todas las áreas y cargos de la empresa.

• **Contador**

Nombre del cargo: Contador

Supervisa a: Ninguno

Departamento: Administrativo

Jefe inmediato: Gerente

Perfil: contador público autorizado (CPA), con experiencia mínima de dos (2) años en empresas como contador interno y externo, con conocimientos amplios en el área financiera y en auditoría.

Funciones:

- Llevar a cabo las labores de supervisión, coordinación y control de todas las labores de registro, producción y suministro de información contable en la empresa.
 - Asesorar a la secretaria en forma permanente, para el desarrollo de la función de auxiliar contable de este cargo.
 - Llevar a cabo la labor de elaboración de los estados financieros de la empresa y la respectiva revisión de libros mayores y auxiliares.
 - Presentar informes trimestrales sobre el estado contable y financiero de la empresa a la gerencia.
 - Presentar un informe ejecutivo anual sobre la estructura financiera a gerencia y junta de socios.
 - Velar porque la empresa cumpla con los requisitos exigido por la ley y el servicio de rentas internas (SRI), en materia tributaria.
 - Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.
- **Analista de gerencia y secretariado**

Nombre del cargo: Analista de gerencia y secretariado

Supervisa a: Ninguno

Departamento: Administración

Jefe Inmediato: Gerente

Perfil: Administrador de empresas, economista o tecnología administrativa con conocimientos en el sector agroindustrial, experiencia de dos (2) años en gerencia empresarial.

Funciones:

- Visitar y contactar empresas con el propósito de ofrecer los productos de la empresa.
- Promover la imagen de la empresa y sus productos en ferias industriales y comerciales, exposiciones y rondas de negocios.
- Desarrollar una labor de seguimiento y control de clientes actuales y potenciales.
- Presentar informes a la gerencia sobre comportamientos y tendencias del mercado y sobre las sugerencias hechas por los clientes actuales o potenciales.
- Contribuir a la elaboración del presupuesto anual de ventas de la empresa y velar por su cumplimiento.
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

• Ingeniero de producción

Nombre del cargo: Ingeniero de Producción

Supervisa a: Operarios de producción

Departamento: Administrativo

Jefe inmediato: Gerente

Perfil: ingeniero industrial, administrador de empresas, especializado en procesos productivos y sistema de gestión de calidad.

Funciones:

- Desarrollar los planes de producción necesarios para producir el aceite de palma africana.
- Monitorear y controlar el sistema de producción.
- Supervisar e inspeccionar la calidad del producto.
- Realizar el análisis de herramientas para la ejecución de la producción.

- Capacitar al personal en materia de productividad y sistemas de solución de problemas con la maquinaria.
- Implementar programas de mejoramiento continuo que incremente significativamente la eficacia y la eficiencia del proceso productivo.
- Satisfacer las necesidades de los operarios y atender las inquietudes que surjan en el proceso productivo.

- **Operario de producción**

Nombre del cargo: Operario de producción

Supervisa a: Ninguno

Departamento: Producción

Jefe inmediato: Ingeniero de producción

Perfil: educación secundaria, estudios a fines a procesos de producción y un año de experiencia en su labor.

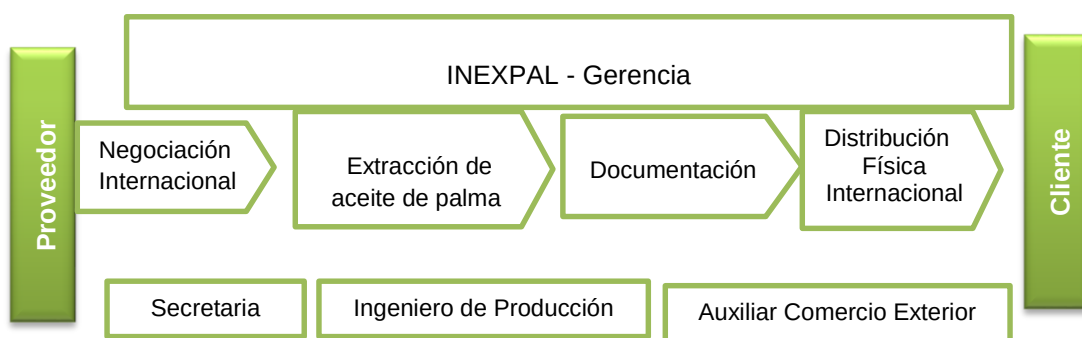
Funciones:

- Desarrollar los procesos de producción necesarios para producir el aceite de palma africana.
- Velar por el aseo, orden y limpieza de los equipos y herramientas utilizados en el proceso productivo.
- Pedir los elementos y suministros necesarios para el cumplimiento oportuno de su labor y presentar informes mensuales sobre el uso racional de los mismos.
- Tener en cuenta los procesos de calidad exigidos para un producto con excelencia.
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

5.5.3. Mapa de procesos

El mapa de procesos es un diagrama de valor; un inventario gráfico de los procesos de una organización, como se presenta a continuación, para la empresa INEXPAL:

Figura 36: Mapa de procesos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.4. Flujo de procesos

Los flujos de proceso se utilizan para describir y mejorar el proceso de transformación en las empresas. INEXPAL, emplea estos diagramas para mejorar la efectividad o la eficiencia de sus procesos productivos:

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL				
Exportadora de aceite de palma africana		Código: Versión: Páginas:	NI-001 001 1-1	
Responsable:	INEXPAL – Gerencia			
Objetivo:	Negociar internacionalmente con el importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S			
Alcance:	Contactar con el importador para determinar la elaboración y finalización del contrato.			
1. DETALLE		Documento		
1. Contactar al importador en el exterior vía internet o telefónica		Internet		
2. Indicaciones del aceite de palma a vender		Correo electrónico		
3. Propuesta pre negociación, para determinar precio, cantidad, forma de envío, cotizaciones.		Contrato		
4. Negociación, llegar a un acuerdo.				
5. Envía contrato de compra venta escaneado al cliente para la legalización del negocio				
6. Cierre del Negocio				
2. FLUJOGRAMA				
<pre>graph TD Gerente([Gerente]) --> Contactar[Contactar al cliente en el Exterior] Contactar --> Indicaciones[Indicaciones del producto] Indicaciones --> Propuesta[Propuesta pre negociación] Propuesta --> Acepta{Acepta} Acepta -- No --> Contactar Acepta -- Si --> Negociación[Negociación] Negociación --> Elaboración[/Elaboración del contrato/] Elaboración --> Fin([Fin])</pre>				
3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Importadores	Número de importadores contactados/ número de ventas	Crecimiento del 100%	Bimestral	Gerente
4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Gerente	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina		Acorde a las necesidades de la extractora	
REVISADO	APROBADO		FECHA	
Gerente	Gerente		12/06/2016	

EXTRACTORA DE ACEITE DE PALMA				
Procesamiento del aceite de palma		Código:	NI-002	
		Versión:	001	
		Páginas:	1-1	
Responsable:	Ingeniero de Producción			
Objetivo:	Extracción del aceite rojo de palma africana			
Alcance: Almacenaje del aceite rojo de palma africana				
1. DETALLE		Documento		
1. Recepción del fruto de palma africana 2. Se realiza el pesaje del fruto 3. Se transporte al área de máquinas y calderas 4. Se transporta a la tolva y se deja caer en el tambor 5. Proceso de clarificación 6. Eliminación de los volumen de tamiza 7. Sedimentación 8. Almacenamiento en los tanques		Informe de proceso de extracción		
2. FLUJOGRAMA				
Se reciben el fruto de palma Se realiza el pesaje del Se transporte al área de Se descarga en la Se Transporta a la autoclave Esterilización con Se transporta a la tolva y se deja caer al tambor Se separa el fruto de la El transportador lleva el fruto a los digestores Maceración o extracción a 90-95 Clarificación del Aplicación de agua a 90- Desanear Eliminación de los volúmenes de Tamiza Sale material Aplicación de vapor a 90-95°C Almacenar en tanque el aceite bruto Separación Sedimentad Sale humedad Secado al vacío Almacenamiento Inicio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 Fin Salen Salen masa del mesocarpio y nueces Sale humedad Salen Centrifugación				
3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Extractora	Toneladas de aceite extraído	100%	Bimestral	Ingeniero de producción
Número de pedidos realizados / Número de despachos			Bimestral	
4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Ingeniero Producción	Maquinarias, herramientas y calderas		Acorde a las necesidades de la extractora	
REVISADO	APROBADO		FECHA	
Gerente	Gerente		12/06/2016	

EXTRACTORA DE ACEITE DE PALMA				
Pedido del cliente			Código:	NI-002
			Versión:	001
			Páginas:	1-1
Responsable:	Ingeniero de Producción			
Objetivo:	Proceso de orden de pedido			
Alcance: Cumplir las expectativas del cliente				
1. DETALLE			Documento	
1. Pedido del cliente 2. Análisis del pedido 3. Ejecución del proceso del pedido 4. Establece necesidades de materia prima y costos de fabricación 5. Ejecución del proceso de producción 6. Almacenamiento 7. Despacho del pedido			Informe de satisfacción del cliente	
2. FLUJOGRAMA				
Pedido del cliente 1 2 3 4 5 6 7 8 FIN Análisis del pedido Ejecución del proceso del pedido Realiza los respectivos estudios y establece necesidades en materia prima, mano de obra, tiempo de producción, costo. Ejecución del proceso de producción Empaque y almacenamiento del producto final Despacho del pedido al cliente Retroalimentación de satisfacción del cliente Recaudo de cartera				
3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Procesadora	Número de pedidos atendidos	100%	Bimestral	Ingeniero de producción
Número de pedidos realizados / Número de despachos			Bimestral	
4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Ingeniero Producción	Maquinaria, herramienta y calderas		Acorde a las necesidades de la extractora	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Gerente		Gerente	12/06/2016	

DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN					
Exportadora de aceite de palma africana				Código:	NI-003
				Versión:	001
				Páginas:	1-1
Responsable:	Auxiliar Comercio Exterior				
Objetivo:	Realizar los documentos para la exportación de aceite de palma africana				
Alcance: Obtener los documentos de exportación y certificados requeridos para el envío					
1. DETALLE				Documento	
1. Elaborar la lista de empaque y la factura comercial 2. Obtener el certificado de origen en el MIPRO. 3. Obtener el certificado fitosanitario en Agro calidad 4. Establecer el contacto con el agente de aduana para la elaboración de la declaración aduanera de exportación DAE. 5. Establecer el contacto con la empresa de transporte para la elaboración del documento del transporte.				Factura comercial Lista de empaque Certificado de origen Certificado Fitosanitario	
2. FLUJOGRAMA					
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Factura[Elaboración Factura Comercial] Factura --> Certificado[Obtención de certificado de origen y fitosanitario] Certificado --> Aduana[Contacto agente de aduana/ DAE] Certificado --> Aerolinea[Contacto con la aerolínea] Aduana --> Banco[Establecer Contacto con el Banco/carta de credito] Aerolinea --> Banco Banco --> fin([fin]) </pre>					
3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD CÁLCULO	DE	RESPONSABLE
Documentos	Número de documentos requeridos	1 día	Bimestral		Operador logístico
4. RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Auxiliar Comercio Exterior	Equipos Informáticos, suministros y papelería de oficina		Acorde a las necesidades de la extractora		
REVISADO		APROBADO	FECHA		
Gerente		Gerente	12/06/2016		

5.5.5. Inversión fija empresa INEXPAL

La inversión fija que posee la empresa INEXPAL, está altamente relacionada con maquinaria y equipo, con la cual se elabora el proceso productivo de extracción de aceite de palma africana.

5.5.5.1. Terrenos

La empresa INEXPAL, tiene una amplia infraestructura, ubicada sobre un terreno de seis hectáreas, en el cantón Quinindé provincia de Esmeraldas.

Cuadro 25: Terrenos

Concepto	V. Unitario	V. Total
Terreno (seis hectáreas)	80.000	480.000

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.5.2. Maquinaria y equipo

Una variable importante de la inversión fija es el valor de la maquinaria y equipo, pese a su tecnología requiere de una gran inversión, puesto que, esta tiene altos costos.

Cuadro 26: Maquinaria y equipo

Concepto	Costos
Recepción de fruto	97.176
Esterilización	435.000
Desfrutamiento	250.118
Extracción	198.471
Clarificación	359.00
Almacenamiento de aceite	150.882
Desfibración	166.00
Palmisteria	305.412
Generación de vapor	453.824
Generación eléctrica	250.000
Servicios	325.00
Total	4.006.765

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.5.3. Muebles y enseres

Para el desarrollo de la actividad productiva, no es necesario incurrir en grandes costos de muebles y enseres, puesto a que el personal de

administración es alrededor de cinco personas, las cuales se encargan del desarrollo contable y administrativo de la empresa.

Cuadro 27: Muebles y encerres

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Silla presidente	1	203.47	203.47
Silla interlocutora	4	131.52	526.05
Escritorios	5	595.53	3573.20
Total			4302.72

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.5.4. Equipo de oficina

La empresa INEXPAL cuenta con equipos suficientes para el desarrollo de diferentes programas de control, documentación y registro de las actividades empresariales, mediante software especializado y herramientas de impresión y archivo, con los cuales se desarrollan las operaciones de la empresa.

Cuadro 28: Equipo de oficina

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Computador con licencias originales	3	1010.98	3032.95
Impresora multifuncional	2	119.11	238.21
Teléfonos	2	49.52	99.26
Total			3370.42

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.5.5. Herramientas

Las herramientas que la empresa utiliza, son básicas para el manejo de actividades operativas en la planta, con una amplia gama de estas, los operarios pueden realizar reparaciones manuales y sencillas, que no requieren de especialistas, también INEXPAL, maneja un stock de herramientas para la programación de las maquinas.

