

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA ELABORACION DE TESIS DE GRADO**

**TEMA:**

**“EXPORTACION DE PALMITO EN CONSERVA  
DIRIGIDA HACIA EL MERCADO DE FRANCIA POR  
MEDIO DE LA CREACION DE UNA EMPRESA EN LA  
CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO”**

**AUTOR:**

**PAÚL MINUCHE CASTRO**

**DIRECTOR:**

**ECO. CHRISTIAN IDROVO W., M.B.A.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2007**

## ÍNDICE GENERAL

<u>CONTENIDO</u>	<u>Página</u>
AGRADECIMIENTO	VI
RESPONSABILIDAD	VII
INTRODUCCIÓN	VIII
JUSTIFICACION	XII
 <b>CAPÍTULO I</b>	
<b>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL 1.-</b>	
1.1 La Globalización.....	2
1.1.1 Observaciones generales acerca de la globalización...	4
1.1.2 La obtención de mejores resultados de la apertura comercial y la reducción del desempleo.....	8
1.2 El Comercio Internacional.....	10
1.2.1 Causas Del Comercio Internacional.....	11
1.2.2 Origen Del Comercio Internacional.....	11
1.2.3 Ventajas Del Comercio Internacional.....	11
1.2.4 Las Barreras Al Comercio Internacional.....	12
1.2.5 Importancia del Comercio Internacional.....	14
1.3 Comportamiento del Ecuador en el Comercio Internacional.	15
1.4 La exportación.....	16
1.4.1 Ventajas de las exportaciones.....	17
1.4.2 Aplicación del Incoterm de Negociación.....	17
1.5 Proceso de Exportación.....	18
1.6 Ingreso de productos Andinos bajo el Sistema Generalizado de Preferencias Andino.....	21
 <b>CAPITULO II</b>	
<b>MARCO TEORICO CONTEXTUAL. 23.-</b>	
2.1 Origen del Palmito.....	24
2.2 Innovaciones tecnológicas.....	25
2.3 Valor nutricional del palmito.....	26
2.4 El Palmito en el Ecuador.....	27
2.5 Variedades de palmito.....	29
2.6 Proceso de producción de palmito.....	31
2.7 Empaque y Almacenamiento.....	41
2.8 Zonas de Producción del palmito.....	42
2.8.1 Superficie y rendimiento.....	45
2.8.2 Producción de palmito en la provincia de El Oro.....	46
2.9 Evolución de las exportaciones de palmito.....	47
2.10 Características del mercado de Francia.....	48

2.10.1 Balanza Comercial Ecuador – Francia.....	49
2.10.2 Consumo del palmito en conserva en Francia.....	50
2.10.3 Principales exportadores de Palmito.....	50
2.10.4 Partida arancelaria del palmito para ingresar a Francia	51

### CAPITULO III

#### ESTUDIO DE MERCADO. 52.-

3.1 La Oferta de palmito en conserva hacia el mercado de Francia.....	53
3.2 La Demanda de palmito en conserva del mercado de Francia.....	54
3.3 Precios Internacionales del palmito en conserva en el mercado de Francia.....	55
3.4 Requisitos y especificaciones técnicas par el ingreso de palmito en conserva hacia el mercado de Francia.....	57
3.5 Tipo de empaque y embalaje a utilizarse en la exportación de palmito en conserva hacia el mercado de Francia	57
3.6 Interpretación y Análisis de la guía de observación aplicada para un proceso de exportación de palmito.....	58
3.7 Interpretación y análisis de la encuesta aplicada a los productores de palmito de las provincias de Esmeraldas Manabí, El Oro y Pichincha.....	62
3.7.1 Variedad de palmito sembrada.....	62
3.7.2 Superficie sembradas de palmito.....	63
3.7.3 Volumen de producción de plantación.....	64
3.7.4 Formas de comercialización interna del palmito.....	64
3.7.5 Precio interno de comercialización de palmito.....	65
3.7.6 Disponibilidad de entrega de producción de palmito a empresa exportadora que pague un precio justo....	66
3.7.7 Servicio de asistencia técnica, manejado por empresa exportadora.....	67
3.7.8 Financiamiento de Insumos Agrícolas.....	68
3.7.9 Servicios adicionales para productores de palmito de parte de la empresa exportadora.....	69
Conclusiones Parciales.....	71
Recomendaciones Parciales.....	72

## CAPITULO IV

## PROPUESTA.

**"CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PALMITO EN CONSERVA EN LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, DIRIGIDO HACIA EL MERCADO DE FRANCIA" 73.-**

4.1	Tamaño del Proyecto.....	73
4.1.1	Localización del Proyecto.....	73
4.1.2	Finalidad del Proyecto.....	73
4.1.3	Descripción del Proyecto.....	74
4.2	Ingeniería del Proyecto.....	75
4.2.1	Proceso de exportación del palmito en conserva dirigido hacia el mercado de Francia.....	75
4.2.2	Condiciones Previas para la Exportación de palmito en conserva.....	75
4.2.3	Proceso Documental de la exportación de palmito en conserva.....	76
4.2.3.1	Proceso operativo de Exportación.....	77
4.3	Aplicación del Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas para el Ingreso de palmito en conserva al mercado de Francia.....	78
4.4	Forma de pago.....	79
4.4.1	Justificación de divisas.....	80
4.5	Inversiones y fuentes de Financiamiento.....	80
4.5.1	Inversión del Proyecto.....	80
4.5.1.1	Inversiones Fijas.....	81
4.5.2	Costo Anual del Proyecto.....	81
4.5.3	Inversión total del Proyecto.....	83
4.5.4	Estado de Situación Inicial.....	83
4.5.5	Capital de Trabajo.....	84
4.5.6	Origen y Uso de Fondos.....	85
4.5.7	Estado de Resultados.....	86
4.5.8	Estado de Situación Final.....	87
4.6	Evaluación Financiera.....	89
4.6.1	Coefficientes de Evaluación.....	89
4.6.1.1	Punto de Equilibrio.....	89
4.6.1.2	Valor Actual Neto (VAN).....	90
4.6.1.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	90
4.6.2	Evaluación Económica.....	90
4.6.2.1	Rotación de Activo Total.....	90
4.6.2.2	Margen de Utilidad Neta.....	91
4.7	Evaluación Social.....	91
4.8	Evaluación Ambiental.....	92
4.9	Organización de la Empresa.....	93

4.9.1 Razón Social.....	93
4.9.2 Constitución Jurídica.....	93
4.9.3 Fecha de Constitución.....	93
4.9.4 Capital Social.....	93
4.9.5 Plazo de duración del a empresa.....	94
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS.....	101

## INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1	Valor Nutricional del palmito.....	27
Cuadro No. 2	Clasificación de Palmitos por envase.....	41
Cuadro No. 3	Especificaciones de Envase, pesos, Cajas Por Contenedor.....	42
Cuadro No. 4	Upas y hectáreas sembradas de Palmito de Provincias y Cantones del Ecuador.....	44
Cuadro No. 5	Productores y hectáreas sembradas en la provincia de El Oro.....	46
Cuadro No. 6	Exportación de palmito en conservas del Ecuador hacia a Francia.....	47
Cuadro No. 7	Balanza Comercial Ecuador – Francia.....	50
Cuadro No. 8	Exportadoras de palmito TM y valor FOB.....	51
Cuadro No. 9	Producción Promedio Anual de Palmito de Provincias y Cantones del Ecuador.....	53
Cuadro No. 10	Producción promedio de Palmito en la provincia de El Oro.....	54
Cuadro No. 11	Evolución de la demanda de palmito en conserva del mercado de Francia.....	55
Cuadro No. 12	Precios Internacionales FOB TOTAL, FOB UNITARIO / TM, FOB UNITARIO / KILO.....	56
Cuadro No. 13	Variedades de palmito sembradas.....	62
Cuadro No. 14	Hectáreas sembradas de palmito.....	63
Cuadro No. 15	Producción mensual promedio.....	64
Cuadro No. 16	Tipo de Comercialización Interna del Palmito...	65
Cuadro No. 17	Precio Interno de Comercialización Palmito.....	66
Cuadro No. 18	Comercialización interna de exportadora pagan- do un precio justo por la producción.....	67
Cuadro No. 19	Asistencia Técnica / Exportadora de Palmito.....	68
Cuadro No. 20	Créditos de insumos agrícolas / Exportadora.....	68
Cuadro No. 21-A, 21-B, 21-C	Tipos de Servicios Adicionales.....	70
Cuadro No. 22	Inversión Fija.....	81
Cuadro No. 23	Costos Totales.....	82
Cuadro No. 24	Inversión Total del Proyecto.....	83
Cuadro No. 25	Estado de Situación Inicial.....	84
Cuadro No. 26	Capital de Trabajo.....	85
Cuadro No. 27	Origen y Uso de Fondos .....	85
Cuadro No. 28	Estado de Resultados Proyecto.....	86
Cuadro No. 29	Estado de Situación Final.....	88
Cuadro No. 30	Capital de Aportación Social.....	94

## AGRADECIMIENTO

Mi sincera gratitud a las autoridades y profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UTEG, particularmente a los profesores de la carrera de Marketing, por guiarme e incentivar me a la superación y a la formación como excelente profesional.

Además agradecer de manera especial a mi familia por ser ese pilar fundamental para llevar a cabo mis proyectos, a Irina por el grandioso esfuerzo de estar a mi lado durante el proyecto y poner su granito de arena cuando el momento lo amerito, al direccionamiento de mi estimado Eco. Idrovo y a todos los que de una u otra forma colaboraron incondicionalmente para la culminación de la presente tesis.

**Paul Andrés Minuche Castro.**

## RESPONSABILIDAD

Todos los criterios, ideas, investigaciones, realizadas en la presente tesis de grado, son de única responsabilidad del autor, que firma al pie del documento.

Guayaquil, 11 de Octubre del 2007.

.....  
**Paul Minuche Castro.**



## INTRODUCCIÓN

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural en el ámbito mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

Las condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

En razón de lo expuesto y de la gama de oportunidades que se pueden aprovechar, he creído conveniente realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la exportación de palmito en conserva dirigido hacia el mercado de Francia.