Cuadro 29: Herramientas

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Destornillador de pala Stanley	5	3.50	17.50
Destornillador de estrella Stanley	5	2.75	13.75
Flexómetro 5mts lufkin	1	8.90	8.90
Martillo uña 23Mm	2	7.50	15.00
Serrucho 20" madera	1	8.20	8.20
Tenaza 10" ustools	1	9.00	9.00
Total			72.35

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.5.5.6. Total inversión fija

La empresa INEXPAL, cuenta con un terreno apropiado donde se encuentra ubicada la planta extractora, además de contar con maquinaria y equipo, esta inversión se puede detallar en el siguiente cuadro, aclarando que estos valores fueron proporcionados por la empresa.

Cuadro 30: Total inversión fija

Concepto	Valor Total
Terreno	480.000
Maquinaria y equipo	4,006.765
Muebles y enseres	4302.72
Equipo de computación, con software e impresoras.	3.370.42
Herramientas	72.35
Total Inversión Fija	4,494.510.49

Fuente: INEXPAL

Elaborado por: Santiago Fuiltala

Las inversiones fijas que tienen una vida útil mayor a un año se depreciación, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian.

5.5.6. Negociación Internacional

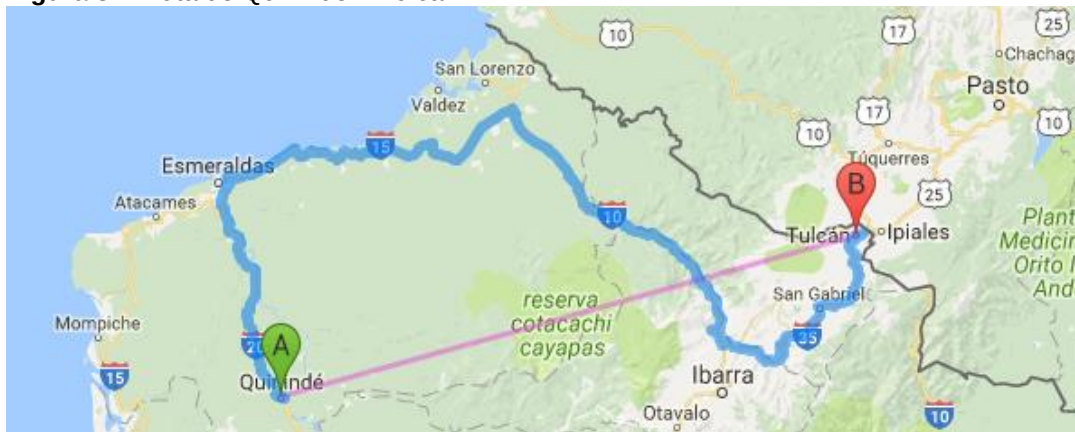
Dentro del proceso de globalización y economía de mercado que experimentamos a nivel mundial, hoy en día resulta imprescindible promover y facilitar el comercio internacional. La exportación e importación de productos extranjeros donde el comprador se sitúa en un país y el vendedor en otro, es motivo de gran preocupación e incertidumbre debido al desconocimiento de los contratantes, las diferentes legislaciones mercantiles, los tipos de cambio, y el control de divisas, entre otros factores; que hacen que el riesgo de la negociación sea muy elevado.

Para realizar el proceso comercial y asegurar su cumplimiento, es necesario la elaboración de un contrato de compra venta internacional, este instrumento se considera como un compromiso entre el importador y exportador, donde ambas partes deben cumplir los términos y condiciones descritos en el mismo.

5.5.6.1. Tipo de transporte

Se analizó dos medios de transporte, en primera instancia se tomó en cuenta el transporte por vía marítima, debido a que la empresa importadora PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, se encuentra ubicada en la ciudad de Tumaco – Colombia, donde se encuentra uno de los principales puertos marítimos de ese país, debido a la Zona Económica Especial de Exportación, según el Estatuto Aduanero Colombia, en su art. 203, menciona que el ingreso y salida de bienes, “la introducción de bienes a las Zonas Económicas Especiales de Exportación, requerirá que los mismos estén consignados a un usuario de la Zona Económica Especial de Exportación en el documento de transporte, o que el documento de transporte se endose a favor de uno de ellos”. Es decir, que únicamente en esta zona pueden ingresar mercaderías que sean utilizadas para el régimen aduanero especial de la zona. Por esta razón, se definirá el transporte terrestre, el cual partirá desde la ciudad de Quindiné hasta la zona de aforo en la ciudad de Tulcán, como indica en la figura N° 37.

Figura 37: Ruta de Quindiné – Tulcán

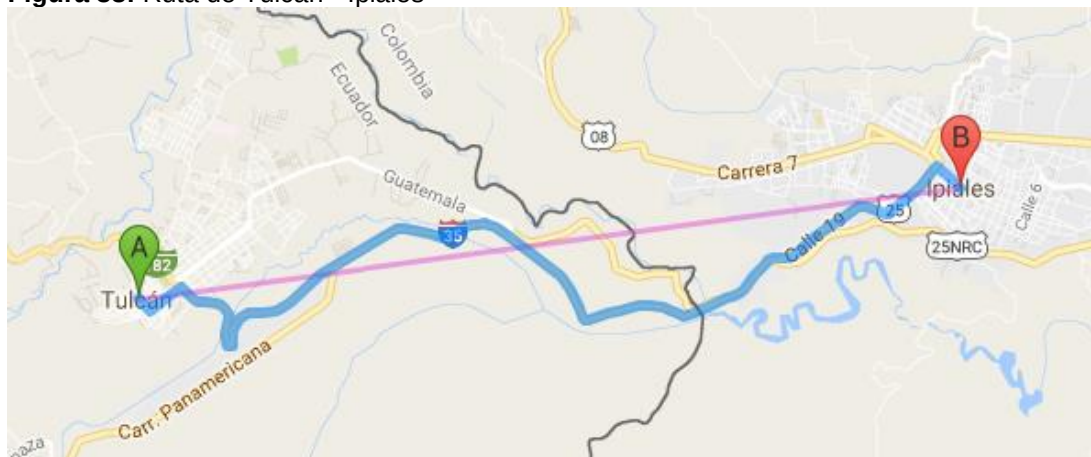


Fuente: Google Maps

Elaborado por: Santiago Fweltala

Una vez que el vehículo llegue a la zona de aforo, y haber cumplido con las formalidades aduaneras, se realizara el transporte internacional, el cual se realice con el cruce de frontera.

Figura 38: Ruta de Tulcán - Ipiales

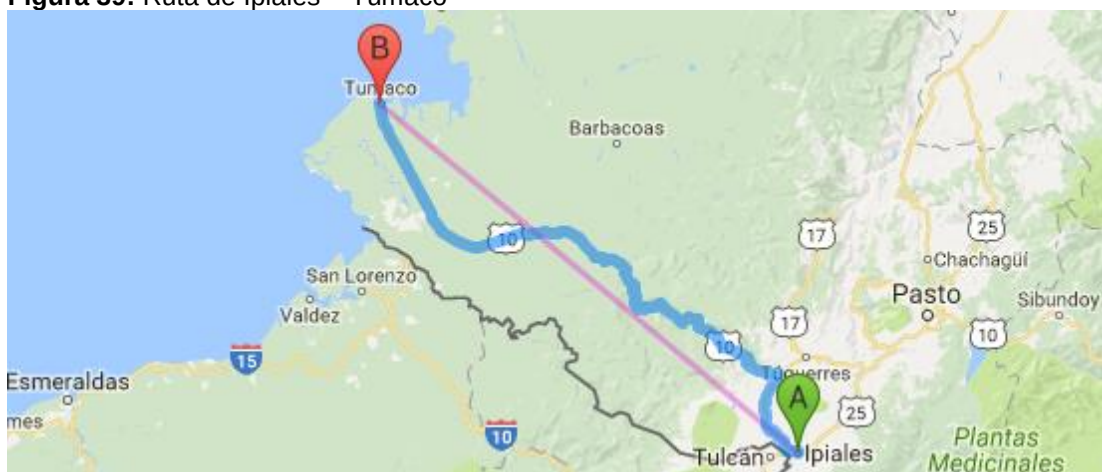


Fuente: Google Maps

Elaborado por: Santiago Fuiltala

Cumplidas las formalidades aduaneras, la mercadería será transportada hasta la ciudad de Tumaco, lugar donde reside la empresa importadora PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S.

Figura 39: Ruta de Ipiales – Tumaco



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Santiago Fuiltala

5.5.6.2. Forma de pago

Para este ejercicio se establecerá el pago directo, donde el banco presenta los documentos al comprador, quien hace el pago y obtiene los documentos para la entrega de la mercancía, es decir que, cuando la mercadería se encuentre en el cruce de frontera, Tulcán – Ipiales, la empresa importadora PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, deberá realizar el pago al exportador INEXPAL, para poder obtener los documentos que le permitan nacionalizar la mercadería en el país de destino, este método es favorable al exportador

puesto que, indirectamente, mantiene el control de los documentos hasta que el comprador externo haga el pago.

5.5.6.3. Incoterms

El incoterm acordado entre INEXPAL y PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S. es CIP, la responsabilidad para el exportador termina una vez que la mercadería es embarcada en el medio de transporte internacional en el cruce de frontera y los costos cubren el flete y seguro internacional; la duración del contrato será de un año, así lo prefiere PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S; esto debido a diferentes factores como el diferencial cambiario, resoluciones gubernamentales, entre otros. Por pedido del exportador, la moneda para la negociación es el Dólar Americano, como se indica en el siguiente gráfico:

Figura 40: Termino de negociación CIP



Fuente: Incoterms 2010

Elaborado por: Santiago Fuetala

5.6. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

5.6.1. Cubicaje

Para la transportación del aceite de palma, es necesario realizar la contratación de un transportista autorizado, mismo que se encargara de la operación de transporte, para este ejercicio se realizara envíos bimestrales, en el primer envío se enviara un total de 90 toneladas, las cuales se enviara en un tanquero proporcionado por la empresa transportista.

El tanque, tiene 13 m de largo y 4.20 m de alto, y una capacidad para 30 tn, y será transporta por un tracto camión con semi remolque 3S3, según la decisión 491 de la CAN, sobre Límites de Pesos y Dimensiones de los Vehículos destinados al Transporte Internacional Mercancías por Carretera, menciona la capacidad para este tipo de vehículos.

Cuadro 31: Pesos de carga máximo del vehículo

Vehículo	Designación del vehículo	Valores de PBV Max. (kg)	Excepciones (kg)
	Tracto-camión con tres ejes y semi-remolque con tres ejes	48000	45000 (BO)

Fuente: Decisión 491, CAN

Elaborado por: Santiago Fweltala

Para este tipo de vehículo, de conformidad con la cotización presentada por la empresa de transporte TRANSCOMERINTER, (ver anexo 4), se conoce que el costo del flete en la ruta mencionada es de 2,700 USD, y para realizar el cruce de frontera desde la ciudad de Tulcán hacia Tumaco es de 180 USD.

5.6.2. Datos del embarque para exportación

Para la elaboración del plan económico financiero, se tomó como punto de partida los siguientes parámetros, que ayudaron a realizar los respectivos cálculos.

Cuadro 32: Datos base para cálculo económico financiero

Término de negociación	CIP
Forma de pago	A la vista
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	1%
Tasa pasiva de interés anual	5.47%
Tasa activa de interés anual	8.89%
Precio de venta nacional	533.00
Utilidad	11%
Precio de venta internacional	700.00

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Santiago Fweltala

Adicionalmente se establece el término de negociación, con el cual se llevará a cabo la exportación de aceite de palma, el tipo de forma de pago a emplearse, tipo de cambio, las diferentes tasas de interés, todos estos factores pueden influir de manera directa para la ejecución del proyecto y

además proporcionan una perspectiva de la situación que pueda presentarse a futuro.

Cabe mencionar que en este plan económico únicamente se toma en consideración el gasto y el ingreso que ocasionaría a la empresa extractora de aceite de palma africana INEXPAL, al momento de decidir exportar a Colombia. No se considera, por lo tanto, egresos por nueva maquinaria o nuevo personal, de allí que para este estudio se toma como base temporal un año y seis ejercicios de comercio exterior.

5.6.3. Distribución física internacional

La distribución física internacional, tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible, es decir, establece la cantidad exacta que se puede transportar para optimizar los recursos, cumpliendo con los requerimientos y términos negociados entre el exportador y el importador. La distribución física internacional, comprende todas las actividades realizadas para el traslado del aceite de palma desde el cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas, hasta su destino, la ciudad de Tumaco, en Colombia cumpliendo con todas las formalidades aduaneras.

5.6.4. Información básica del producto

Es indispensable identificar los datos básicos del producto a exportar, como la posición arancelaria en el país de origen y destino, la unidad comercial de venta y la moneda de transacción; datos que se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 33: Datos básicos del producto

Nombre técnico o comercial del producto	Aceite de palma africana
Posición arancelaria en el país exportador	15.11.10000
Posición arancelaria en el país importador	15.11.10000
Unidad comercial de venta	Kilogramos (kg)
Moneda de transacción	USD
Valor Ex-Work de la unidad comercial.	533.00

Fuente: Investigacion**Elaborado por:** Santiago Fuelata

Con la información básica del producto, se establece con exactitud la clasificación arancelaria en ambos países, facilitando el proceso de exportación. El precio Ex - Work de la unidad comercial hace referencia a la entrega del producto listo para la exportación, cabe señalar que el valor de 533.00 USD, es por cada tonelada del producto.