La temática que trata el proyecto agrupa aspiraciones que pretende alcanzar mediante la delimitación de los objetivos fundamentales

Con seguridad el proyecto contribuirá al desarrollo de la economía de la provincia y por ende del país, dando arranque así a fuentes de empleo y diversificando la producción.

El tema presentado no ha sido formulado y responde a un interés personal del proponente. Si examinamos a través del Internet, para instruirnos en información que tenga relación con la demanda de productos agroindustriales, vemos que cada día, ésta tiene demanda de nuevos mercados

Por esta razón, están planteados objetivos e hipótesis que conduzcan a crear una empresa exportadora de palmito en conserva dirigido hacia el mercado de Francia, en la ciudad de Machala, aprovechar de las innovaciones, que llegan también a la producción agropecuaria en la provincia, ofrecer trabajo a mano de obra calificada, que existe en el medio y que se encuentra en la desocupación.

Hipotéticamente estoy seguro de que existe la posibilidad técnica y financiera de montar esta empresa exportadora, en la ciudad de Machala, de que el negocio generará rentabilidad y de que existen todos los recursos necesarios para convertir esta propuesta en una realidad.

Se determinará el mercado dispuesto a adquirir el producto, apoyados en los métodos y técnicas de investigación científica. Además nos hemos apoyado en los métodos inductivo y deductivo, para el análisis de la información obtenida, habiendo hecho uso de los instrumentos como la encuesta y guía de observación, para llevar adelante la presente investigación científica; para dar cumplimiento a los objetivos y verificar las hipótesis planteadas, en cuanto a inversión total, rentabilidad de la inversión, impacto socioeconómico y ambiental, me he apoyado en la elaboración de estados financieros, cuadros matemáticos y estadísticos, lo que permite la realización del trabajo.

El resultado del trabajo efectuado, se lo presenta en cuatro capítulos, que a continuación se detallan:

En los capítulos I y II denominados "Marco conceptual y Marco contextual", en el que se refieren a los conceptos de la materia tratada en el trabajo, y al contexto en que se desenvuelve la problemática investigada, y un breve resumen de los aspectos relevantes resultantes en la investigación.

En el capítulo III, se presenta el Estudio de Mercado, en la cual se explica los aspectos de oferta y demanda, precios, características del palmito, como también su comercialización, requisitos técnicos que debe cumplir el producto para ingresar a Francia, además se ha realizado la aplicación de una encuesta de opinión a los productores de palmito del país, como también de una guía de observación, realizada a una empresa exportadora de palmito.

En el capítulo IV, cuya propuesta es la "creación de una empresa exportadora de palmito en conserva a instalarse en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, dirigido hacia el mercado de Francia", se hace referencia a los valores de los activos, empleados para la instalación del proyecto, así como de la utilización y financiamiento, también existe una valoración de los otros activos fijos y del capital del trabajo necesario para la ejecución normal del proyecto, afronto así mismo los aspectos de evaluaciones: financiera, económica, social y ambiental; partes esenciales en la toma de decisiones del proyecto. Quien elabore este tipo de trabajo, sabe que de los resultados del VAN, R.B/C, TIR, e IMPACTO AMBIENTAL, depende la ejecución mas no de las inversiones.

Además, se detallan también aspectos importantes relacionadas a la creación de las empresas, como: razón social, vida jurídica, fecha de constitución, inscripciones, nacionalidad, domicilio, capital social, afiliación a organismos afines, todo esto en lo que respecta a organización, y; en cuanto a funciones se describen los cargos que tienen que ver con la administración, planificación, organización, implementación y control del funcionamiento e interrelaciones del recurso humano.

Por último y basándose en las conclusiones formuladas se plantean algunas recomendaciones a los ejecutivos de la empresa exportadora, para la implementación de la propuesta en forma eficiente y oportuna.

La investigación se concluye con la inserción de la bibliografía consultada, y anexos que permitieron determinar los resultados financieros del trabajo aquí presentado.

Dejo a consideración de los inversionistas interesados en diversificar las actividades económicas los resultados del estudio que realizamos, así como también, a los futuros profesionales de mi Universidad en general y particularmente de la Facultad de Ciencias Empresariales, para que lo tomen como incentivo en similares investigaciones en el proceso de formación profesional.

## JUSTIFICACION

Para lograr mejoramiento en la economía nacional, es imprescindible el producir y comercializar bienes de exportación no tradicionales, capaces de generar divisas al erario nacional.

En el caso de la producción de palmito, que de acuerdo al último censo agropecuario; se cultiva en las provincias de El Oro, Pichincha, Los Ríos, Manabí, y las de la Región Amazónica, tiene excelente aceptación en el mercado extranjero como es el de Francia, por lo que se formulará un estudio que permita determinar la factibilidad para crear una empresa exportadora de dicho producto, puesto que, una vez satisfecho el mercado nacional sus remanentes se deben colocar en el exterior.

Cuando un producto es de exportación mejora una diversidad de factores directos de este proceso como: el precio, por lo que también mejorarán las condiciones de vida y el poder adquisitivo del sector productivo involucrado en dicha actividad.

De acuerdo a las condiciones favorables del mercado internacional del palmito, se propone como tesis de graduación el tema: "CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PALMITO EN LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, DIRIGIDA HACIA EL MERCADO DE FRANCIA" el cual constituye una propuesta de solución al problema de los productores de palmito de la provincia de El Oro y del país.

**CAPITULO I:**  
**MARCO**  
**TEORICO**  
**CONCEPTUAL**

## 1.1 La Globalización.

La Globalización es un término difícil de definir pero que, en cualquier caso, está determinado por dos variables, que detallamos a continuación:

- Una se refiere a la globalización de **carácter financiero** que ha tenido lugar en el mundo al calor de dos fenómenos: los avances tecnológicos y la apertura de los mercados de capitales.
- La otra globalización, se trata de las **transacciones de bienes y servicios** que se realizan a nivel mundial.

En este caso, son los países pobres y los mayores productores de materias primas (que en muchos casos coinciden) los que reclaman apertura de fronteras, ya que tanto en Estados Unidos, como en la UE existe un fuerte proteccionismo. Muchas ONG de las que se manifiestan contra la globalización, quieren desarrollar el comercio, pero no los capitales.

La globalización, es hoy uno de los temas más delicados. Aparece en todos los debates públicos, sean breves comentarios en la televisión y consignas en carteles, sitios en la red y periódicos versados, debates parlamentarios, directorios de empresas o asambleas de trabajadores. Sus adversarios más encendidos le imputan el empobrecimiento de los pobres del mundo, el enriquecimiento de los ricos y la devastación del medio ambiente, mientras que sus partidarios más fervorosos la consideran un elevador de alta velocidad que lleva a la paz y la prosperidad universal.

Curiosamente, tratándose de un término de uso tan extendido, no existe, al parecer, una definición precisa y ampliamente aceptada. De hecho, la variedad de significados que se le atribuye pareciera ir en aumento en lugar de reducirse con el paso del tiempo, y adquiere connotaciones culturales, políticas y de otra índole, además de la económica. Sin embargo, el concepto

más común o básico de globalización económica aspecto en el cual se concentra esta reseña, seguramente es el hecho de que en los últimos años ha aumentado vertiginosamente la parte de las relaciones económicas entre personas de distintos países. Este incremento de las actividades económicas transfronterizas asume distintas formas:

a) **Comercio internacional:** Se consagra a las importaciones de otros países una proporción creciente del gasto en bienes y servicios, y una proporción creciente de la producción de los países se vende al extranjero en calidad de exportación. Entre los países ricos o desarrollados, la proporción del comercio internacional en el producto total (exportaciones más importaciones en relación con el PIB) aumentó de 27% en 1987, a 39% en 1997. En los países en desarrollo subió del 10% al 17%.

b) **Inversión extranjera directa (IED):** Las empresas constituidas en un país invierten cada vez más en el establecimiento y funcionamiento en otros países. En 1998, firmas estadounidenses invirtieron en el exterior US \$133.000 millones y empresas extranjeras invirtieron US \$193.000 millones en los Estados Unidos. En todo el mundo las corrientes de IED se triplicaron con creces entre 1988 y 1998, pasando de US \$192.000 millones a US \$610.000 millones, y en relación con el PIB, la proporción de la IED generalmente va en aumento, tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Estos últimos recibieron, como promedio, alrededor de una cuarta parte de las corrientes de IED movilizadas en todo el mundo entre 1988 y 1998, aunque la proporción varió bastante de un año a otro. Hoy día, esta es la forma más cuantiosa de transferencias de capitales privados hacia los países en desarrollo.

c) **Corrientes de los mercados de capital:** En muchos países (especialmente en el mundo industrializado) los ahorristas diversifican cada vez más sus carteras para incluir activos financieros extranjeros (bonos, capitales y préstamos en el exterior) y los prestatarios, también en grado



creciente, recurren a fuentes de fondos externas, además de las internas. Si bien la afluencia de capitales de esta clase hacia los países en desarrollo también aumentó considerablemente durante los años noventa, ha sido mucho más inestable que las corrientes comerciales o de IED; asimismo, se ha limitado a un grupo reducido de países que constituyen "mercados emergentes".

### **1.1.1 Observaciones generales acerca de la globalización.**

En primer lugar, es crucial que en un análisis de la globalización se distinga entre las distintas formas que ésta asume. El comercio internacional, la inversión extranjera directa y las corrientes del mercado de capitales plantean cuestiones distintas y tienen consecuencias diferentes: posibles beneficios por un lado, y costos y riesgos por otro, que requieren evaluaciones y respuestas normativas diferentes. En general, el Banco Mundial se inclina a favor de una mayor apertura para el comercio y la IED porque las evidencias sugieren que los beneficios en materia de desarrollo económico y reducción de la pobreza tienden a ser relativamente mayores que los riesgos o costos posibles (aunque también se preste atención a políticas concretas para atenuar o aliviar esos costos y riesgos).

El Banco es más cauteloso respecto de la liberalización de otras corrientes financieras o de los mercados de capital, cuya extrema inestabilidad muchas veces puede fomentar ciclos de auge y quiebra y crisis financieras con enormes costos económicos, como la que sacudió a los mercados emergentes de Asia oriental y de otras partes del mundo entre 1997 y 1998.

En este aspecto, debe hacerse hincapié en la configuración de instituciones y políticas internas que reduzcan los riesgos de la crisis financiera antes de emprender una apertura ordenada y cuidadosamente escalonada de la cuenta de capital.

En segundo lugar, la medida de participación de los distintos países en la globalización también dista de ser uniforme. Para muchos de los países menos desarrollados más pobres, el problema no consiste en que la globalización los empobrezca sino que se encuentran en peligro de quedar casi totalmente excluidos de ella. En 1997, la participación de esos países en el comercio mundial era de apenas el 0,4%, proporción minúscula y equivalente a la mitad de lo que había sido en 1980. Su acceso a las inversiones extranjeras privadas sigue siendo insignificante.

Lejos de condenar a esos países a que sigan sumidos en el aislamiento y la pobreza, es urgente que la comunidad internacional les ayude a incorporarse en mayor grado a la economía mundial, brindándoles asistencia para ayudarlos a formar las instituciones y las políticas de respaldo necesarias y a continuar mejorando su acceso a los mercados mundiales.

En tercer término, es importante que se comprenda que la globalización económica no es una tendencia totalmente nueva. De hecho, y en un plano básico, ha sido un aspecto presente en la historia de la humanidad desde las épocas más remotas, a medida que las comunidades ampliamente esparcidas por el mundo fueron estableciendo relaciones económicas cada vez más amplias y complejas.

En la era moderna, la globalización tuvo un florecimiento temprano hacia fines del siglo XIX, que abarcó a los países que hoy día son ricos o desarrollados, para muchos de los cuales las corrientes de comercio y capitales en relación con el PIB llegaron a ser similares o superiores a las que registran en la actualidad. Ese apogeo de la globalización declinó en la primera mitad del siglo XX, época que se caracterizó por el aumento del proteccionismo dentro de un marco de contiendas nacionales y entre las grandes potencias, guerras mundiales, revoluciones, auge de las ideologías autoritarias y vasta inestabilidad económica y política.

En los últimos 50 años reapareció la tendencia hacia una mayor globalización. Las relaciones internacionales han sido más tranquilas (por lo menos en comparación con la primera mitad del siglo), respaldadas por la creación y la consolidación del sistema de las Naciones Unidas como medio para la solución pacífica de las diferencias políticas entre los Estados, y de instituciones como el GATT (hoy día la OMC), que ofrecen una estructura normativa para que los países administren sus políticas comerciales. El fin del colonialismo incorporó numerosos actores nuevos e independientes a la escena mundial, limpiando al mismo tiempo una mácula vergonzosa asociada al anterior proceso de globalización del siglo XIX. En la Ronda Uruguay del GATT de 1994 los países en desarrollo participaron por primera vez en una gran variedad de aspectos del comercio internacional multilateral.

El ritmo de la integración económica internacional aumentó en los años ochenta y noventa, a medida que en todas partes los gobiernos fueron reduciendo las barreras de política que obstaculizaban el comercio y las inversiones internacionales. La apertura hacia el mundo exterior ha formado parte de un vuelco más amplio hacia una mayor dependencia de los mercados y de la empresa privada, especialmente a medida que muchos países en desarrollo y comunistas fueron comprobando que un alto grado de planificación e intervención del gobierno no rendía los resultados deseados en materia de desarrollo.

Las vastas reformas económicas emprendidas por China a fines de los años setenta, la disolución pacífica del comunismo del bloque soviético a fines de la década de 1980 y el arraigo y crecimiento constante de las reformas con base en el mercado que tuvo lugar en la India democrática en los años noventa, figuran entre los ejemplos más notorios de esta tendencia. El progreso tecnológico, con su consiguiente reducción del costo del transporte y las comunicaciones entre los países, también ha brindado impulso a la globalización. La caída radical del costo de las telecomunicaciones y del procesamiento, acopio y transmisión de la información, facilita enormemente

la detección y el aprovechamiento de oportunidades comerciales alrededor del mundo, la coordinación de las operaciones en sitios distantes o las transacciones por línea que comprenden servicios que antes no podían comercializarse a escala internacional.

Finalmente, y en estas circunstancias, quizá no sea sorprendente que a veces se use el término "globalización" en un sentido económico mucho más amplio, como otro nombre del capitalismo o de la economía de mercado, pero esto no es de mucha ayuda. Globalización junto con algunas de sus características fundamentales, como la producción en manos de empresas privadas con fines de lucro, redistribución frecuente de los recursos de acuerdo con los cambios de la oferta y la demanda y cambios tecnológicos rápidos e imprevisibles. Es importante, por cierto, el análisis de los aspectos positivos y las deficiencias de la economía de mercado como tal, así como una mejor comprensión de las instituciones y políticas necesarias para que su funcionamiento sea mejor. Además, las sociedades deben ponderar cuidadosamente la mejor forma de tratar las consecuencias del rápido cambio tecnológico, pero poco se gana confundiendo estos aspectos distintos (aunque relacionados) con la globalización económica en su sentido básico, que es la ampliación de las relaciones económicas a través de las fronteras.

En consecuencia la apertura y la sinceridad constituyen la mejor forma de considerar los cambios que determina la integración internacional de los mercados de bienes, servicios y capital. Como se indica en esta reseña informativa, la globalización ofrece oportunidades pero también entraña riesgos. Las autoridades internacionales, nacionales y locales, al mismo tiempo que aprovechan las oportunidades de aumentar el crecimiento económico y mejorar las condiciones de vida que brinda una mayor apertura, también se ven ante la exigencia de reducir los riesgos para los pobres, los vulnerables y los marginados y de incrementar la equidad y la inclusión.

Si bien a escala mundial la pobreza disminuye, puede haber aumentos

regionales o sectoriales que exigen la atención de la sociedad. Durante el siglo pasado, las fuerzas de la globalización, entre otras, coadyuvaron a un mejoramiento impresionante del bienestar social, que incluyó el rescate de millones de personas de la opresión de la pobreza. Con vistas al futuro, esas fuerzas pueden seguir rindiendo grandes beneficios para los pobres, pero la magnitud de esos beneficios también dependerá decisivamente de factores como la calidad de las políticas macroeconómicas globales, el funcionamiento de las instituciones, tanto formales como informales, la estructura de activos existente y la disponibilidad de recursos, entre muchas otras. Para llegar a la definición de métodos justos y viables de atención a estas necesidades humanas por demás reales, los gobiernos deben escuchar las voces de todos sus ciudadanos.<sup>1</sup>

### **1.1.2 La obtención de mejores resultados de la apertura comercial y la reducción del desempleo.**

La liberalización comercial "trabaja" alentando el desplazamiento del capital y la mano de obra desde las industrias que compiten con las importaciones a las nuevas industrias exportadoras competitivas. Por consiguiente, se prevé que el desempleo que provoca la apertura comercial sea temporal y que lo compense la creación de empleos en otros sectores de la economía. También se prevé, en general, que la pérdida de producción debida a este desempleo de transición (denominado el costo social del ajuste a la apertura comercial) sea pequeña en relación con los aumentos del ingreso nacional que, en el largo plazo, brinda la apertura. En otras palabras, se prevé que esos costos de ajuste sean pequeños en comparación con el costo que conlleva el continuo estancamiento económico y el aislamiento que determina la falta de apertura.

El caudal limitado de estudios empíricos de los efectos de la liberalización

---

<sup>1</sup> Banco Mundial. (1997). "Perspectivas económicas globales y los países en desarrollo". Págs. 4-7

comercial sobre el empleo en los países en desarrollo confirma, en términos generales, esas previsiones. No obstante, si bien por lo general los costos del ajuste son relativamente pequeños, pueden plantear un problema grave en muchos países, porque a menudo se concentran en una zona geográfica o en algunas industrias. Tienden, asimismo, a acumularse al comienzo del ciclo, mientras que los beneficios tienden a distribuirse a lo largo de períodos futuros. Por ende, en muchos casos los programas de protección social y de educación o readiestramiento diseñados cuidadosamente con objeto de ayudar a los grupos afectados más vulnerables, constituyen un complemento importante de las reformas comerciales.

El entorno de políticas en el cual se lleva a cabo la reforma también puede atenuar o agravar los posibles costos de la apertura comercial. La extrema inestabilidad macroeconómica (déficit fiscales cuantiosos, inflación alta e inestable, tasas de cambio reales variables) puede incrementar el costo de la apertura comercial en desempleo pues fomenta la incertidumbre y esto detiene las inversiones de las empresas en sectores de exportación que, supuestamente, deben crear nuevos empleos.

Una liberalización prematura de la cuenta de capital en un país con grandes déficit fiscales puede surtir un efecto similar, al atraer grandes corrientes de capital que determinan un alza de la tasa cambiaria del país y la consiguiente falta de competitividad de las exportaciones. El colapso de las reformas estructurales en los países del Cono Sur de América Latina, a fines de los años setenta, se atribuye en parte a esta clase de ordenamiento inadecuado de las reformas. Las normas sobre seguridad en el trabajo excesivamente estrictas pueden impedir que las empresas afectadas por las importaciones despidan trabajadores y eso las lleve a la bancarrota, como, al parecer, ocurrió en Perú durante los años ochenta.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Banco Mundial. (2000). "Perspectivas económicas globales y los países en desarrollo". Págs. 21-22

## 1.2 El Comercio Internacional

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales.

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración.

La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular con los factores del comercio internacional. Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico. La teoría económica señala convincentes razones para esa relación. Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos -humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

### **1.2.1 Causas Del Comercio Internacional.**

El comercio internacional obedece a dos causas:

1. Distribución irregular de los recursos económicos.
2. Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.

### **1.2.2 Origen del Comercio Internacional.**

El origen se encuentra en el intercambio, de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas mas atrasadas en su desarrollo.

### **1.2.3 Ventajas del Comercio Internacional**

EL comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

1. Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
2. Los precios tienden a ser más estables.
3. Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.



4. Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. ( Exportaciones).
5. Equilibrio entre la escasez y el exceso.
6. Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
7. Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

#### **1.2.4 Las barreras al Comercio Internacional.**

Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratarán, lógicamente, de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, se sentirán tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones.