Cuadro 34: Datos básicos del embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Quinindé - Esmeraldas
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Tumaco
Nº de unidades comerciales por embarque tn	90
Valor inicial del embarque (EXW)	47,970.00
Nº total de embalajes	3

Fuente: Investigacion**Elaborado por:** Santiago Fuelata

Los datos básicos del embarque, describen el lugar de origen, es decir, de donde va a iniciar la actividad de transporte, siendo este Quinindé - Esmeraldas, lugar donde se encuentra ubicada la empresa productora INEXPAL, además se conoce que el número de unidades por embarque es de 3 tanqueros, que contienen cada uno 30 tn del producto.

5.6.5. Costos directos país de exportación

Por la naturaleza del producto y por su uso como materia prima, se considera como carga a granel sólida, es decir, que no necesita ser empaquetado, ni embalado, por esta razón se consideran como costos directos de exportación Ex - Word los siguientes:

Tabla 37: Costos Ex – Word

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Tiempo/ horas
Aceite de palma	90	533.00	0

Fuente: Investigacion**Elaborado por:** Santiago Fweltala

Los costos presentados en la tabla anterior, equivalen al costo unitario, la cantidad de producto que se requiere para cada embarque, y el tiempo de la operación, equivalente a cero horas, pues no se realiza ninguna actividad, además se estima el valor promedio por embarque dado que las entregas bimestrales no son uniformes, es decir, varían de conformidad con los requerimientos del importador. Es necesario considerar el manipuleo o cargue del aceite de palma al medio de transporte, y su costo para cada uno de los tanqueros a ser utilizados.

Tabla 38: Manipuleo

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Tiempo/ horas
Cargue del aceite al tanquero	3	130.00	4
*Horas laborables (8 horas por día)			

Fuente: Investigacion**Elaborado por:** Santiago Fweltala

Para el cargue del aceite de palma al tanquero, se emplea un tiempo de aproximadamente 4 horas para cada uno de los vehículos.

5.6.6. Transporte interno y documentación

Dentro del costo de exportación FCA / FOB, es necesario considerar el costo por concepto de trámite y documentos que permiten llevar a cabo el cruce de frontera sin interrupción alguna.

Tabla 39: Transporte interno, documentación y agente

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Tiempo
Lavado de tanque	3	70.00	3
Transporte Interno (Quinindé – Tulcán)	90	30.00	12.5
Agencia tramite	3	80.00	4
Asesoría	3	250.00	0
Certificado origen	3	100.00	2
Certificado fitosanitario	3	112.00	2

Fuente: La investigación**Elaborado por:** Santiago Fweltala

Para esta etapa, es necesario contar con un Agente de aduana, para lo cual se trabajará con el Lic. Eduardo Higuera, (ver anexo 4), puesto que cuya licencia le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena el despacho de las mercancías, entonces, en este caso será contratado para llevar a cabo la exportación del producto. La elaboración de los documentos de transporte, está a cargo de TRANSCOMERINTER, quien realizara la Carta Porte (CPI); Manifiesto de carga (MIC), Declaración Aduanera de Exportación (DAE), y envió electrónico a través del sistema informático aduanero ECUAPASS ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Como se puede observar, el tiempo que se requiere para realizar el transporte hasta zona de aforo primaria en la ciudad de Tulcán y obtener los certificados pertinentes para la exportación de aceite de palma africana es de aproximadamente 4 horas laborables.

5.6.7. Transporte internacional

El transporte internacional realizará desde la ciudad de Tulcán hacia la ciudad de Tumaco, es decir, para este caso el flete internacional constituye el cruce de frontera por el puente internacional de Rumichaca, considerando un costo de 180 USD, según la cotización de la empresa de transporte Transcomerinter.

Tabla 40: Costos Transporte Internacional

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Tiempo / horas
Flete internacional	1	180.00	5

Fuente: Investigacion

Elaborado por: Santiago Fweltala

El transporte internacional se llevará a cabo en un tiempo mínimo, dado que la distancia de recorrido es únicamente el cruce de frontera, para ingresar al depósito temporal en destino y cumplir las formalidades aduaneras.

5.6.8. Seguro Internacional

Es necesaria la contratación de la prima del seguro correspondiente al 1%, para la protección de la carga de cualquier eventualidad que pueda

presentarse, este seguro estará a cargo del exportador INEXPAL, a través de la Compañía SEGUROS del Ecuador.

Tabla 41: Seguro Internacional

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Tiempo /Horas
Seguro internacional	1	530.76	1

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fuentala

La póliza contratada tiene como cobertura asumir daños de rotura de empaques o embalajes, robo, faltantes de entrega del producto, e inicia desde el momento en que el transportista autorizado recibe el aceite de palma contenido en los tanqueros; y termina con la entrega de los mismos al importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S., en un tiempo de aproximadamente 1 hora.

5.6.9. Análisis de costos directos

A continuación, se realiza un resumen del costo total promedio de la distribución física internacional en el país de exportación (Ecuador), obteniendo un valor FCA es de 52,856.00 USD.

Tabla 42: Definición de costos directos y tiempos.

Descripción	Cantidad	Precio Unit	Costo	Tiempos hora
Aceite de Palma	90	533.00	47,970.00	0
Manipulación	3	130.00	390.00	4
Lavado de tanque	3	70.00	210.00	3
Transporte (Quinindé – Tulcán)	90	30.00	2,700.00	12.5
Documentación (Certificado origen)	3	100.00	300,00	2
Documentación (Certificado fitosanitario)	3	112.00	336.00	2
Agentes	3	80.00	240,00	4
Servicios Profesionales	3	250.00	750.00	0
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR			4926.00	27.50
VALOR Ex WORK			47,970.00	0.0
VALOR FCA			52,856.00	27.50
Flete Internacional (Tulcán – Ipiales)	1	180.00	180.00	5
Seguro Internacional	1	544.12	530,76	1
Transporte Ipiales - Tumaco	90	35.00	3,150.00	5.17
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL			3,874.12	11.17
VALOR CPT			53,076.00	32.50
VALOR CIP			56,756.76	38.67

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fuentala.

Los costos directos e indirectos obtenidos durante el tránsito internacional hasta llegar al valor de Incoterms CIP es de aproximadamente 56,756.76 USD, es decir, este es el valor objeto de negociación por cada embarque.

5.6.10. Precio de venta internacional

El precio de venta internacional, está considerado el valor ex – Word, es decir el precio de producción más los costos originados por el proceso de exportación, como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 43: Precio de venta internacional

Incoterms	Valor	Toneladas	Precio TN
FCA	52,896.00	90	587,73
CPT	53,076.00	90	589,73
CIP	56,756.76	90	630,63
Utilidad 11%			69.37
Precio de venta internacional			700.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Santiago Fuentala

Como se puede apreciar en la tabla N° 43, el precio de venta internacional es de 700.00 USD, en valor CIP, que equivale al término de negociación utilizado en este ejercicio de exportación, con una utilidad del 11%, la cual está dada por la empresa INEXPAL.

5.6.11. Ingresos por exportación de aceite de palma africana

En correspondencia con el estudio de mercado realizado y el entorno estratégico del proyecto se prevé que el ingreso incremental que percibirá INEXPAL, corresponde a la exportación de aceite de palma. Esto se proyecta de acuerdo a la preventa realizada, es decir, mantener una negociación durante un año en periodos bimestrales de exportación.

Tabla 44: Ingresos por exportación

Ingreso / Bimestre	Ene - Feb	Mar – Abr	May - Jun	Jul - Ago	Sep - Oct	Nov- Dic
Exportación	63.000,00	105.000,00	63.000,00	63.000,00	63.000,00	84.000,00
Total Ingresos	63.000,00	105.000,00	63.000,00	63.000,00	63.000,00	84.000,00

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fuentala.

Los ingresos corresponden a las ventas por concepto de exportación, como es evidente, estos no son constantes debido a que PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, requiere sus entregas de conformidad con la demanda a este exigida; de tal manera que el bimestre que mayor ingresos registra es el Marzo a Abril, y el que menos registra está a mediados y finales del año registrando una importación baja.

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para establecer la rentabilidad del proyecto, se pretende utilizar un conjunto de indicadores de evaluación financiera, los cuales cuantifican los ingresos y egresos incrementales, es decir, se cuenta con los datos ocasionados por el presente plan de exportación. Se utiliza el flujo incremental de efectivo considerando únicamente el tiempo de duración del contrato entre INEXPAL y PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S.

5.7.1. Estado de resultados

El Estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. Para la elaboración de este estado financiero, se tomó los datos de la venta del aceite de palma africana al importador colombiano, además de los costos de producción y los ingresos y gastos originados por el ejercicio de exportación, como se presenta a continuación:

Tabla 45: Estados de Resultados

Detalle	I bimestre	II bimestre	III bimestre	IV bimestre	V bimestre	VI bimestre
Ventas	63.000,00	105.000,00	63.000,00	63.000,00	63.000,00	84.000,00
(-)Costo de Ventas	47.970,00	79.950,00	47.970,00	47.970,00	47.970,00	63.960,00
(=)Utilidad Bruta en ventas	15.030,00	25.050,00	15.030,00	15.030,00	15.030,00	20.040,00
(-)Gastos	8.786,76	14.523,40	8.786,76	8.786,76	8.786,76	11.655,08
(=)Utilidad Operacional	6.243,24	10.526,60	6.243,24	6.243,24	6.243,24	8.384,92
(+)Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
(-)Otros gastos	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
(=)Utilidad del ejercicio	5.443,24	9.726,60	5.443,24	5.443,24	5.443,24	7.584,92

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fueltala.

5.7.2. Balance general

El balance general, por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. A través, de este documento, se puede obtener información vital sobre la exportación de aceite de palma, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

Para la elaboración del Balance General, se tomó los datos de los activos fijos involucrados en la exportación del aceite de palma, también los datos del activo corriente y los datos de las cuentas por pagar, como se presenta a continuación:

Tabla 46: Balance General – Sin financiamiento

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	66.126	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	66.126	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Maquinaria	17.900	Préstamos Bancarios	0
Muebles y enseres	800	Total Pasivos Largo Plazo	0
Equipo de computo	1.300		
Total Activos Fijos	20.000		
Otros Activos		Patrimonio	
		Capital Social	86.126
Total Otros Activos	0	Total Patrimonio	86.126
Total Activos	86.126	Total Pasivo + Patrimonio	86.126

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.7.3. Inversión

Una inversión, se define como el dinero que se destina a adquirir activos productivos o tangibles como equipos, propiedades y materias primas.

Para este ejercicio se tomó como referencia los valores de las adquisiciones a realizarse por la empresa para la exportación de aceite de palma, cuyos

valores son adicionales a la inversión inicial hecha por la empresa INEXPAL, para el inicio de sus operaciones, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 47: Inversión

Detalle	Cant	Valor unit.	Total
Maquinaria y equipo			17.900,00
Tanque de almacenamiento	1	17.900,00	17.900,00
Muebles y enseres			800,00
Escritorio	1	300,00	300,00
Sillas	5	20,00	100,00
Archivador	2	120,00	240,00
Teléfono	2	80,00	160,00
Equipo de Computo			1.300,00
Computadora	3	337,00	1.010,00
Impresora	2	145,00	290,00

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fweltala.

5.7.4. Flujo de caja incremental

El flujo de efectivo incremental es una técnica de medición de retorno de la inversión que da al administrador una idea de los beneficios de hacer una inversión o un cambio en las políticas de administración.

Tabla 48: Flujo de caja incremental

		I bimestre	II bimestre	III bimestre	IV bimestre	V Bimestre	VI bimestre
INGRESOS							
Venta de aceite de palma		63.000,00	105.000,00	63.000,00	63.000,00	63.000,00	84.000,00
Depreciaciones		883,43	883,43	883,43	883,43	883,43	883,43
TOTAL INGRESOS		63.883,43	105.883,43	63.883,43	63.883,43	63.883,43	84.883,43
Egresos							
Producción aceite de palma	20.000,00	47.970,00	79.950,00	47.970,00	47.970,00	47.970,00	63.960,00
Manipuleo		390,00	650,00	390,00	390,00	390,00	520,00
Documentación		636,00	1.060,00	636,00	636,00	636,00	848,00
Agentes		990,00	1.650,00	990,00	990,00	990,00	1.320,00
Transporte		6.240,00	10.280,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00	8.260,00
Seguro Internacional		530,76	883,40	530,76	530,76	530,76	707,08
TOTAL EGRESOS	20.000,00	56.756,76	94.473,40	56.756,76	56.756,76	56.756,76	75.615,08
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-20.000,00	6.326,67	10.610,03	6.326,67	6.326,67	6.326,67	8.468,35

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fweltala.

La explicación a los resultados negativos es evidentemente porque para llevar a cabo la exportación de aceite de palma africana, la empresa extractora INEXPAL, necesita invertir en el proceso logístico y para ello debe iniciar con un valor de 20,000.00 USD, y durante el primer trimestre las ventas son representativas y empieza a recuperar su inversión inicial, dado que para este trimestre la entrega a PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, es de 90 tn. Obsérvese que los flujos para los siguientes trimestres son positivos y por ende favorable para el exportador, logrando así que el periodo anterior permita realizar el ejercicio del siguiente.

5.7.5. Tasa de descuento

Como se conoce, el proyecto será financiado a través del aporte de capital de INEXPAL, por ello se utiliza la tasa activa y pasiva designada por el Banco Central del Ecuador, como un costo de oportunidad de la inversión. La tasa activa actual (Ac) es de 8.89% y la pasiva (Ps) de 5.47% anual. Con estos datos se calcula la TMAR a través de la fórmula que permite relacionar las tasas referenciales.

$$TMAR = (1 + Ac)(1 + Ps) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0.0889)(1 + 0.0547) - 1$$

$$TMAR = 14.8\%$$

Es pertinente mencionar que la unidad sobre la que se está proyectando este plan financiero es para el año comercial acordado, la TMAR con la que se establece los cálculos siguientes es de 14,8% anual.

5.7.6. Valor Actual Neto

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

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

$$VAN = 28,258.47$$

De esta forma, como el VAN del proyecto analizado es positivo, es decir, mayor que cero, nos indica que la exportación de aceite de palma hacia el mercado colombiano le generara riqueza para la empresa INEXPAL, más allá del retorno del capital invertido en el proyecto.

5.7.7. Tasa interna de retorno

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

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

$$TIR = 29\%$$

Obtenida la tasa interna de retorno, se deberá comparar con el tipo de interés vigente en el mercado, es decir, la tasa de descuento, como la diferencia entre estas dos tasas es positiva, se puede llevar a cabo el proceso de exportación de aceite de palma africana por parte de la empresa INEXPAL, hacia el mercado colombiano.

5.7.8. Relación costo – beneficio

Se aplica considerando los ingresos netos, es decir, los ingresos que efectivamente se recibirán durante el año negociado, y los egresos presentes netos de aquellas partidas que efectivamente generan salidas de efectivo.

Tabla 49:Relación Costo – Beneficio

Periodo	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	6.326,67	0,8711	5.511,04
1	10.610,03	0,7588	8.050,69
2	6.326,67	0,6610	4.181,67
3	6.326,67	0,5757	3.642,57
4	6.326,67	0,5015	3.172,97
5	8.468,35	0,4369	3.699,54
6	6.326,67	0,8711	5.511,04
		SFE	24,558.93
		- I.I.	20,000.00
		C/B	1.23

La relación beneficio costo, del proyecto es de 1.23, lo que significa que por cada dólar ingresado al proyecto, existen 0.23 dólares más en el beneficio económico.

5.7.9. Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio permite mostrar la cantidad de toneladas mínimas a producir y vender, de manera que no se generen pérdidas. Pero como se observa en la tabla el número de toneladas de aceite de palma requerida para evitar una pérdida es de 80 tn, siendo esto una oportunidad para la comercialización de este producto.

Tabla 50: Punto de Equilibrio

	I Bimestre		II Bimestre		III Bimestre		IV Bimestre		IV Bimestre		IV Bimestre	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Aceite de palma	47.970	0	79,950	0	47.970	0	47.970	0	47,970	0	63,960	0
Total Costo de Producción	47.970	0	79,950	0	47.970	0	47.970	0	47,970	0	63,960	0
Gastos Operacionales	0	8,787	0	14,523	0	8,787	0	8,800	0	8,787	0	11,655
Gastos de Exportación		8,787		14,523		8,787		8,800		8,787		11,655
Costos y Gastos Totales	47,970	8,787	79,950	14,523	47,970	8,787	47,970	8,800	47,970	8,787	63,960	11,655
Unidades	90		150		90		90		90		120	
Costos y Gastos Unitarios	533.00	97.63	533.00	96,82	533.00	97.63	533.00	97.63	533,00	97.63	533.00	97.13
Total Costos y Gastos Unitarios	630.63		629.82		630.63		630.63		630.63		630.13	
% Utilidad	11%		11%		11%		11%		11%		11%	
Precio de venta Unitario	700,00		700,00		700,00		700,00		700,00		700,00	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	80		133		80		80		80		106	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Santiago Fweltala

5.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Luego de realizar la investigación pertinente del presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

En el desarrollo de la investigación de mercados la empresa INEXPAL, es la empresa que está dispuesta a realizar la exportación de aceite de palma al mercado Colombia, esta empresa cuenta con la infraestructura adecuada para la producción de este producto.

La distribución física internacional, es la óptima para la comercialización de aceite de palma, de igual manera se pudo generar canales de distribuciones eficientes y eficaces con el fin de que lleguen en el tiempo más corto posible al importador colombiano.

Al ejecutar diversas estrategias de negociación la empresa INEXPAL, podrá consolidar la negociación con el importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, y así poder enviar envíos bimestrales del producto.

Con los datos obtenidos de la evaluación financiera se determinó que el proyecto es factible debido a que los resultados son satisfactorios como se observa en el TIR del 29% y el VAN con 27.941.03usd.

Finalmente, se pudo concluir que la exportación de aceite de palma hacia el mercado colombiano, es factible y que contribuirá al desarrollo económico de ambos países.

5.9. RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO

Se recomienda a la empresa INEXPAL, que este en constantes capacitaciones tomando en cuenta las oportunidades de mercados existentes, encaminados a la comercialización de aceite de palma africana.

La empresa deberá estar en contantes investigaciones para mejorar sus procesos de extracción de aceite de palma africana, y también sobre el ingreso del producto a los diferentes mercados internacionales.

La empresa deberá tener en cuenta las condiciones y términos, para realizar la exportación, además se debe tener presente el medio de transporte para el envío de la mercancía que sea optimo tanto para el comprador como el vendedor tomando en cuenta que la mercancía llegue en buenas condiciones a su destino final.

La empresa deberá realizar constantemente un análisis financiero que le permita conocer cómo se desarrolla las actividades dentro de la misma tomando en cuenta la rentabilidad de proyecto y su utilidad.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Constituyente del Ecuador. (20 de Octubre 2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro oficial N° 449.

Asamblea Constituyente del Ecuador. (29 de Diciembre 2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Registro Oficial Suplemento 351.

Asamblea Constituyente del Ecuador. (27 de Marzo 2017). Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio del libro V del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Decreto N° 758.

Banco Central del Ecuador, (2016) en: <http://www.bancocentraldelecuador.com.ec>, 28/08/12

Black J. (2012). Oferta y demanda en el Mercado, 1era Edición, Universidad de Cádiz. Bergh, B.O. (2008). Persea americana. Handbook of flowering. Halevy, H (ed.). Vol. 3. CrC Press, inc., Boca raton, Floriuda, uSA. p. 253-267.

Borkakoti, L. (2011). Ventaja comparativa. Recuperado de: <http://www.academia.edu/11239736/Teorias-del-comercio-internacional-material-de-apoyo>

CAN, (01 de 01 de 2014), Sistema Andino de Integración, Recuperado de <http://www.comunidadandina.org/>

Castillo, A. (2014). Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aceite de palma africana en la vía Quinde provincia de Esmeraldas. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4297.pdf>

Colombia.com. (2016). Colombia Información general. Recuperado de: <http://www.colombia.com/>

Cortez, F. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de aceite de palma africana al mercado mexicano. Universidad

Politécnica Salesiana, Quito. Recuperado de:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7272/1/UPS-GT000680.pdf>

COOPALMA. (2016). Cadena de valor aceite de palma africana. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/COOPALMA.pdf>

Cunningham, E (2014). *Comercialización*. Recuperado de <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/comerc/planes/8.2.3/candist.htm>

Cultivo de aceite de palma africana (2013), Morfología y Taxonomía, en: <http://es.slideshare.net/daviflog/cultivo-de-aceitedepalma24/05/2014>

El Comercio (2014), Iniciativa del Iniap fomenta la producción de aceite de palma africana para la exportación en: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/aceitedepalmadiferentesformas-y-sabores.18/04/14>

FAO. (2015). Valor nutritivo y usos en la alimentación humana. Colombia. FAO. p. 19.

FEDEPAL, (2015). Revista FEDAPAL, N° 4. Recuperado de: <http://fedapal.org/web2017/index.php/multimedia/publicaciones#>

González, A. (2015). Centro de Comercio Internacional. Colombia: Editorial Aventis.

Gutiérrez, A, (2013), *Distribución Física Internacional*. Recuperado de <http://distribucionfisicainternacional-ujtl.blogspot.com/>

Hernández, V. (2012). La ventaja absoluta. Recuperado de: <https://prezi.com/gyi0iwly-ft0/la-ventaja-absoluta/>

Infoagro. (2014). El cultivo de palma africana. Recuperado de: http://www.infoagro.com/herbaceos/oleaginosas/palma_africana_aceitera_coro_de_guinea_aabora.htm

Instituto de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador, (2012) Tecnología Ecuador espera incrementar exportación de aceite de palma africana en: <http://www.iniap.gob.ec>,20/10/12

Kash, L. (2012). Economía Internacional e Integración Económica. España: Editorial Prisma.

Kays A y Jones S, (2013), Demanda de productos orgánicos, ACONEX, Vol. 18(96). 15-23

Keynes, J. (2013). Oferta y Demanda. Recuperado de: www.peoi.org/Courses/Coursessp/mac/mac7.html

Leiva O. (2014), Diccionario de Economía, 3era Edición, Editorial Andrade

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2015).

Ministerio del Ambiente. (2016). Reforestación causada por palma africana.

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP). (2016).

Morales R (2012), Globalización, España. 4ta Edición, McGraw Hill.

Oleofinos. (2016). Aceites Comestibles. Recuperado de: <http://palma.aceitescomestibles.com>

Ponce, G & Zambrano, T. (2014). Estudio de factibilidad de la producción de aceite de palma africana para la compañía G & G, cantón Ventanas, provincia de Los Ríos y propuesta de plan de exportación dirigido al mercado Venezolano. Universidad Politécnica Salesiana, Quito. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4546/1/UPS-QT02051.pdf>

Parkin M (2012). Fuerzas que intervienen en el mercado, 3era Edición, ESIC Editorial

Prieto, J. (2013). Investigación de Mercados, Colombia. Linotipia Bolívar. 1ª Edición

Portal frutícola (2014), Buenas prácticas agrícolas en:
<http://www.portalfruticola.com/28/04/14>

Porter, M. (2012). Estrategia Competitiva. España: Editorial Santiere.

Porto, J (2012). *Concepto de estrategia*. Recuperado de
<http://definicion.de/estrategia/>

PROECUADOR. (2015). Informe Comercial Ecuador 2015. Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf>

PROECUADOR. (2016). Análisis Sectorial Aceite de Palma y elaborados. Recuperado:
http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/05/PRO_EC_AS2016_ACEITEPALMA.pdf

Rodríguez, Manuel. (2014) Hacia la Insostenibilidad Ambiental. Un Balance de la Política Ambiental 2012-2014. Uniandes, en:
www.foronacionalambiental.org.co/libreria/pdf/ACTUALIDAD18.pdf.
25/03/2014

Revista ACUPA # 23. Ecuador País Palmicultor.

Sáenz, L. (2014) Cultivo de la palma aceitera. IICA. Ecuador.

Salkind, J. (2010). Ciclo de la investigación científica. Recuperado de:
<https://us.sagepub.com/en-us/nam/author/neil-j-salkind>

Secretaria Nacional de Planificación y desarrollo. (24 de junio 2013). Plan Nacional para el buen vivir 2013 – 2017. Resolución N° CPN – 002 – 2013.

Tapia, L. (2014). Exportación de aceite de palma africana desde San Lorenzo provincia de Esmeraldas – Ecuador, hacia el mercado Pará – Brasil. Universidad de las Américas, Quito. Recuperado de:
<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3757/1/UDLA-EC-TTEI-2014-05%28S%29.pdf>

Tamayo, J. (2014). Investigación y Planificación de Mercados. España: Editorial Sanofi.

Thompson, I, (2013). *Definición de mercado*. Recuperado de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado>.

ANEXOS

ANEXO 1: FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
AUTOR (apellidos, nombres)	<u>Jobson Luis</u>
TÍTULO Y	
SUBTÍTULO	<u>Análisis PESTEL</u>
EDICIÓN	<u>III</u>
LUGAR DE EDICIÓN: (a partir de la segunda)	<u>España</u>
EDITORIAL	<u>Spersing</u>
AÑO DE EDICIÓN	<u>2014</u>
NÚMERO DE PÁGINAS	<u>54</u>
SERIE DE COLECCIÓN Y NÚMEROS	<u>A45-RF</u>
LOCALIZACIÓN DE LA OBRA	<u>Biblioteca</u>

ANEXO 2: FORMULARIO OFERTA

INEXPAL

Resumen ejecutivo, el objetivo de este instrumento es recabar información sobre la oferta de aceite de palma. Dada la relevancia de la información que se solicita, es de particular importancia que los datos sean precisos y responsables.

DATOS GENERALES

Razón Social: INEXPAL
 Provincia: Esmeraldas
 Cantón: Quiminda
 Dirección: Via Santa Domingo
 Número de teléfono: _____

PRODUCCIÓN

1. ¿Usa o tiene la palma africana de:
 a) Cultivo propio b) Palmicultores del sector ☒ Ambos

2. De ser cultivo propio, ¿qué cantidad de hectáreas posee de palma africana?
 Hectáreas

3. ¿Cuánta fruta de palma africana cosecha o adquiere?
 Hectáreas

4. ¿Qué cantidad de aceite de palma obtiene de la cosecha?
 Hectáreas

5. ¿Cuál es el mes que más produce?
 Mes

6. ¿Cuál es el mes que menos produce?
 Mes

7. ¿Cuál es la cantidad producida en toneladas bimensual?
 Toneladas

COMERCIALIZACIÓN

8. ¿¿Cómo comercializa el aceite de palma a nivel?
 a) Internacional b) Nacional ☒ Ambos

9. ¿Cuál es el precio por cada tonelada de aceite de palma a nivel nacional?
 Precio

10. ¿Cuál es el precio por cada tonelada de aceite de palma para exportación?
 Precio

11. ¿Qué porcentaje del total de la producción estaría dispuesto a comercializar?
 Porcentaje

Gracias por su colaboración

INEXPAL Fecha: 03/03/2016
 Recibido por: Ernesto Gonzalez
 Despachar a: UPSC

ANEXO 3: FORMULARIO DEMANDA

DECLARACIÓN JURADA

El suscrito(a) declaro, en cumplimiento de sus obligaciones, que la información suministrada en este formulario es veraz y correcta, y que no se ha proporcionado información falsa o engañosa.