Hay varios tipos de barreras a las importaciones. Los contingentes son barreras cuantitativas: el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida. Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.

Las barreras administrativas son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes de las del

resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país.

Los acuerdos internacionales para derribar estas barreras no servirán de nada si no hay una voluntad liberalizadora clara y firme. La imaginación de los dirigentes políticos podrá siempre descubrir nuevos métodos "no prohibidos" de dificultar las importaciones. La barrera más reciente y sofisticada de las ideadas hasta ahora son las auto restricciones concertadas como las acordadas entre los Estados Unidos y el Japón en virtud de las cuales éste último país limita voluntariamente la cantidad de productos que envía a los americanos.

Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales. Los gobiernos prestan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante publicidad, exposiciones y ferias internacionales.

Las ayudas financieras a la exportación son principalmente los préstamos y créditos a la exportación, frecuentemente con tipos de interés muy bajos, y los seguros gubernamentales que cubren los riesgos empresariales incluso el riesgo derivado de perturbaciones políticas o bélicas. Entre las ayudas financieras hay que incluir las medidas de tipo monetario que actúan sobre el tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resultan más baratos en el extranjero.

Los instrumentos fiscales consisten en las desgravaciones fiscales, la devolución de impuestos y las subvenciones directas. Estos instrumentos son los menos aceptados internacionalmente ya que pueden conducir a situaciones de dumping, a que el producto se venda en el extranjero a un precio inferior al nacional e incluso a precios inferiores a su coste.

En los últimos años se han multiplicado las denuncias contra el dumping ecológico y social. Se denomina *dumping ecológico* a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen con métodos productivos muy contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente. Se denomina *dumping social* a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen mediante trabajadores mal pagados o esclavizados, trabajo infantil, trabajo de presos, etc.

Si no existieran barreras a las importaciones ni ayudas artificiales a las exportaciones, los movimientos internacionales de bienes y servicios se producirían exclusivamente por razones de precio y calidad. Esa es, en el fondo, la única forma sostenible de mejorar la posición internacional y la relación real de intercambio de un país: conseguir producir con mayor eficacia, más calidad, a menor coste. Y para ello lo que hay que hacer es mejorar la organización productiva, la formación de los trabajadores y la tecnología.

### **1.2.5 Importancia del Comercio Internacional.**

El comercio exterior ha sido indicador y resultado del crecimiento económico y del aumento de bienestar experimentado durante la década pasada en muchas naciones y regiones del mundo.

En 2001, en cambio, la tasa se redujo a menos de la mitad, porque los grandes países, que son los que más comercian, entraron en recesión. El comercio es uno de los campos donde más se muestra la globalización, para bien, cuando las economías crecen, y para mal, cuando se contraen. Es también la esfera que más críticas cosechan, por ser muy visible y afectar la vida cotidiana de muchas personas: empresarios, trabajadores, y los consumidores que somos todos los ciudadanos.

Hoy en día es más difícil que nunca concebir desarrollo económico sin comercio exterior. Ya no hay lugar para la utopía de economías cerradas y "desenganchadas" del mercado mundial, que consigan organizar su economía al margen de los dictados de las grandes empresas y de los fondos de inversión.

Una de las características de los tiempos modernos es la integración de los mercados nacionales en una vasta red mundial que ofrece muchas innovaciones tecnológicas y organizativas

Quedarse al margen de esa red es el principal problema que tienen hoy los países más pobres de la tierra, porque les supone quedarse estancados en la pobreza y cerrarse al progreso

### **1.3 Comportamiento del Ecuador en el Comercio Internacional.**

La economía del Ecuador transita por la ruta del proceso de modernización, por lo que se ha llevado cabo una serie de reforma estructurales, administrativas y legales con el propósito de abrir la economía al mercado internacional en orden a incrementar la eficiencia en las actividades productivas, dinamizar la intervención del estado en la economía y fortalecer los sectores productivos no tradicionales.

Actualmente la economía del Ecuador persigue el crecimiento económico sostenido del país. En ese contexto, se han logrado importantes acciones en la estabilidad económica, en la planificación la apertura de mercados y en devolver la capacidad económica a los individuos, lo cual a redundado en la reactivación productiva.

El Ecuador ha desarrollado un amplio programa orientado a reestablecer el equilibrio macroeconómico y mantener una economía sólida. Las medidas

adoptadas han logrado resultado positivo y el Ecuador ha establecido las bases para alcanzar un crecimiento sostenido.

Uno de los objetivos del Ecuador dentro de la política económica, ha sido participar la competitividad de las empresas, por eso las estrategias se han orientado a la transferencia, adaptación y difusión de tecnologías. Dentro de los objetivos para promover el desarrollo del comercio exterior del Ecuador, se ha considerado la promoción y difusión de la producción exportable a fin de captar nuevos mercados, lo que permitiría mantener un desarrollo mejorar su competitividad.

Por lo tanto una de las prioridades es incentivar la producción exportable que generen los productos no tradicionales, de manera tal lograr que se inserten competitivamente en los mercados internacionales.

En igual sentido, se apoya la generación de productos de alta calidad de exportación para que porten con la producción de bienes y servicios que constituyan valor agregado a las exportaciones de otras empresas.

Para tal propósito, se han organizado en el Ecuador tanto ferias nacionales como eventos promocionales que permiten exhibir la producción exportable e impulsar el desarrollo productivo y competitivo; y, en un segundo nivel, establecer vínculos comerciales tanto en el mercado nacional como internacional.<sup>3</sup>

#### **1.4 La exportación.**

Es la venta legal de productos de un país a otro. Por productos se entiende bienes, servicios y tecnología. La exportación es uno de los elementos claves para lograr desarrollo integral de los países, especialmente cuando éstos son de mercado interno pequeño, como el Ecuador. La exportación exige que

---

<sup>3</sup> [www.micip.gov.ec](http://www.micip.gov.ec)

haya competitividad. Las metas deben ser que las exportaciones crezcan rápidamente, se diversifiquen, se industrialicen y vayan a muchos mercados. Entre 1995 y el año 2005 se han incrementado fuertemente, siendo mucho mayores las primarias que las industriales.

#### **1.4.1 Ventajas de las Exportaciones.**

En la actualidad exportar debe ser parte de las actividades prioritarias de las empresas, ya que les permitirá establecer planes de negocios más estables y de largo plazo. Habrá que estar seguros que conviene exportar.

El empresario podrá convertirse en exportador vendiendo directamente sus productos en el exterior. También puede ser un exportador indirecto al vender materias primas y bienes intermedios que son necesarios en la fabricación de los productos de exportación final.

Existen muchas oportunidades, lo importante es decidirse a exportar. Al tomar la decisión, el empresario debe estar seguro que no está sólo y que junto a su esfuerzo encontrará una importante infraestructura de apoyos que han implementado entidades gubernamentales y privadas de Ecuador.<sup>4</sup>

#### **1.4.2 Aplicación del Incoterm de Negociación.**

De acuerdo a la última publicación de los Incoterms hecha en el año 2000 por la Cámara de Comercio Internacional, define claramente cuales son las obligaciones y derechos del comprador y del vendedor.

En el caso de nuestro país el incoterm utilizado para la declaración aduanera de las exportaciones es el FOB, el mismo que determina que el vendedor debe entregar la mercancía sobrepasando la borda del buque, en el puerto

---

<sup>4</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

acordado. El vendedor hace el despacho en aduana para la exportación de la mercancía.

El medio de transporte en este incoterm es contratado por el comprador, el mismo que le indica al vendedor en donde tiene que entregar la mercancía, es decir le da las instrucciones sobre el puerto de embarque como el día, hora de entrega de la mercancía al buque. Luego de recibir la mercancía emite un documento que se llama Conocimiento de Embarque el mismo que de acuerdo a la Convención de Bruselas significa la propiedad de las mercancías, este documento será parte de la documentación que presenta el comprador en su país para nacionalizar las mercancías.

### **1.5 Proceso de Exportación.**

Una vez que se ha cerrado la Negociación internacional el exportador debe considerar los pasos a seguir determinados por la Ley, en la cual se debe considerar las diversas gestiones, que se deben realizar en varias instituciones públicas y privadas, como además se debe considerar la elaboración de documentos muy importantes para cumplir con estos trámites y gestiones, como es el caso de los siguientes:

**a) Factura Comercial.-** Es un documento internacional que avaliza primordialmente el Termino de Negociación que por lo general es el FOB, además de indicar las características y naturaleza de una mercancía. La factura comercial debe contener la siguiente información adicional:

- Numero del FUE.
- Subpartida arancelaria del producto
- Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura

- Forma de pago
  
- Información del comprador
  
- Luego elaborada la factura comercial con las 5 copias, se presenta junto con el FUE en el Banco Corresponsal para la obtención del visto bueno

#### **b) Banco Corresponsal.**

Son las instituciones financieras privadas, autorizadas por el Banco Central del Ecuador, para realizar operaciones relacionadas con el Comercio Internacional como:

- ❖ Registro a través de la Tarjeta de Identificación de importadores y exportadores.
  
- ❖ Autorizaciones de Visto Bueno: para importaciones y exportaciones.
  
- ❖ Emisión de Cartas de Crédito.
  
- ❖ Cambios de Monedas Internacionales.
  
- ❖ Giros Internacionales.
  
- ❖ Cobranzas bancarias internacionales.

#### **c) Obtención del Visto Bueno en un banco Corresponsal.**

El Visto Bueno, se lo considera como la declaración de Exportación que un exportador realiza en un banco Corresponsal autorizado por el Banco Central del Ecuador, en la cual el exportador a través del FUE (Formulario Único de Exportación), informa al Banco que es lo que va a exportar y si no existe



ninguna restricción el Banco Central del Ecuador otorga el Visto Bueno a través del Banco Corresponsal, sellando y firmando su representante en el casillero correspondiente del FUE.

Presentar la declaración de exportación, en el Formulario Único de Exportación FUE (original y cinco copias).

❖ Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.

❖ No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una "lista de bultos" (packing list), especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.

❖ Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

❖ El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

❖ Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.

❖ Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

#### **d) Certificado de Origen.**

Es el documento que garantiza el origen de la mercadería. Estos son exigidos por los países en razón de los derechos preferenciales, que existen según convenios bilaterales o multilaterales. Y además, es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador.

En el Ecuador las entidades habilitadas para expedir los certificados de Origen son:

- ❖ El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
- ❖ Las Cámaras de Industrial del Ecuador.
- ❖ Las Cámaras de Comercio del Ecuador.
- ❖ La Federación Ecuatoriana de Exportadores.<sup>5</sup>

#### **1.6 Ingreso de productos Andinos bajo el Sistema Generalizado de Preferencias Andino.**

Francia y el resto de países que forman parte de la Unión Europea mantienen vigente el SGP Andino. Este es un plan esquema que otorga la Unión Europea a los países andinos y centroamericanos comprometidos en la lucha contra la producción y tráfico de droga, el mismo que se inició en diciembre de 1990 y terminará en diciembre del 2004. Esta renovación comprende el último período trienal del Régimen decenal del SGP, y anuncia la puesta en vigor de un nuevo decenio, a partir del 01 de Enero del 2005 hasta el 31 de Diciembre del 2014.

---

<sup>5</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Las preferencias otorgadas a los países del Grupo Andino están incorporadas en el marco del SGP Lucha contra la Droga, tanto en el sector industrial como en el agrícola y pesquero. Los dos reglamentos pertinentes señalan que los países de drogas continuarán beneficiándose del régimen más favorable que ya les había sido concedido anteriormente y que este beneficio lo mantendrían a condición de que no abandonen sus esfuerzos en la lucha contra la droga.

El SGP Lucha contra la Droga, abarca el 90% de los productos exportados por Ecuador a la UE libre de derechos aduaneros, esto incluye pesca, textiles y varios productos agrícolas.<sup>6</sup>

#### ❖ Excepciones al Régimen Especial Andino

Es necesario señalar, además, que algunos productos agrícolas previstos en el SGP general, no gozan de la preferencia andina durante los períodos de producción en la Unión Europea, en cuyo caso se les aplica el SGP general. Igualmente, los condicionamientos de la Política Agrícola Común de la UE no permiten la concesión de preferencias en varios sectores y productos sometidos a una Organización Común de Mercados, como en el caso del banano.

Es importante señalar que en la última revisión del SGP Lucha contra la Droga se introdujo el concepto de "graduación" para los países andinos lo que implica que si un sector ha alcanzado un importante desarrollo en el país y tiene una alta participación en el mercado comunitario será graduado con aranceles al ingreso al mercado comunitario. Igualmente, debido a las concesiones que la Unión Europea a otorgado a otros países, los beneficios de este sistema se han erosionado considerablemente.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

<sup>7</sup> [www.corpei.org.ec](http://www.corpei.org.ec)

**CAPITULO II:**  
**MARCO**  
**TEORICO**  
**CONTEXTUAL**

## 2.1 Origen del Palmito

El palmito constituye la parte central o el corazón de algunas palmeras silvestres originarias de la región selvática y amazónica, que para ser producida e industrializada ha sufrido un proceso de adaptación, para transformarse así en una especie de cultivo.

La principal variedad que se ha domesticado se denomina "Bactris Gasipaes", conocida en el Ecuador como "Chontaduro" y en Costa Rica como "Pejibaye". Sin embargo, en Brasil la producción de palmito es de tipo silvestre, principalmente la del género "Euterpe", con sus especies "Edulis", cuyo hábitat natural es la zona litoral sur del Brasil; y la "Oleracea", vulgarmente conocida como "Acaí", con su hábitat natural en el norte del país. Es lógico percibir el grave daño ecológico que el aprovechamiento del palmito silvestre acarrea. Dada la gran extensión de tierras amazónicas con las que cuenta Brasil, la "producción" del palmito silvestre ha tenido mucho éxito ya que no era necesario incurrir en costos de formación ni de mantenimiento del cultivo. Esto permitió que Brasil a partir de la década de los 50 a los 60 empezara con la comercialización internacional de su palmito silvestre.

El palmito es un producto considerado de tipo "gourmet", muy exótico y por tanto de alto valor monetario. El principal consumidor en el ámbito mundial es Francia, y durante 1983 Brasil proveía del 95.69% del palmito que éste consumía. Para 1994 este valor se redujo a la mitad, principalmente por el hecho de que el producto brasileño no aseguraba la calidad del palmito. Esto permitió el ingreso de nuevos participantes en el sector, principalmente Costa Rica, y Ecuador vio la oportunidad de ingresar en este nuevo mercado. Costa Rica aportaba hasta 1994 con el 27,35% de las importaciones francesas, mientras que Ecuador con el 4,12%, en crecimiento.

En Ecuador se produce palmito principalmente en las zonas de Esmeraldas: Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas; Pichincha: Pedro Vicente

Maldonado, Santo Domingo, Puerto Quito; Manabí: Nueva Delicia; Morona Santiago: Yaupi; Pastaza: Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz; Napo: Loreto, Coca, Nueva Rocafuerte; Sucumbios: Nueva Loja, Shushufindi. Estas zonas cuentan con un clima cálido – húmedo, tropical que favorece al crecimiento de la palma; por esto los cultivos comparten, en algunos casos, fincas productoras de palma africana, banano, caucho, macadamia, entre otros.<sup>1</sup>

## 2.2 Innovaciones tecnológicas

Existen algunas diferencias entre el palmito cultivado y el palmito silvestre: en primer lugar el grave daño ecológico ya explicado; y segundo, el palmito cultivado es de gran calidad, se puede controlar el nivel de humedad de la tierra para que tenga una mejor consistencia y sabor, además de que se puede controlar su frescura. La parte central de la palmera constituye el palmito propiamente dicho; el tallo está cubierto por espinas, lo que dificulta la cosecha.

La palma "Bactris Gasipaes" es un árbol de múltiples propósitos: por un lado, produce una fruta comestible rica en almidones, aceites, proteínas y caroteno; en segundo lugar, se obtiene el palmito, o corazón de palma. La fruta contiene a veces una semilla grande en el centro, en otras ocasiones no tiene semillas del todo. Se la utiliza como legumbre ya sea cocida, tostada o incluso en conserva; también es utilizada para producir aceite o como un valioso alimento animal. El corazón de palmito se lo consume en conserva y principalmente se utiliza como acompañamiento de otros alimentos.

A pesar de que el consumo generalizado de palmito ha sido del producto procesado y envasado, también es consumido como un vegetal fresco. Los corazones de palmito mantienen el sabor y la apariencia de frescura por dos semanas, cuando es envuelto por una película de plástico y refrigerado inmediatamente después de ser cosechado. En realidad existen tres partes

---

<sup>1</sup> [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec) ,

comestibles, todas de muy alta calidad, provenientes de un tallo joven. El corazón de palmito está compuesto por delicadas hojas en desarrollo, que están incluidas dentro de las hojas envolventes del tallo que tienen forma de lanza, ubicadas inmediatamente sobre el meristemo. El corazón de palmito se acredita el 99% del consumo mundial del pejibaye, cuya mayoría es producida en América Latina.

El delicado tallo delgado, que se extiende de 10 a 20 cm por debajo del meristemo cimero, también es comestible. Muy poco de este tallo es utilizado, solamente el 1% del comercio de pejibaye se le atribuye; es mayormente comercializado bajo la forma de trozos en conserva. Este tallo delgado comestible es muy similar al corazón pero no está envuelto por la vaina de hojas; en consecuencia, es difícil su manejo durante el procesamiento, pero constituye un producto de muy alta calidad. Toda hoja comestible producida en América Latina es comúnmente descartada.<sup>2</sup>

### **2.3 Valor nutricional del palmito.**

La composición química del palmito, que se detalla a continuación, indica que es un producto con características de fácil digestibilidad, con alto contenido de vitamina K y vitamina C. Sin embargo, en general, su contenido nutricional es parecido a la mayoría de las hortalizas, en especial al espárrago

---

<sup>2</sup> [www.iniap.org.ec](http://www.iniap.org.ec)

### Valor Nutricional del palmito

Cuadro No. 1

Elementos	Composición
Proteína Bruta	2,27 %
Ceniza	1,44 %
Grasa bruta	0,79 %
Fibra bruta	0,54 %
ELN	4,80 %
Energía bruta	349,00 Kcal
Fósforo	1,65 mg/g
Calcio	5,73 mg/g
Magnesio	4,93 mg/g
Potasio	47,40 mg/g
Vitamina C	593,00 mg/100g

Fuente: INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias)

#### 2.4 El palmito en el Ecuador.

El cultivo comercial de palmito se inició en el Ecuador en 1987. El desarrollo de la agroindustria, dedicada al proceso de enlatado y envasado, comenzó en 1991. Este sector ha experimentado un crecimiento constante y sostenido, convirtiéndose en un producto con creciente representatividad dentro de las exportaciones No Tradicionales. Actualmente representa el 1.7% de este rubro, el 13% de productos hortofrutícolas exportados, y el 27% de las exportaciones de procesados de frutas y vegetales. Adicionalmente, esta industria constituye una importante fuente de empleo en zonas rurales.



El Palmito ecuatoriano se obtiene de la parte central y tierna de la palmera *Palmácea* de la especie *Bactris Gasipaes* (HBK), conocida como chontaduro, originaria del Ecuador.

Manteniendo una conciencia ecológica, el palmito ecuatoriano proviene de cultivos de esta palmera; preservando así los palmitos silvestres provenientes del bosque tropical. Además por ser palmito cultivado, la textura del producto ecuatoriano es más compacta y agradable (sin trozos fibrosos), presenta un color blanco - marfil más claro y una mayor resistencia ante la oxidación.

El palmito es una palma erecta que en su estado adulto puede alcanzar hasta 20 m de altura. Su tallo es cilíndrico, con un diámetro de 10 a 25 cm. La parte que se consume es el centro del tallo, que se conoce como el corazón y es la parte más suave. También se pueden consumir otras partes como la base y otros trozos, siempre y cuando estén suaves después de cocinarlos.

Los nombres comunes que dan a esta palma son chontaduro, palmito, chonta y pejibaye. El palmito, es un alimento especial, altamente apreciado en los países desarrollados por su valor gastronómico.