Razón Social: PALMEIRAS S.A.S.
 Provincia: GUAYRITA
 Cantón: YUCCA
 Dirección:
 Número de teléfono:

1. ¿Qué cantidad de aceite de palma adquiere al año? 512.45 Toneladas

2. ¿Usted adquiere el aceite de palma?

a) Nacional b) Importador ☒ c) Otros

3. De ser importado, ¿de qué país lo adquiere?

a) ☒ Venezuela b) Ecuador c) Brasil d) Otros

4. ¿Con qué frecuencia adquiere aceite de palma africana?

a) Mensual b) ☒ Bimestral c) Trimestral d) Semestral

5. ¿Cuál es el mes que más adquiere aceite de palma?

Mes MARZO - ABRIL 22.4 Toneladas

6. ¿Cuál es el mes que menos adquiere palma africana?

Mes ENERO - FEBRERO 12.5 Toneladas

7. ¿Cuál es el modo de transporte que emplea para la importación del aceite de palma?

a) ☒ Terrestre b) Marítimo c) Aéreo

8. ¿Cuál es el término de negociación internacional (INCOTERMS) que utiliza?

a) EXW b) FCA c) ☒ CIF d) Otros

9. ¿Cuál es el precio que usted paga por cada tonelada de aceite de palma?

Precio 710.50

10. ¿Estaría dispuesto a comprar producto exautorismo?

a) ☒ Si b) No

11. ¿Qué porcentaje del total de su adquisición estaría dispuesto a adquirir?

9% Porcentaje

Gracias por su colaboración


PALMEIRAS S.A.S. 17/01/2016

Tabla 4. Plantas de beneficio de fruto de palma de aceite en la Zona Suroccidental 2012 / Palm Oil Mills in the South-West Zone 2012

Departamento / Department	Municipio / Municipality	Empresa / Company
Cauca	Belén de los Andaquíes	Confederación Empresarial del Campo de Colombia -Confecampo
		Extractora Santa Fe S.A.S. 1/
Nariño	San Andrés de Tumaco	Palmas de Tumaco S.A. - Palmaco S.A.
		Palmas Santa Fe S.A. 2/
		Palmeiras Colombia S.A.
		Salamanca Oleaginosas S.A. 3/

Nota / Note

- 1/ Extractora Santa Fe S.A.S. Nueva planta generada de la división de "Palmas Santa Fe S.A.", en producción a partir de abril de 2012 / New oil mill, generated by split of "Palmas Santa Fe S.A.", in production starting April 2012.
- 2/ Palmas Santa Fe S.A. declaró producción hasta marzo de 2012 / This oil mill, declared production until March 2012, stop operations in April 2012.
- 3/ Salamanca Oleaginosas S.A. Reinició producción a partir de agosto de 2012 / Production starting August 2012.

ANEXO 5: COTIZACIÓN TRANSPORTE

	COTIZACION DE SERVICIOS	PÁGINA	- 156 - de 3
		VIGENCIA	04/07/16
		VERSIÓN	1
	GESTION COMERCIAL	PAIS	Colombia

LUGAR / FECHA Quininde, 18 de mayo del 2017

CLIENTE Interlog Cargo

CONTACTO Sr. Alan Cardenas Estrada

CARGO

CIUDAD Quininde

TELEFONOS 00511- 568 1000

CELULAR 955 339 524

E-MAIL acardenas@interlogcargo.com

COTIZACIÓN	TCI-PE-DCL-009-2016
------------	----------------------------

Apreciado(a) Cliente:

Nos complace su Gentil Interés por nuestros Servicios de Logística Integral Nacional e Internacional en la Comunidad Andina, Gerenciamiento en Comercio Exterior y Seguridad Vial. A continuación nuestra Oferta por los servicios requeridos y términos comerciales:

MODALIDAD: TRANSPORTE TERRESTRE INTERNACIONAL

DESCRIPCIÓN: ACEITE DE PALMA

TRAYECTO	VEHICULO	TARIFA POR VEHÍCULO
QUININDÉ (EC)– TUMACO(CO)	TANQUERO 30 TNS	USD\$. 2,700.00

OTROS SERVICIOS:

1.- TRAMITES COMPLEMENTARIOS ORIGEN	
TRAMITE DE IMPORTACION TEMPORAL (ECUADOR)	USD 240.00
MANIPULEO CARGA	USD 130.00

Responsabilidades de **TCI**

1. Transporte terrestre en unidades propias y/o calificadas en el CNTTTSV
2. Rastreo Satelital de vehículos y Monitoreo 24/7
3. Almacenes Temporales Acreditados en Fronteras
4. Entrega a Puerta de acuerdo a negociación

Excepciones de Responsabilidad de **TCI**

5. Cargue en origen y descargue en destino
6. Trámite de Exportación en Tulcán
7. Trámite de Importación en Ipiales
8. Demoras, Stand by ocasionado por falta de documentación
9. Pago de aranceles, impuestos, póliza de seguro, certificado de inspección, almacenaje, etc.

Compromisos del Cliente

10. La sola recepción y revisión de la presente cotización, conlleva la obligación del cliente de guardar la respectiva confidencialidad de todo tipo de información o documentos a las que el cliente o el personal bajo su dependencia o vinculado de manera eventual, temporal u ocasional, tuvieran acceso; así como el respeto íntegro a todo cuanto involucre los derechos y propiedad intelectual de **TCI**.
11. Se entenderá que la aceptación de la presente cotización, incluye la declaración tácita de El Cliente que todas sus acciones y actividades están en apego incondicional al marco legal vigente y que Él es el único responsable del origen, destino, contenido y uso de la carga.
12. El Cliente conoce y acepta que si el conductor, como representante temporal de **TCI**, no está presente durante el embarque, cierre de la carga y recepción de la Guía de Viaje o de Remisión, **Transcomerinter** **NO** es responsable por faltantes o daños de ninguna clase.

13. Finalizado el servicio, El Cliente recibirá la factura correspondiente y SIN PROTESTO realizará el pago respectivo, en los términos previamente establecidos y negociados.

Forma de pago

14. Adelanto 70%, saldo 30% contra entrega de la carga en destino.

Validez de la oferta

15. Hasta el 31 de Agosto del 2017

Términos y Regulaciones

16. En caso de que las mercaderías del Cliente sean consideradas de Riesgo, Peligrosas o Vulnerables de asalto, robo o deterioro por almacenamiento; el Cliente deberá informar anticipadamente y por escrito a **Transcomerinter**, además de tomar las medidas de Seguridad suficientes a fin de minimizar y prevenir percances durante el tránsito regular, su bodegaje y/o manipuleo. En caso de que El Cliente requiera Servicios adicionales de Seguridad, Custodia, Candados o Dispositivos Satelitales, Equipos para manipuleo, etc.; estos serán cotizados en una nueva Oferta de Servicios.
17. Los Tiempos Normales a considerar por cada embarque son: 3-4 HORAS POR VEHÍCULO para CARGUE en Origen y Despacho; 16 HORAS LABORABLES para trámite de EXPORTACION en Régimen a Consumo; 24 HORAS LABORABLES para trámite de IMPORTACION en Régimen a Consumo; 3-4 HORAS POR VEHÍCULO para DESCARGUE en Destino.
18. Retraso durante cargue en origen, descargue en destino y/o cruces de frontera por falta o error en documentos y/o por demora en pagos de Aduana; que excedan los tiempos estipulados, serán FACTURADOS como "stand by" equivalente a USD 150,00 diarios.
19. Ante restricciones de ordenanza municipal o de Aseguradoras, LA MOVILIZACIÓN A PEDIDO DEL CLIENTE, fuera de horarios permitidos, será de su absoluta responsabilidad por multas y sanciones al conductor, así como de los gastos y costos para liberación del vehículo detenido; y del "stand by" resultante.
20. Recomendamos que para evitar retrasos y demoras en sus trámites, los documentos sean enviados por correo electrónico con 12 horas de anterioridad al embarque.
21. En caso de reclamo por faltantes o daños en la mercadería a nuestro cargo y que haya sido causado por responsabilidad directa y comprobada de **TCI**, el Cliente lo debe detallar en la respectiva Guía de Viaje o de Remisión y formalizar el reclamo máximo en el plazo de 48 horas siguientes a la entrega, dirigido a los correos electrónicos **operalima@transcomerinter.com** y **directorcomercialec@transcomerinter.com** ; luego de este plazo **TCI** NO aceptará ninguna observación al respecto.

22. Cualquier reclamo presentado, procesado y/o aceptado, no representa autorización para descuentos en las Facturas de **TCI**, debiendo el Cliente cancelar las mismas según los términos de negociación establecidos. En caso de Autorización Escrita de descuento por parte de **TCI**, el mismo se aplicará única y exclusivamente al viaje y factura implicados.
23. Coordinación de vehículos y fecha de cargue se Reservan con 48 horas de anticipación.
24. **TCI** se reserva el Derecho de suspender la coordinación de embarques, si el Cliente se encuentra con más de 1 Factura impaga.
25. La Solicitud de Embarque u Orden de Servicios por vía electrónica (e-mail), se considera como aceptación total a las Tarifas, Responsabilidades, Compromisos, Forma de Pago, Vigencia, Términos y Regulaciones detallados en la presente Cotización y la convierte en un Contrato Tácito de carácter Ejecutivo.

Agradecemos su Confianza en nuestra Organización.

Cordialmente,

Transcomerinter Cía. Ltda.

Recibida y aceptada

TCI-LIM-DCL-009-2017

Tony Alva M.

Transcomerinter Ecuador S.A.C.

Sr. Alan Cardenas Estrada

Interlog Cargo

Cc. Gerencia General

Gestión Comercial

Facturación

ANEXO 6: DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

Martha 31 de Mayo del 2018

Exportador : INDUSTRIAL DANEC S.A.

Importador : FABRICA NACIONAL DE GRASAS S.A.S

TRAYECTO : QUITO - ECUADOR

JAVIER CENOS - COLOMBIA

Status de Mercaderia

IMPORTACION		DESCRIPCION		OBSERVACIONES							
FACTURA Neo> 006-006-000000777 LISTA DE EMPAQUE CERTIFICADO DE ORIGEN		OLEINA DE PALMA TANQUE 1200 AL GRANEL EMPAQUADOS EN TRES CARROTANQUES REFERENDO ADUANA ECUADOR CEC201867070952 / 073-2016-40-00319704		FABRICA NACIONAL DE GRASAS S.A.S CL 83 18 48 OF 504 / BOGOTA / COLOMBIA AGENCIA DE ADUANAS ATLANTIS S.A. NIVEL 2 CRA 7. NO. 18, 59 OFI 503 / IPAALES / COLOMBIA							
CIPC : 0220833-18 Fecha Emb.: 31/05/2018		TOTAL KILOGRAMOS Peso Neto: 91290 Peso Bruto: 91290									
Contenedor	Placinto	Cantidad	Fecha Despacho	Guia Nacional	Placa Nacional	Conductor	Celular	Fec. Llego MERC.	Fec. Rec. Do	Fec. Emision C	Fec.
ERROTANQUE PRO2	30450-53047-53054	1	31/05/2018	0710000475	24H429	RODRIEGAS FUERTES ERNESTO OLE	2062414814	31/05/2018			
ERROTANQUE PRO2	30450-53050-53059	1	31/05/2018	0710000475	24H444	MEJIA ERAZO ROBINSON VINICIO	0081851104	31/05/2018			
ERROTANQUE PRO2	30453-53047-53054	1	31/05/2018	0710000475	24H5171	FUERTES YAR JAIRO ESTEBAN	2068810607	31/05/2018			

Alentamiento .

ESCOBAR DIAZ RODRIGO PATRICIO
Departamento Exportaciones - Tulcan
TRANSCOMERINTER CIA. LTDA.



**CARTA DE PORTE INTERNACIONAL
POR CARRETERA (CPIC)**

No. 0220833-18

1. Denominación o razón social y dirección del transportista autorizado:



CI-EC-0000-18 NVO. 04-02-2018
MPS-00-0000-18 NVO. 04-02-2018
MPS-00-0000-18 NVO. 04-02-2018
Sede: P.O. Box 1000
Av. El Dorado 1000
Tel. 3804400
Fax 3804400

2. Nombre:

AGENCIA DE ADUANAS ATLANTIS S.A. NIVEL 2
CRA 7 NO. 1038 OF 303

PAIS: COLOMBIA

30000

3. Lugar, país y fecha en la que el transportista recibe las mercancías:

QUITO - ECUADOR

21/05/2018

4. Lugar, país y fecha de embarque de las mercancías:

QUITO - ECUADOR

21/05/2018

5. Lugar, país y fecha convenida para la entrega de las mercancías:

VILLAVICENCIO - COLOMBIA

6. Condiciones de transporte y condiciones de pago:

Directo, sin cambio del camión o tracto-camión y del remolque o semirremolque PAGO A 30 DÍAS

7. Nombre y denominación del consignatario:

INDUSTRIAL DAVIC S.A.

AV. EL DORADO 1000 Y RINCON DEL VALLE MIRAVILLA VIA A TAMBO

QUITO - ECUADOR

RUC: 170045880001

8. Nombre y dirección del consignatario:

FABRICA NACIONAL DE ORABAK S.A.S

CL 30 18 40 OF 304

BOGOTÁ - COLOMBIA

NET: 800000000

9. Nombre y dirección del consignatario:

FABRICA NACIONAL DE ORABAK S.A.S

CL 30 18 40 OF 304

BOGOTÁ - COLOMBIA

NET: 800000000

10. CANTIDAD Y
CLASE DE
BULTOS

11. MARCA Y
NÚMERO DE
BULTOS

12. DESCRIPCIÓN CORRIENTE DE LA NATURALEZA DE
LAS MERCANCÍAS (INDICAR SI SON PELIGROSAS)

13. PESO EN KILOGRAMOS

1. TIPO DE BULTO

OLIVA DE PALMA
TOMILLO EN 25 LITROS
EMBALAJES EN 25 LITROS
REMPLEDO: 100%
CICLO: 100%
CICLO: 100%

Neto

Bruto

91.290,00

91.290,00

14. PRECIO DE MERCANCÍAS

15. PRECIO DE MERCANCÍAS

16. Precio de Mercancías
(CICLO: 100% 200% y tipo de remolque)

USD

84.443,35

DAP VILLAVICENCIO

ORIGINAL

17. GASTOS A PAGAR

Concepto	Monto o cargo Remite	Tipo Moneda	Monto o cargo Destinatario	Tipo Moneda
Costo de Flete	8.940,42	USD		USD
Seguro Ocho	36,75	USD		USD
Suplementarios	142,83	USD		USD
Total	9.120,00	USD		USD

21. Instrucciones al Transportista

MERCADERIA IMPORTADA A IMPORTO MEXICANOS LTDA. IPALUS
COLOMBIA

22. OBSERVACIONES AL TRANSPORTISTA

CARGA EN 3 CARRIOTAGUERO PROSTA PROSTA PROSTA
PUERTO QUITO IPALUS USD 3801,00
PUERTO IPALUS VILLAVICENCIO USD 8294,00

18. Documentos Recibidos del Remite

FACTURA NRO. 006-006-000000777
LISTA DE EMPAQUE
CERTIFICADO DE ORIGEN

23. Nombre o Firma del representante agente o su Rep. Legal

El suscrito, al hacerme cargo de las mercancías, se obliga a cumplir las
disposiciones de las normas que conforman el ordenamiento jurídico de
la Comunidad Andina, en particular con la Decisión 380 y su Reglamento
380.

En el reverso de este documento o en hoja separada, transportista
autorizado, podrá establecer cláusulas generales o particulares de
condiciones de servicio de transporte.

19. Lugar y Fecha de Embarque

TULCAN - ECUADOR

Fecha: 21/05/2018

20. Nombre y Firma del remitente o su representante agente

REP: ESCOBAR DIAZ RODRIGO PATRICIO



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	873-2018-40-80319704
---------------	----------------------

Información de general

Código del distrito	TULCAN	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01909021
Fecha de Aceptación	31/05/2018 09:38:00		

Información de Exportador

Nombre del exportador	INDUSTRIAL DANEO S.A.	Teléfono del exportador	2409884
Dirección del exportador	AV EUGENIO ESPINOZA 3415 Y RINCÓN DEL VALLE		
Número de documento de	RUC-179004068001	Ciudad del exportador	QUITO
CIIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Número de documento de declarante	RUC-0400077519001
Nombre del declarante	ENRIQUEZ CASTILLO LUIS HUMBERTO		
Dirección del declarante	RAFAEL ARELLANO E IMBABURA PASAJE		
Código de forma de pago	GRO DIRECTO	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga	TULCAN	Puerto previsto de destino exterior	—NULL—
Puerto de llegada o de destino	IPALES	Fecha de la carta de	31/05/2018
Nombre del consignatario	FABRICA NACIONAL DE GRASAS S.A.S		
Dirección del	CL 90 15 45 OF 504		
Ciudad del contribuyente	BOGOTA	Tipo de carga	CARGA A GRANEL
Almacén de lugar de	(550600) TRANSPORTE Y COMERCIO INTERNACIONAL -	Medio de transporte	CARRETERA
País de destino final	COLOMBIA		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	8440.25	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	81290	Peso total	81290
Cantidad total de bultos	3	Cantidad de contenedores	0
Cantidad total de unidades físicas	81290	Cantidad total de unidades comerciales	81.29
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Item

No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
1	121180000	0000	0000	OLENA DE PALMA	ECUADOR	91.90	91.39

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - Item

Numero de Item	Numero de Secuencia	Tipo Observación	Contenido
----------------	---------------------	------------------	-----------

Documentos

Numero de Item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emisión
0	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	31/05/2016	31/05/2016
0	006-006-000000777	FACTURA COMERCIAL	31/05/2016	30/05/2016

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

ARTÍCULO CIENTÍFICO



Edison Santiago Fualtala Benavides

Egresado de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi; Escuela de Comercio Exterior Y Negociación Comercial Internacional, mis prácticas pre-profesionales fueron realizadas en la Empresa de Transporte “TRANSCOMERINTER CIA LTDA”, donde actualmente trabajo y aplico los conocimientos adquiridos en la universidad.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Entregado: 10/08/2017

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.
(ECEYNCI)**

Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador

e-mail: sfualtala0505@gmail.com

Resumen

Ecuador es el primer exportador de aceite de palma en Latinoamérica y el segundo productor de la región con más de 280 mil hectáreas de palma sembradas, Según datos, de la Asociación Nacional de Cultivadores de Palma Aceitera (Ancupa), en el 2015, se produjeron más 506 mil toneladas de aceite rojo de palma que en gran medida es usada por la industria nacional para la producción de alimentos de consumo humano y para la dieta animal, así como para la producción de biocombustible a través del biodiesel. Actividad que generó 50 mil plazas de empleo

**“Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado colombiano”.
Edison Santiago Fualtala Benavides, (UPEC - Ecuador)**

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

directo y 100 mil indirectos. Por esta razón esta investigación está encaminada a generar resultados acerca de la oferta existente de este producto parte de las empresas extractoras ubicadas en la zona de mayor producción, y la demanda en el mercado colombiano

Palabras Claves: oferta, demanda, mercado, consumidores, análisis financiero, distribución física internacional.

Abstract

Ecuador is the first exporter of palm oil in Latin America and the second largest producer in the region with over 280 thousand hectares of planted palm According to data from the National Association of Growers Palm Oil (ANCUPA), in 2015, there were more than 506 thousand tons of red palm oil is largely used by the domestic industry for the production of food for human consumption and animal diet, and for biofuel production through biodiesel. Activity that generated 50 thousand jobs direct jobs and 100 thousand indirect jobs. For this reason this research is aimed at generating results about the existing supply of this product from mining companies located in the area of higher production and demand in the Colombian market.

In recent years, there has been an increase in demand for palm oil in international markets, according to the results of the conducted research it is known that in Ecuador, the price per tonne of palm oil to market is and this, appealing to the Colombian market, because the importers purchase the product at a much higher price than the foregoing

Keywords: supply, demand, market, consumer, financial analysis, international physical distribution.

1. Introducción

El presente proyecto de investigación fue estructurado en cinco capítulos, a través de los cuales se muestra el desarrollo de este trabajo, es posible conocer claramente la producción de aceite de palma existente en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo, y la demanda efectiva de este producto existente en Colombia, además, se presentó una serie de anexos que dan fe de aspectos relevantes de la investigación.

La base teórica científica para el desarrollo del presente tema de investigación, fue obtenida mediante la investigación documental de libros, legislaciones vigentes de los países objeto de estudio (Ecuador-Colombia), páginas web, entre otros instrumentos relacionados al tema, considerando y respetando la correspondiente autoría con la utilización de las normas internacionales de citación. La operacionalización de las variables, fue la herramienta que permitió la estructuración de la respectiva encuesta a

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

los importadores de dicho producto en Colombia, y por ende recolectar, procesar y analizar la información recopilada.

Se realizó un diagnóstico del mercado colombo ecuatoriano del aceite de palma partiendo del análisis del macro entorno, en el que intervienen factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, y análisis del micro entorno, a través de la herramienta de diagnóstico de las Fuerzas Competitivas de PORTER, y la Cadena de

Valor, información relevante que contribuye al estudio de mercado realizado, en el cual se analizó a la población, al consumidor, gustos y preferencias, estructura de precios, competencia, demanda, oferta, canal de distribución, que permitió realizar una completa descripción del potencial que tiene el producto objeto de estudio para llegar al mercado colombiano.

Finalmente, este trabajo de investigación presenta las conclusiones y recomendaciones más relevantes realizadas en base a los datos obtenidos en el estudio de mercado y que son considerados al momento de la implementación del proyecto, a través de la propuesta estructurada encaminada al desarrollo de un plan logístico de exportación para su respectiva aplicación.

2. Materiales y métodos

Para el presente proyecto, se aplicó la investigación cualitativa, la misma permitió determinar las características del producto en este caso el aceite de palma africana, así como también de la situación actual del sector productivo, los gustos, preferencias y necesidades de las personas que adquieren este tipo de productos. También permitió identificar la situación actual de la oferta, por ende, la demanda que existe en el mercado optimo seleccionado.

Además de se hizo un análisis cuantitativo para analizar los datos estadísticos acerca de la producción de aceite de palma africana. Ambos tipos de investigación fueran de gran ayuda, porque cada una, contribuyó al cumplimiento de los objetivos planteados así como también de la solución del problema y sobre todo la idea a defender.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

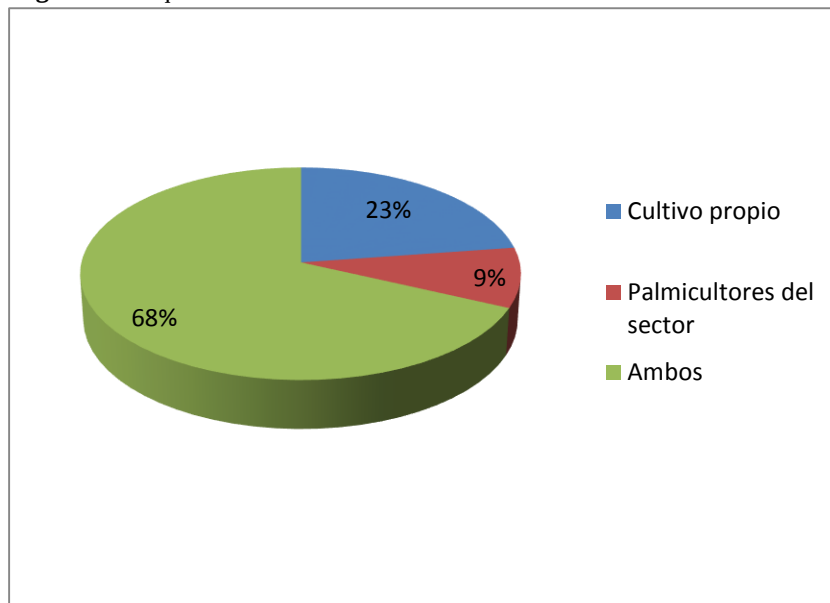
3. Resultados y discusión

1. Análisis de la Oferta

Adquisición de palma africana

En primera instancia, se creyó importante conocer como las extractoras de aceite de palma obtienen su materia prima, obteniendo los siguientes datos:

Figura 1: Adquisición de Palma Africana



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

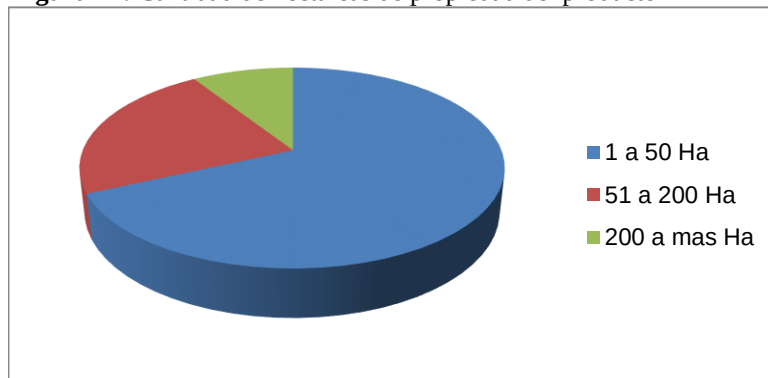
La mayoría de empresas extractoras que fueron encuestadas, respondieron que la adquisición de la materia prima para la elaboración de aceite de palma proviene tanto de cultivos que ellos poseen, como de palmicultores del sector, aunque en un menor porcentaje, en este sector existen grandes empresas que cuentan con cultivos que pueden cubrir su producción sin la necesidad de adquirir más plantas y finalmente existen pocas empresas que únicamente se abastecen de la producción de los palmicultores del sector.