El palmito se puede adquirir en forma cruda o envasada, y se puede utilizar en la elaboración de varios platos salados como pasteles, arroz arreglado y otros. Es un alimento que no aporta energía, y se considera una excelente fuente de riboflavina y Niacina, ya que con 100 g se cubre el 94 % de la Niacina requerida diariamente y el 44% de la riboflavina. Además es una buena fuente de calcio, con 100 g se cubre el 11% de cantidad requerida diariamente. Su aporte calórico es sumamente bajo y cubre menos de un 2% (se reporta como 0%) de la energía requerida diariamente para persona adulta, sana promedio.

El palmito en conserva, se ubica en el segmento de los "delicatessen" o productos "gourmet". Es un vegetal altamente apreciado por su valor gastronómico, utilizado en ensaladas, bocadillos y gratinados, enteros o cortados en rodajas, como bocadillos fríos o complemento de platos calientes como carnes y sopas

En Ecuador, el palmito no es un cultivo estacional y se produce durante todo el año en forma escalonada, obteniéndose hasta dos cosechas por planta al año. Las condiciones agro-ambientales de las zonas tropicales de cultivo, como la luminosidad, humedad y temperatura estables, un nivel de precipitación regular durante todo el año y óptimas condiciones de riego y suelo, resultan en un producto uniforme con importantes cualidades de sabor y consistencia.

Ecuador cuenta con varias zonas óptimas para el cultivo de este exótico vegetal, caracterizadas por bosques húmedos tropicales, que permiten obtener un producto de excelente calidad. Las principales zonas de producción en el país son: Esmeraldas, Pichincha, Morona Santiago, Pastaza, Napo, Sucumbios, Guayas y El Oro. La superficie de palmito cultivado está en constante crecimiento debido al incremento en la demanda mundial de palmito ecuatoriano

El palmito producido en Ecuador es muy apreciado en el mercado mundial por su excelente calidad, que responde a elevados estándares tanto en la producción agrícola como en el proceso industrial. La experiencia en logística de producción asegura que los tallos son procesados en estado óptimo de frescura.<sup>3</sup>

## **2.5 Variedades de Palmito.**

---

<sup>3</sup> CORPEI. "Expansión de la Oferta Exportable del Ecuador". Año 2003. Págs. 3-6

Existe una diversidad de palmitos pero he considerado los que tienen más acogida en el mercado internacional y que detallamos a continuación:

**a) *Bactris Gasipaes* H.B.K. (Chontaduro), para producción de Palmito**

El chontaduro es una palmera perenne, nativa del trópico húmedo americano, viene siendo cultivada desde hace siglos por la diferentes comunidades indígenas de la Amazonia, en pequeños huertos; se trata de una valiosa y versátil planta de subsistencia.

Sus frutos se pueden usar para consumo animal o humano, después de su cocimiento en agua con sal. La semilla y pulpa sirven para la elaboración de harina y aceite comestible, de las yemas foliares se obtiene el palmito, y con su madera se fabrican artesanías finas.

En la Amazonía ecuatoriana el cultivo de chontaduro para la obtención del palmito tiene ventajas con relación al cultivo en Costa, pues al ser una planta nativa de la región, se facilita su adaptación a un amplio rango de condiciones agroecológicas.

Por el gran potencial que presenta este cultivo no tradicional, la Estación Experimental Napo del INIAP ha desarrollado desde 1989, actividades de investigación que permitan satisfacer la demanda de tecnología y conocimientos que existe por parte de los agricultores de esta región y del país.

**b) *E. edulis*:** debe ser sembrada con un nivel de sombra de leve a moderado, durante los primeros 3 a 5 años, y sufre una alta mortalidad de la planta durante la etapa de formación del cultivo. En plantaciones de alta densidad (6,666 a 10,000 plantas/ha) la producción es excelente (2.9 y 3.5 TM/ha), pero los corazones de palmito son pequeños (200 a 250 g.). En plantaciones de menor densidad, la producción es menor (1 a 2 TM/ha) y los corazones de

palmito son mayores (600 g.). La cosecha solamente inicia de 6 a 8 años de sembrada la planta y debido a que las plantas solo tienen un tallo, la plantación debe ser re-sembrada. La producción de cultivos de edad desiguales puede ser estimada en 0,5 veces/ha.

c) **E. Oleracea:** crece más rápidamente que *E. edulis*, llegando al tamaño de cosecha en 4 a 6 años, tanto en su ecosistema natural como bajo cultivo. Esta especie debe ser sembrada con una leve sombra, la que puede ser eliminada después de un año. En comparación con *E. edulis*, la mortalidad de la planta durante la formación del cultivo es baja en tierras húmedas y alta en las tierras de la meseta amazónica. La producción es similar a la de *E. edulis* y muestra similares tendencias de densidad. Debido a que es una palma de tipo "caespitose", el manejo para producciones continuas es posible. Cada grupo de plantas produce otro tallo de palmito después de 18 a 24 meses. La producción anual de *E. Oleracea*, es estimada en 1.4 TM/ha después de la primera cosecha.

La producción de palmito ha sido muy prometedora, sin embargo es necesario considerar que es un cultivo que requiere de transformación de su parte comestible, es decir que requiere de una fase de procesamiento para agregarle valor al producto a los ojos del consumidor final.

## **2.6 Proceso de producción de palmito**

Es originario de América Tropical, especialmente de la Hoya Amazónica. Además el palmito se adapta desde el nivel del mar hasta los 700 metros. Las temperaturas medias mínimas fluctúan entre 19 y 24 grados centígrados, la media máxima es de 33 grados y la óptima es de 27 grados.

Requiere una precipitación bien distribuida, mayor de 2.000 mm anuales, con suelos drenados y sin sequía. En la mayoría de nuestras condiciones, requiere de riegos, por tener una época bien marcada.

**a) Luz.**

Requiere 800 horas luz durante el año.

**b) Suelos.**

Arcillosos o franco-arcillosos, sin capas impermeables y bien drenados. Requiere suelos profundos, hasta 1.20 metros con buenas características. No se debe sembrar en suelos muy arenosos o con grava superficial que puedan provocar escasez de agua, además, éstos son suelos poco fértiles. El pH al que se adapta oscila entre 4 a 6.

**c) Botánica de la planta.**

**Raíces:** Penetran y se desarrollan hasta los 1.20 m. concentrándose en los primeros 70 cm. del suelo. Tiene raíces primarias hasta de 3.5 m de largo. Dan sostén y originan las secundarias, que son mas cortas y tienen pelos absorbentes.

**Tallos:** Son varios, originados en una misma planta. Erectos y alcanzan hasta 20 m., cilíndricos con 20 a 25 cm. de diámetro. Con espinas o sin ellas.

**Hojas:** Existe un penacho con un promedio de 20 hojas. En el pejibaye de palmito son bifidas en las plantas pequeñas y pinadas en las adultas. Están formadas por un raquis, del cual se originan gran número de folíolos. Ordenadas en espiral hacia la derecha o hacia la izquierda y desplazadas a 110 grados alrededor del tronco una de otra. Sale una nueva cada 2 a 4 semanas. Se originan a partir del meristemo apical.

#### **d) Germinación.**

El periodo de latencia de la semilla es variable. De 1.5 hasta 14 meses después de iniciado el proceso de germinación. Actualmente se utiliza el método de germinar en bolsas, ya que es *más* rápido y eficiente que las camas o eras. Se realiza poniendo a germinar en "coquito". Se trata la semilla con Dithane M-45 y Benlate, sumergiendo en agua. No se deben usar cúpricos, mercuriales o B.H.C.

#### **e) Proceso para germinación en Bolsas.**

- 1) Despulpas la semilla.
- 2) Remojar la semilla por dos días, para eliminar el resto de la pulpa.
- 3) Lavar y limpiar bien la semilla, eliminando partes fermentables.
- 4) Inmersión por 15 minutos en una mezcla de Benlate y Difolalan a 57 y 45 gr y agua, respectivamente, agregándole un adherente.
- 5) Secar la semilla a la sombra hasta eliminar el exceso de humedad.
- 6) El tiempo de secado dependerá de la circulación de aire, humedad relativa y temperatura. Varía de 2 a 6 horas. La semilla debe verse húmeda, más no demasiado seca.
- 7) Colocar la semilla en doble bolsa de plástico. Este sistema conservará la humedad.

8) Se hacen paquetes de 1 Kg. fáciles de observar. Las bolsas se cierran amarrando la boca y se colocan a la sombra.

9) Verificar, mínimo cada 15 días, que las semillas no estén muy secas o enfermas y hacer las correcciones si hubiese problemas.

10) Las semillas germinan a las 6 u 8 semanas y habrán germinado casi todas a los 3 meses.

11) Las semillas se pasan al vivero apenas germinan, esto para facilitar su manipulación a la hora de sembrarlas.

#### **f) Vivero.**

Debe estar en lugar plano, de fácil acceso y buena disposición de agua. Se hacen camas con fundas de polietileno negro de 9 x 12" perforadas, llenas de tierra negra tierra de sembrado mas aserrín balsa y tamo de arroz en proporción 2:1:1 respectivamente. Las camas tienen 4 hileras con calles de 1 m de ancho. La cama puede tener 25 m de largo.

#### **g) Control de malezas..**

En las bolsas se hace manual. En los callejones se hace con machete o con herbicidas quemantes en forma localizada.

#### **h) Riego.**

Si es necesario, se hace 2 veces al día: mañana y tarde, humedeciendo bien las camas, sin excesos que pueden causar problemas fúngicos.

#### **h) Fertilización.**

Se hace de acuerdo al análisis de suelo practicado. Una guía puede ser: Una mezcla de 1 parte de urea, 1 de triple superfosfato y 1 parte de potasio. Se hace mensual de la siguiente manera:

**Meses    Dosis / funda**

2.....	5gr.
3.....	7gr.
4 .....	10 gr.
5.....	12 gr.
6 .....	15 gr.