Hectáreas que posee el productor

Al conocer que tipo de abastecimiento de materia prima utilizan para la elaboración de aceite de palma, se requirió obtener los datos de cuantas hectáreas poseen cada una de las empresas extractoras, obteniendo:

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Figura 41: Cantidad de hectáreas de propiedad del productor



Fuente: Investigación

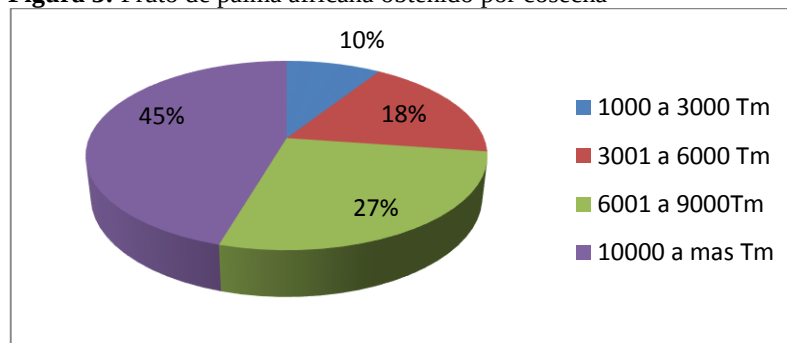
Elaborado Por: Santiago Fweltala

Se pudo constatar con la información recolectada que en su mayoría las empresas extractoras poseen entre 1 a 50 hectáreas de plantación de palma africana, siendo este uno de los factores por el cual se compra producción de los palmicultores, por otro lado, existen empresas que sobrepasan las 200 hectáreas de cultivo, suponiendo así, que les permite abastecer su producción y un número reducido de estas extractoras poseen entre 51 a 200 hectáreas.

Fruta de palma obtenida por cosecha

Fue necesario establecer que cantidad de fruto obtiene cada empresa extractora por hectárea cosechada, ya sea de cultivo propio, de los palmicultores del sector o ambos, obteniendo la siguiente información:

Figura 3: Fruto de palma africana obtenido por cosecha



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

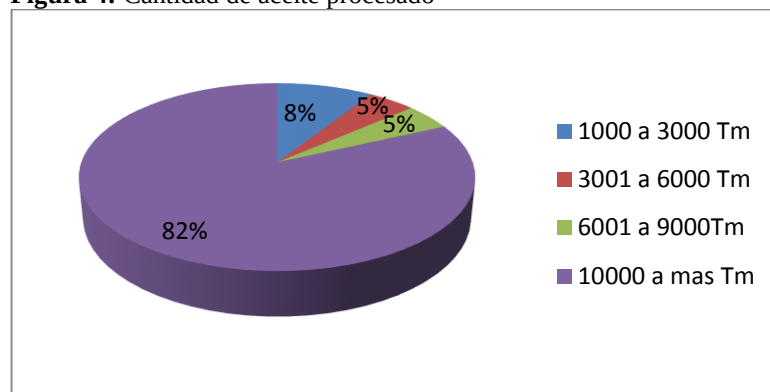
Se podría mencionar que un poco menos de la mitad de empresas extractoras obtienen más de 10.000 toneladas de fruto de palma africana para su procesamiento anuales, tomado en cuenta que se adquiere mayor producto de los palmicultores, un menor número de extractoras obtienen entre 1.000 a 6.000 toneladas, mientras que el resto de empresas obtiene un total del fruto que varían entre 6.001 a 9.000 toneladas.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Cantidad de aceite procesado

La cantidad de aceite procesado depende directamente de la cantidad de fruto que ingresa a cada una de las extractoras, obteniendo así:

Figura 4: Cantidad de aceite procesado



Fuente: Investigación

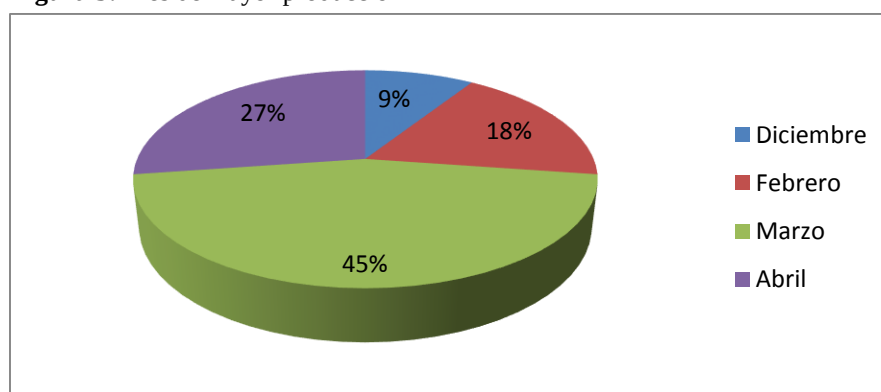
Elaborado Por: Santiago Fweltala

En su mayoría las empresas extractoras manifiestan que del total de fruto que ingresa a la planta de procesamiento se obtiene más 10.000 toneladas de aceite de palma y en el resto de extractoras se procesa únicamente entre 1.000 a 9.000 toneladas anuales de producto.

Mes de mayor producción de aceite de palma

Cabe resaltar que el mes de mayor producción de aceite de palma varía entre las empresas debido a algunos factores, entre ellos el clima y el tiempo de cultivo de las palmas.

Figura 5: Mes de mayor producción



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Los representantes de las empresas extractoras supieron manifestar en su mayoría, que el mes de Marzo es considerado el de mayor producción, aunque para otras empresas

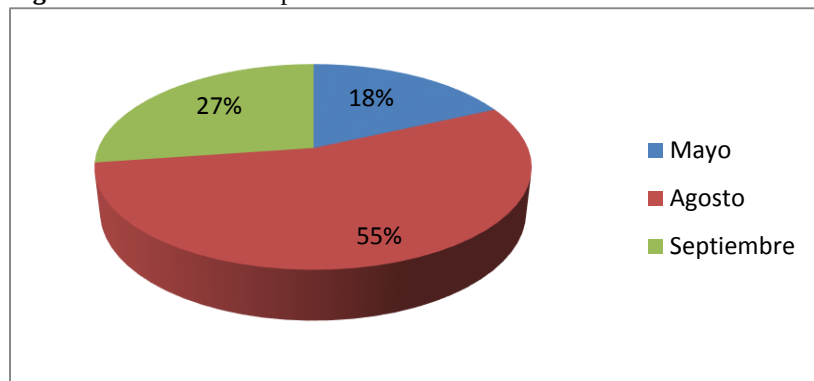
“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

en el mes de Abril se obtiene un mayor volumen de producción de aceite de palma y para el resto de los encuestados se encuentre entre los meses de Diciembre a Febrero.

Mes de menor producción de aceite de palma

De igual manera existen meses en los cuales las empresas extractoras tienen un nivel de producción menor, de acuerdo al resto del año, lo cual supieron manifestar se debe por la época seca.

Figura 6: Mes de menor producción



Fuente: Investigación

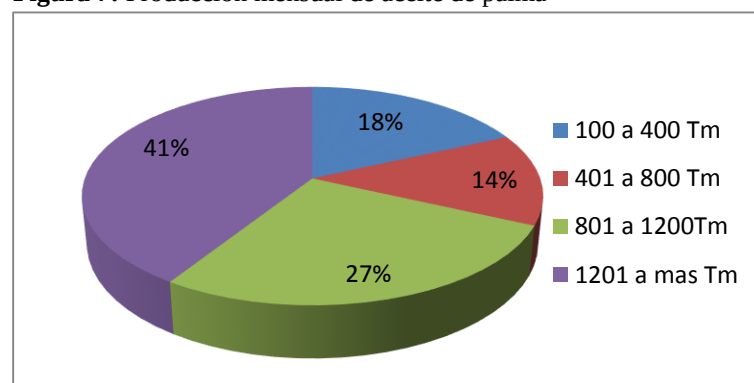
Elaborado Por: Santiago Fuentala

Se podría decir, que la mayoría de las empresas coinciden que el mes de Agosto representa la producción más baja de aceite de palma, mientras que para las demás empresas son los meses de Mayo y Septiembre.

Producción bimestral de aceite de palma

Para poder cuantificar la oferta de cada una de las empresas extractoras, fue necesario conseguir datos de su producción bimestral, obteniendo los siguientes datos:

Figura 7: Producción mensual de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

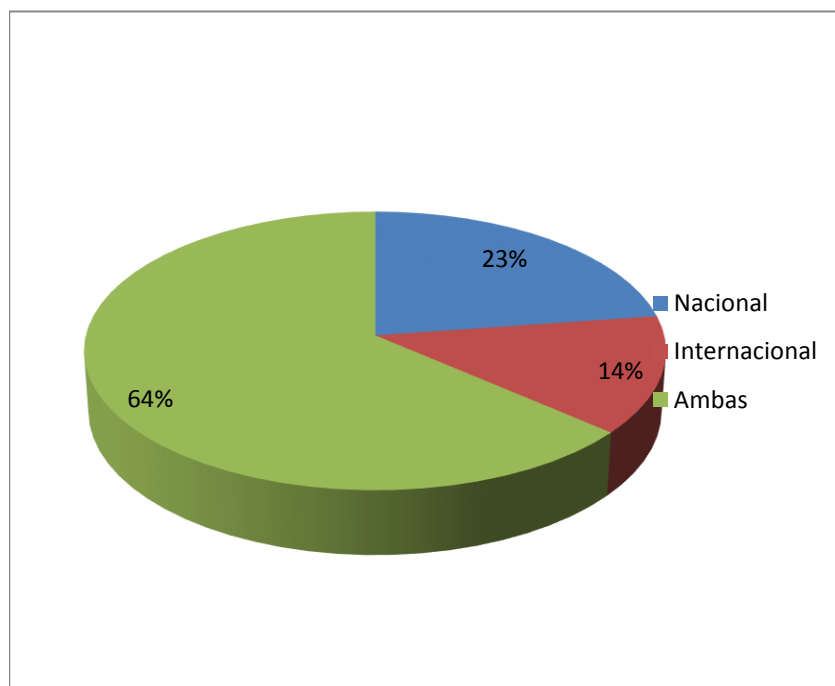
“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Como se puede observar en el gráfico anterior, la producción realizada por la mayoría de empresas extractoras de aceite de palma sobrepasan las 1.201 toneladas mensuales, mientras que en las demás empresas la producción abarca desde 100 a 1200 toneladas mensuales, cabe resaltar que los datos proporcionados equivalen únicamente al aceite crudo de palma.

Venta de Aceite de Palma

Para conocer el mercado que cada una de las empresas extractoras de aceite de palma manejan fue necesario conocer a que sector se realizan sus ventas, determinando:

Figura 8: Venta de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

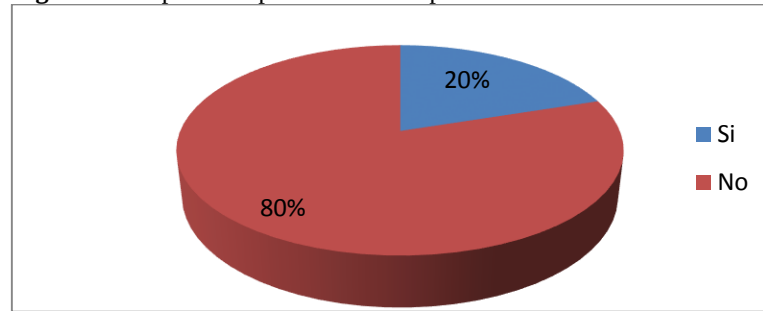
Un número reducido de empresas realiza la venta de su producción únicamente a nivel internacional y nacional, mientras que en su mayoría la producción de aceite de palma es destinada a ambos sectores, es decir, del total de su producto un porcentaje es para la venta en territorio nacional y otra parte para su distribución internacional.

Disposición para realizar exportación

De aquellas empresas extractoras que realizan la venta del aceite de palma a nivel nacional, se les pregunto si estarían de acuerdo en exportar parte de producción, obteniendo la siguiente información:

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Figura 9: Disposición para realizar exportación



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

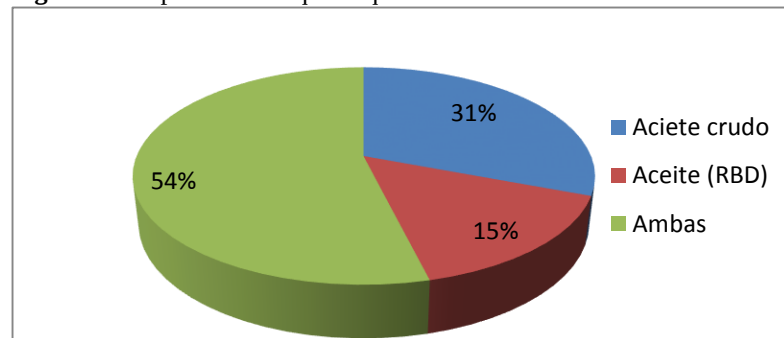
Del total de las empresas extractoras de aceite de palma solamente una de ellas está dispuesta a exportar parte de su producción, mientras que el resto no está de acuerdo, según la versión de sus propietarios en algunos casos la producción no cubriría esa demanda y en otros casos no se encuentran muy seguros de realizar ventas internacionales.

2. Análisis de Demanda

Tipo de aceite de palma que adquiere

Las empresas importadoras supieron manifestar que adquieren algunos tipos de aceites de palma, entre los cuales mencionaron:

Figura 10: Tipo de aceite que adquiere



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Del total de las empresas importadoras encuestadas, la mayoría menciona que adquiere aceite crudo de palma y aceite refinado, mientras que el resto de importadoras únicamente adquiere aceite crudo de palma o aceite refinado, este último utilizado especialmente para la elaboración de biocombustible.