**i) Siembra de la semilla.**

Se hace entre los 14 y 20 días de germinada. Las bolsas del vivero se humedecen bien antes de sembrar. La semilla se coloca a unos 2.5 cm. de profundidad y luego se efectúa un riego. El vivero se trabaja con el 50 al 60 % de luz. La sombra se elimina paulatinamente 1 o 2 meses antes de la siembra en el campo. Para controlar malezas y mejorar la humedad se utiliza una capa de cáscara de arroz o aserrín bien desinfectados. Si hay deficiencia de N muy notoria, se aplica urea 80-100 gr/bomba de 20 litros. Preferiblemente se debe hacer el vivero en el lugar donde se establecerá la plantación para facilitar el transporte y las labores de trasplante.

**j) Plagas y enfermedades del vivero.**

En éste, lo más común son daños foliares por hongos. Entre estos: *Phyllosticta* sp- como principal, *Colletotrichum* sp., como secundario. Las plantas atacadas por *Phyllosticta* presentan varias sintomatologías. Se cree que ello se debe a la especie presente en cada caso. Hay varias, entre ellas:

1) Manchas grandes, cafés de centro grisáceo.

2) Manchas acuosas tornaslúcidas que se tornan cafés y posteriormente el tejido se necrosa, haciendo que la hoja se vea hilachada.



3) Puntos cilíndricos café oscuro con halo café claro. Similar a un ojo de gallo.

Para combatir estas enfermedades y otras del género *Colletotrichum* y *Phyllosticta* se aplican fungicidas como Benlate, Dithane M-45, Malathión EC-57 y adherentes. Se aplican fungicidas e insecticidas juntos para reducir los costos de aplicación.

#### **k) Plantación y siembra.**

Se prepara el terreno en verano, para sembrar al iniciar las lluvias. La forma de preparación varía, dependiendo de la vegetación existente. Para terrenos en montaña las actividades son: socola, tumba de árboles, quema, despaliza y corte de troncos, drenado, siembra de cobertura y estaquillado. En caso de ser un rastrojo se hace una pica o chapia, una quema, la siembra de cobertura y el estaquillado.

Para la cobertura con leguminosas (puede hacerse antes o después de sembrado el palmito) debe estar completamente limpio. Puede hacerse al voleo o espeque. La cobertura más recomendada es el maní forrajero. Para esto se seleccionan en el vivero las plantas más vigorosas y sanas. El tamaño varía de 30 a 35 cm., lo cual ocurre a los 4 a 6 meses de estar en el vivero.

#### **l) Densidad de la siembra.**

Esta varía con la fertilidad del suelo y tipo de explotación. Por lo general es baja en suelos pobres y alta en suelos fértiles. Esta ha variado mucho. Comenzó con 3 x 1.5 mis y ahora se está utilizando hasta 1.5 x 1.5 o 2x1 mt. en cuadro. Aquí recomendamos 2 x 1.25 mt. o 2 x 1.5 mt. Seguramente habrá variación dependiendo del comportamiento del mercado y el mejoramiento y

especialización genética que se logre con esta especie. Lógicamente se buscará un aumento en la densidad y producción de palmitos por área.

#### **m) Época de Siembra.**

Preferiblemente al inicio de las lluvias; por lo tanto la siembra del vivero debe ser con la debida anticipación para tener plantas aptas a la hora del trasplante.

#### **n) Huequeado y siembra.**

Si ya se estableció la cobertura, debe abrirse calle antes de hacer el hoyo. Se distribuyen las plantas y se hace un hueco que permita una siembra adecuada. El suelo superficial debe colocarse en el fondo del hoyo. Se recomienda aplicar en el fondo del hoyo, 60 gr. de superfosfato. Al eliminar la bolsa deben evitarse daños a las raíces.

#### **o) Control de Malezas.**

Se realiza en las entrecalles. Cuando está la cobertura, éste se hace más espaciado. Para el palmito se recomiendan alrededor de 4 al año, aunque esto puede variar. Al usar herbicidas se recomienda aplicar Diurno y Paraquat con un adherente, Glíbsato.

#### **p) Manejo de la planta.**

Se realiza para controlar la emisión excesiva de tallos que podrían convertirse en un serio problema, que limitaría la calidad y rendimiento productivo. El número de hijos manejables en palmito de pejibaye varía de acuerdo a la variedad, el tipo (con o sin espinas), las exigencias del mercado, tipo de suelo y fertilidad del mismo. Las deshijas se deben hacer mínimo cada 6 meses e

inmediatamente después de una cosecha, aunque esto está ligado a la orientación que se la quiera dar a la producción (palmitos gruesos o delgados) y número de palmitos que se desea producir.

#### q) Fertilización.

La dosis y elementos varían en relación directa con las condiciones climáticas, fertilidad del suelo, tipo de explotación y requerimientos de calidad y tamaños en el mercado. En plantaciones de palmito se han encontrado respuestas favorables al aplicar 125 Kg. de nitrógeno por hectárea al año para densidad de 3.333 plantas por Ha. Para esto se usa nitrato de amonio a razón de 114 gramos / planta, o úrea a 80 gr/planta. Estas dosis han dado excelentes resultados en densidades mayores.

Según los estudios realizados, la fertilización con un programa basado solo en N produce una gran acidificación del suelo y pérdidas de elementos como Ca, Mg, y K por efecto de la alta lixiviación que se presenta en el trópico húmedo. Por lo tanto, jamás se debe realizar un programa de fertilización basado en altas dosis de N, como ha ocurrido con algunas fincas en las cuales se aplicó de 400 a 500 kilogramos por Has. al año.

Un programa tentativo de fertilización para el trópico húmedo sería el siguiente:

<u>ELEMENTO</u>	<u>KG/HA/AÑO</u>	<u>FORMULA</u>
N	200-250	NOsNH
P	20	P2Ü5
K	160-200	KzO
Ca	400-500	CaO
Mg	50-100	MgO

#### r) Plagas.

Entre las principales tenemos: *Rychosporus palmarum*, la cual perfora los tallos. Las larvas del picudo *Metanasios sp.*, barrenan los tallos de los hijos en desarrollo, produciendo deformaciones y eventualmente la muerte de la planta. Estas perforaciones facilitan el ataque de la *Phytophthora palmivora* o *podrición del cogollo*.

Los roedores también son un problema, debido a que dañan los tallos en la base, ocasionando la muerte de las plantas. Para controlarlos se recomienda un " buen control de malezas " utilizando cebos envenenados. Para los cebos se usa maíz molido, arroz quebrado, azúcar, aceite vegetal y 70 gr. de Warfarina o Klerat. Se colocan en la plantación, en la base de las plantas.

#### **s) Enfermedades y su control.**

No hay ninguna que, hasta el momento, amerite un programa riguroso y sistemático de control. Aún así, cuando hay desnutrición, mal drenaje y otras deficiencias de manejo, se presentan las siguientes:

**Colleotrichum sp o Mancha negra.**- Son manchas oscuras, irregulares con un halo clorótico. Las lesiones que causa en los folíolos y en el ápice del tallo, facilitan la aparición de la podredumbre del cogollo.

**Pestalotiopsis sp.**- Son manchas amarillas ovaladas o redondas de aspecto acuoso; luego el tejido se necrosa y la planta muere.

**Phytophthora.**- Se le conoce como podrición del cogollo o flecha. Las hojas del cogollo se amarillan, se marchitan y secan por la podrición del tejido en su base. Esta podrición puede eliminar la yema terminal y profundizar en el palmito, el cual se pone de color pardo oscuro.

Si aparecen éstas enfermedades se pueden controlar con aplicaciones de Dimane M-45 más Malathión más un adherente, Alliete o Captam. Otra enfermedad que se presenta es la conocida como mancha de anillo (*Dresiera incurvata*). Se presentan como manchas redondas, café oscuro con centro claro, un halo clorótico y un moho carbonoso en el envés.

#### **t) Cosecha de Palmitos.**

Se recomienda realizarla entre los 12 y 14 meses después del trasplante y cuando los tallos tienen de 9 a 10 cm. de diámetro en la base. Los vástagos se cortan con machete y guantes de cuero como medida de protección. Se aprovecha aproximadamente 1.300 gr. de tejido carnoso y tierno.

Debe hacerse énfasis en que la edad, el grosor y la porción aprovechable del palmito, estará sujeta a las exigencias que se experimenten en el mercadeo del producto. Es posible que en el futuro se trate de producir a menor edad, con menos grosor y con una porción utilizable, menor que la actual, ya que los mercados a los cuales se está exportando prefieren producto de poco grosor y bien tierno. Sin embargo cabe estudiar la posibilidad que brinda la posible apertura del mercado japonés, en el cual se está sustituyendo el palmito de bambú por el palmito de peñibaye, lo cual permitiría producir palmitos de mayor grosor y edad.

En sí lo que manda en este caso es las exigencias del mercado al cual se desea enviar el producto. El palmito se utiliza para guisos, ceviche, y otras preparaciones de comidas, además, es importante destacar que su gran aceptación en el mercado europeo y especialmente en el de Alemania, lo perfila como un producto con muy buenas expectativas para la exportación dentro de los productos no tradicionales.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> REYES, Mario. "El Palmito en el Ecuador". INIAP. Estación Experimental. Año 1998. Págs. 14-25

## 2.7 Empaque y Almacenamiento.

Al palmito se lo empaca en latas o frascos de cristal. Las latas son de acero delgado revestido con capas de esmaltes sanitarios y los frascos de cristal son generalmente redondos y se los cubre con una tapa esmaltada y un casquete.

El empaque al vacío presenta una tercera alternativa para envasar palmito. Si se lo va a consumir como vegetal fresco, basta con cubrirlo con una capa delgada de plástico inmediatamente después de la cosecha.

Cabe mencionar que la comercialización de palmito pelado, envasado en fundas plásticas que se mantienen refrigeradas ha tenido mucho éxito. Los envases más frecuentes son de 220, 235, 250 y 500 gr de palmito escurrido.