Cantidad de aceite de palma adquirido anualmente

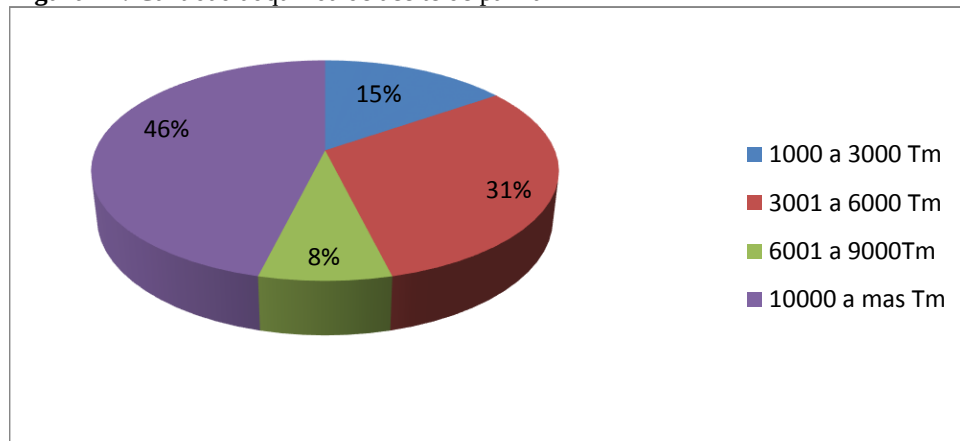
Cabe resaltar que únicamente se tiene los datos de la cantidad de aceite crudo de palma adquirida por las empresas importadoras, obteniendo los siguientes datos:

“Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado colombiano”.

Edison Santiago Fweltala Benavides, (UPEC - Ecuador)

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Figura 11: Cantidad adquirida de aceite de palma



Fuente: Investigación

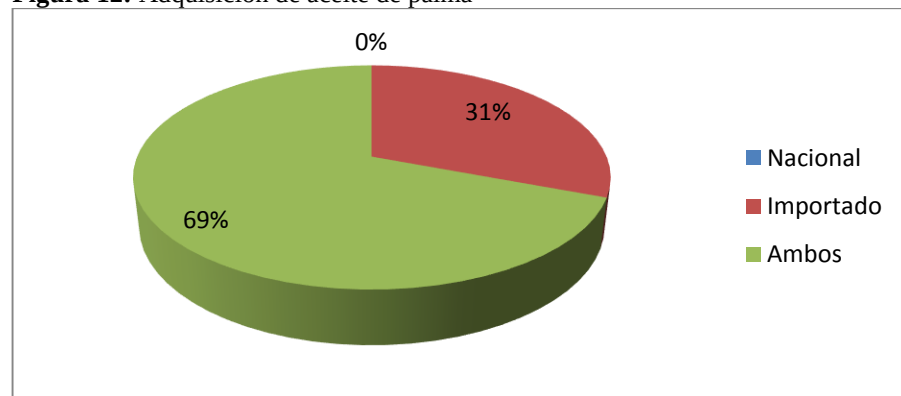
Elaborado Por: Santiago Fweltala

Las empresas importadoras en su mayoría, manifestaron que anualmente adquieren más de 10.000 toneladas anuales, mientras que el resto de encuestados sus adquisiciones varían entre 1.000 a 9.000 toneladas anuales, con estos datos se pudo constatar que dichas empresas tienen una amplia demanda.

Adquisición de Aceite de Palma

Al conocer la cantidad de aceite de palma que adquieren las empresas importadoras, fue necesario determinar qué países son los principales proveedores de este tipo de producto obteniendo la siguiente información:

Figura 12: Adquisición de aceite de palma



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

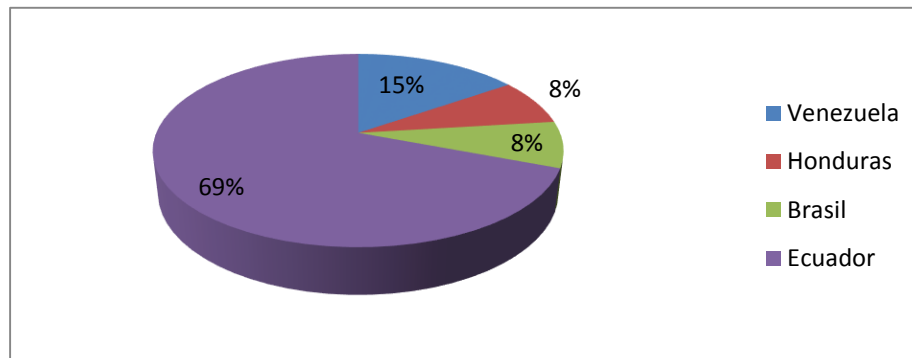
En su mayoría las empresas importadoras adquieren el aceite de palma de la industria nacional e internacional, el resto de empresas únicamente de empresas internacionales y ninguna de las importadoras encuestadas adquiere solamente producto nacional, este dato permitirá con facilidad determinar el tipo de competencia.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Principal país de adquisición

Al conocer que la mayoría de empresas demandantes adquieren producto importado, es necesario conocer el principal país del cual adquieren el producto, obteniendo así:

Figura 13: Principal país de adquisición



Fuente: Investigación

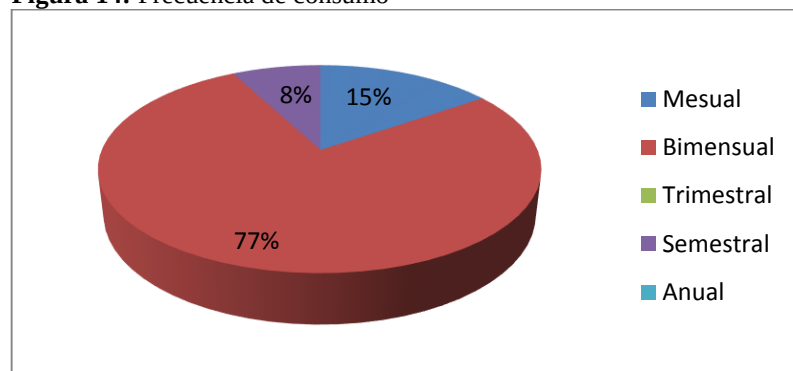
Elaborado Por: Santiago Fuentala

Según la mayoría de empresas encuestadas sostienen que adquieren producto ecuatoriano y en un menor porcentaje adquieren producto de Venezuela, Honduras y Brasil, cabe resaltar que los representantes supieron manifestar que estos países son sus principales proveedores.

Frecuencia de consumo

Uno de los datos relevantes de la aplicación del formulario a las empresas importadoras, fue la frecuencia de consumo, es decir, cada qué periodo de tiempo adquieren aceite de palma.

Figura 14: Frecuencia de consumo



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fuentala

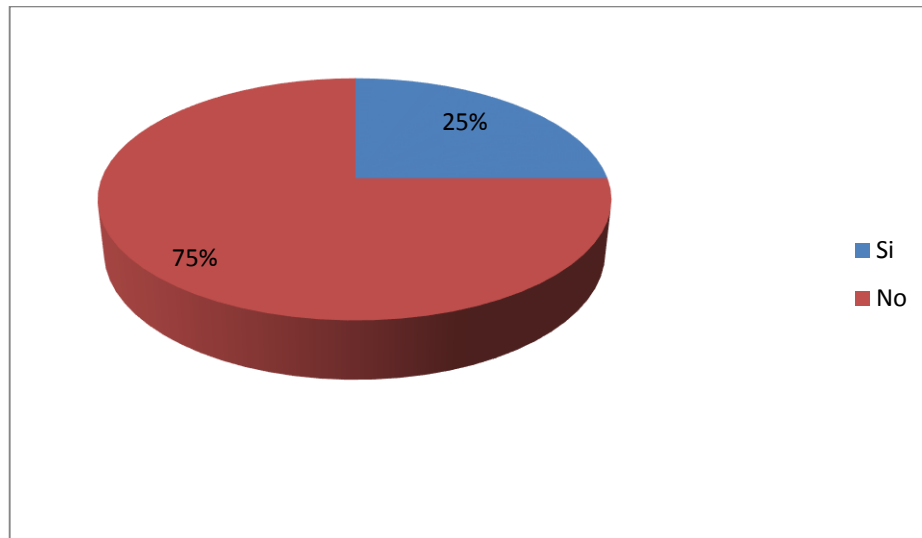
Por el tipo de producto la mayoría de las empresas importadoras adquieren su producto de forma mensual, puesto que, es destinado para la industria y en menor porcentaje de manera bimensual y semestral, dependiendo de la cantidad de producto que demandan.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Disposición de adquirir producto ecuatoriano

Algunas de las empresas importadoras no tienen como proveedor de aceite crudo de palma a empresas ecuatorianas, por lo cual fue necesario indagar si estas empresas estarían dispuestas a adquirir producto ecuatoriano, es así que se obtuvo los siguientes datos:

Figura 16: Disposición de adquirir producto ecuatoriano



Fuente: Investigación

Elaborado Por: Santiago Fweltala

Del total de estas empresas que respondieron que no han adquirido producto ecuatoriano, solo una de ellas estaría dispuesta a comprar una parte de del total de sus importaciones, el director de esta empresa supo manifestar que su compra a empresa ecuatoriana sería únicamente del 9%.

“OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO”

Conclusiones

1. La demanda real de aceite de palma por parte del importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, localizado en la ciudad de Tumaco, es de aproximadamente 540 toneladas y su demanda aumenta de conformidad a las exigencias del mercado y la preferencia que existe por consumir productos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida.
2. PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, requiere que sus entregas de aceite de palma africana sean bimensuales y de conformidad con la cantidad que requiere en el tiempo, resultando esto una ventaja para dar inicio a la exportación y adquirir una nueva experiencia en procedimientos aduaneros, reflejando la calidad del producto exportado.
3. Es evidente que la demanda de aceite de palma africana en el mercado colombiano tendrá un incremento de consumo que llegará a las 109,697 toneladas para el año 2020, lo que permitirá tener un crecimiento constante de la actividad productiva en el Ecuador, específicamente en la provincia de esmeraldas, por ello es necesario que exista disponibilidad del producto, y lograr satisfacer parte de esta demanda en el mercado colombiano.

Recomendaciones

1. Este ejercicio comercial de un año con entregas bimestrales debe realizarse de conformidad con las exigencias del importador PALMEIRAS COLOMBIA S.A.S, y cumplir así satisfactoriamente la demanda por este exigida.
2. Se recomienda producir aceite de palma en la provincia de Esmeraldas, puesto que esta variedad tiene acogida en los mercados internacionales, y existe incentivos para llevar a cabo su cultivo a través del apoyo de ANCUPA y el MAGAP.
3. Aceptar el compromiso de exportación de aceite de palma africana por parte de INEXPAL, aprovechando así la oportunidad de explorar mercados internacionales con un producto de calidad.

Referencias bibliográficas y linkograficas:

Bernal, J.A.; Moncada, J. (2011). Informe Anual de Frutales. Programa nacional de Frutales.

Instituto Colombiano Agropecuario “ICA”, río negro, enero de 2011. 57 p.

Bernier, G.; Havelange, A.; Houssa, C.; Petitjean, A.; Lejeune, P. (2013). Physiological signals that induce flowering. Plant Cell. 5:(1):147-1.155.

Block, S, Hirt, G., (2008) Fundamentos de administración financiera, 19ª edición. México. McGrawHill

Calderón, E. (2008). Fruticultura General; el esfuerzo del hombre. 3ª. Edición. Editorial Limusa S.A. México. 763 p.

“Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado colombiano”.
Edison Santiago Fuiltala Benavides, (UPEC - Ecuador)



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

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

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 008-AS-CEYNI/2013

A los veinte y cuatro días del mes de enero de 2013, siendo las 10h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: PhD. Tomas Sánchez, PRESIDENTE; Msc. Beatriz Realpe, SECRETARIO; y Msc. Libardo Peña ASESOR DEL PROYECTO (Dra. Hada Solórzano, como representante del asesor) " OFERTA DE ACEITE DE PALMA AFRICANA DE ECUADOR – SAN LORENZO Y LA DEMANDA DEL MERCADO COLOMBIANO" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptar la sustentación del estudiante FUELTA BENAVIDES EDISON SANTIAGO del IX nivel "A" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante FUELTA BENAVIDES EDISON SANTIAGO SI APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado	3.3
2. Precisión y Coherencia de Respuestas	3.6
3. Calidad de la Presentación del Trabajo	0.8

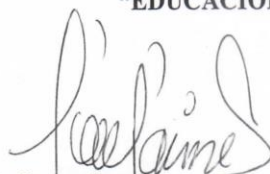
Obteniendo como nota final 7,7 en la sustentación del Proyecto de Grado.

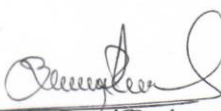
El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

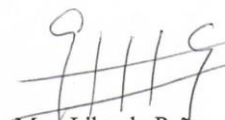
- Hacer los ajustes indicados en el documento escrito con el acompañamiento del asesor

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

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


PhD. Tomas Sanchez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


Msc. Beatriz Realpe
SECRETARIO


Msc. Libardo Peña
ASESOR DE TESIS



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Tulcán, 30 de septiembre del 2016

Razón: En mi calidad de Secretario General de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, CERTIFICO. – Que, en virtud Memorando N°UPEC-CEYN-CI-2016-003-M, de fecha 31 de agosto del 2016, presentado por la Comisión de Investigación de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la UPEC; refiere a la solicitud de cambio de nombre del proyecto en el Acta de Sustentación del señor EDISON SANTIAGO FUELTA BENAVIDES, portador de la cedula de ciudadanía N° 0401777032; esta Secretaría autoriza y registra la modificación del tema, sentando razón del cambio el mismo que dirá **"Oferta de aceite de palma africana de Ecuador y la demanda del mercado Colombiano"**, tal como se desprende de la documentación que se adjunta.

Atentamente,

Dr. Juan Carlos Villacreses E.

SECRETARIO GENERAL



Certifico que es fiel copia del original Tulcan a, 30 septiembre 2016