Las cajas de 12 Kg. brutos contienen aproximadamente 10,2 Kg. del producto incluyendo el agua, que equivale a 6 Kg. de palmito escurrido. El palmito ecuatoriano se comercializa en una solución de salmuera sin preservantes químicos ni artificiales.<sup>5</sup>

**Clasificación de Palmitos por envase.**

No. 2

Envase	Grosor	Palmitos por envase
Lata Grande	Delgado	13 a 19
	Mediano	8 a 12
	Grueso	4 a 7
Lata Chica	Delgado	6 a 12
Frasco	Mediano	7 a 9
	Grueso	4 a 6

Cuadro

Fuente: CORPEI  
Elaborado por: Los autores

<sup>5</sup> CHAVEZ, Paredes. "Proyecto de Instalación de una planta Procesadora de palmito". Año 2000. Pag.21-26.

**Especificaciones de Envase, pesos, Cajas  
Por Contenedor**

Gráfico No. 3

<b>Envase</b>	<b>Peso Neto (gr)</b>	<b>Envases por Caja (Unds)</b>	<b>Cajas por Contenedor</b>
<b>Lata Grande</b>	<b>800</b>	<b>12</b>	<b>1800</b>
<b>Lata Chica</b>	<b>400</b>	<b>24</b>	<b>1500</b>
<b>Frasco</b>	<b>420</b>	<b>12</b>	<b>2250</b>

Fuente: CORPEI

Elaborado por: Los autores.

### **2.8 Zonas de Producción de Palmito.**

Las características climatológicas y agro-ecológicas óptimas para el cultivo del palmito son las siguientes:

- Zona ecológica: Húmeda y muy húmeda tropical.
- Altitud: 0 -1.000 metros sobre el nivel del mar (altitud óptima: 600 metros).
- Luminosidad: Requiere exposición plena a la luz por lo menos tres horas al día para iniciar tempranamente su producción.
- Temperatura anual media: 24 a 28 grados centígrados.
- Precipitación: Una precipitación acumulada de 2.000 a 4.000 mm (la planta tolera períodos secos, pero si son mayores de tres meses, se produce un retardo en el crecimiento del tallo o una reducción en la fructificación).
- Humedad relativa: 80% o más.

• Suelos: Profundos, de topografía regular, textura media, franco arenosa y estructura permeable que facilite el drenaje, ya que el palmito es susceptible al exceso de agua. No tolera niveles freáticos superficiales. Resiste condiciones de ligera acidez.

Si el suelo no presenta estas características, entonces es necesario aplicar abonos. Las micorrizas (Hongos benéficos), asociadas al sistema radicular, permiten al cultivo utilizar el fósforo en los suelos ácidos de la Amazonia, y por esto no se debe quemar los suelos antes de la siembra definitiva.

Las zonas que reúnen condiciones para la producción de palmito y constituyen las más importantes del país son las siguientes<sup>6</sup>:

BIBLIOTECA  
Instituto Tecnológico de  
U.T.E.C.

---

<sup>6</sup> Perfil del Palmito. Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones Pag. 15-16.



**UPAS. y Hectáreas sembradas de Palmito de Provincias  
y Cantones del Ecuador**

Cuadro No. 4

<b>Provincias</b>	<b>Cantones</b>	<b>UPAS</b>	<b>Hectáreas Sembradas</b>
<b>Esmeraldas</b>	Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas.	83	1.125
<b>Manabí</b>	Nueva Delicia	54	2.260
<b>El Oro</b>	Guabo, Santa Rosa, Pasaje, Balsas.	13	480
<b>Pichincha</b>	Pedro Vicente Maldonado, Santo Domingo, Puerto Quito	375	9.963
<b>Morona Santiago</b>	Yaupi	56	320
<b>Pastaza</b>	Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz.	77	310
<b>Napo</b>	Loreto, Coca, Nueva Roca- Fuerte.	62	560
<b>Sucumbios</b>	Nueva Loja, Shushufindi	76	340
<b>TOTAL</b>		<b>796</b>	<b>15.358</b>

Fuente: III Censo Agropecuario.  
Elaboración: Los Autores

Según estudios climatológicos realizados en la zona norte del oriente ecuatoriano, las áreas que ofrecen condiciones adecuadas de precipitación, temperatura y luminosidad para el cultivo del palmito son las áreas de colonización de Lago Agrio, Shushufindi y Sacha.

En cuanto a la topografía y fertilidad del suelo, Shushufindi y la Joya de los Sachas, presentan las mejores condiciones para el cultivo del palmito. Les siguen las áreas de Payamino, Coca, puesto que requieren de mayor inversión en el manejo de la fertilidad del suelo.

### **2.8.1 Superficie y Rendimiento.**

Gracias a la luminosidad, humedad y temperatura estables, las precipitaciones regulares y las óptimas condiciones de riego y suelo; que dan como resultado un producto uniforme de excelente sabor y consistencia

El Palmito ecuatoriano se obtiene de la parte central y tierna de la palmera Palmácea de la especie *Bactris Gasipaes* (HBK), conocida como chontaduro, originaria del Ecuador. En Ecuador, el palmito no es un cultivo estacional y se produce durante todo el año en forma escalonada, obteniéndose hasta dos cosechas por planta al año. Los empresarios dedicados a este cultivo poseen experiencia en el proceso productivo y la exportación, existe mano de obra técnica calificada disponible y casi la totalidad de la producción nacional proviene de cultivos manejados de forma técnica.

Manteniendo una conciencia ecológica, el palmito ecuatoriano proviene de cultivos de esta palmera; preservando así los palmitos silvestres provenientes del bosque tropical. Además por ser palmito cultivado, la textura del producto ecuatoriano es más compacta y agradable (sin trozos fibrosos), presenta un color blanco - marfil más claro y una mayor resistencia ante la oxidación.

El palmito ecuatoriano tiene aceptación en mercados internacionales, durante el año 2002 los 5 primeros importadores fueron Francia, Chile, Estados Unidos, España y Canadá.

Según el estudio "La Agroindustria del Palmito en la Economía Ecuatoriana", durante los últimos seis años la superficie cultivada de palmito se ha incrementado en un promedio anual de 90,11%. De acuerdo al censo realizado por SICA en el año 2000, actualmente existen alrededor de 15,358 hectáreas sembradas, de las cuales 1,000 fueron incorporadas en 1997. Esta integración constituyó una inversión de aproximadamente un millón y medio de dólares.

### 2.8.2 Producción de Palmito en la Provincia de El Oro.

En lo que tiene que ver a la producción de palmito en la provincia de El Oro, de acuerdo a datos estadísticos del Censo Agropecuario, en los últimos años se ha procedido a sembrar este producto en 4 cantones de la provincia como es el caso de el Guabo, Pasaje, Santa Rosa, Balsas con un total de 480 hectáreas con una producción promedio de 2851.20 TM de palmito, sectorizadas de acuerdo a la siguiente información<sup>7</sup>:

#### Productores y hectáreas sembradas en la provincia de El Oro

Cuadro No. 5

CANTONES	UPAS	HECTÁREA SEMBRADAS
<b>Guabo</b>	4	280
<b>Santa Rosa</b>	2	80
<b>Pasaje</b>	3	65
<b>Balsas</b>	4	55
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>480</b>

Fuente: III Censo Agropecuario.  
Elaboración: Los Autores

<sup>7</sup> III Censo Nacional Agropecuario. [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

## 2.9 Evolución de las exportaciones de Palmito.

En lo que respecta a la evolución de las exportaciones de palmito en conserva en los últimos diez años que se ha enviado este producto hacia el mercado de Francia, de acuerdo a la información estadística proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el año 1994 se exportaron 175 TM con un valor FOB de \$ 326.000 y que a lo desde ese año hasta el año 2004, se ha incrementado notablemente el volumen de exportación llegando a exportarse 7.681 TM con un valor FOB de \$ 13'397.000, lo que nos hace notar que existe una elevada demanda de este producto caracterizado por su valor nutricional y su calidad. A continuación se demuestra como ha evolucionado las exportaciones de palmito en conserva hacia el mercado de Francia<sup>8</sup>:

### Exportación de palmito en conservas del Ecuador hacia a Francia.

Cuadro No. 6

AÑOS	VALOR - FOB	VOLUMEN/TM	PART. / Anual (%)
2004	13'397.000	7.681	45,1
2003	15'548.000	8.784	55.4
2002	11'999.000	6.788	52.0
2001	11'078.000	7.135	39.6
2000	4'919.000	3.007	20.8
1999	4'141.000	2.649	22.8
1998	6'532.000	2.865	36.0
1997	5'714.000	2.015	38.0
1996	3'664.000	1.602	41.9
1995	1'734.000	814	42.0
1994	362.000	175	60.0

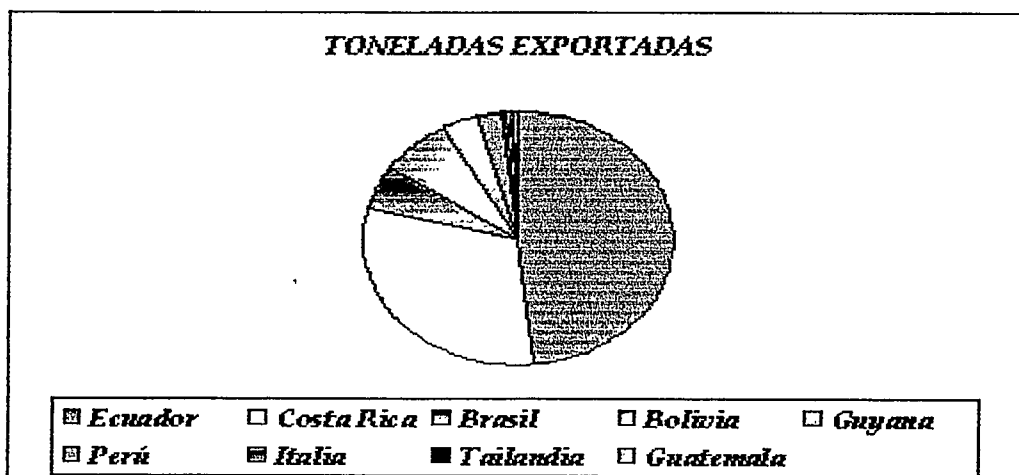
Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

<sup>8</sup> CORPEI. "Perfil de Exportación de Palmito a Francia" Año 2.004. Pág. 18-19

## 2.10 Características del mercado de Francia.

En lo que respecta a la situación geográfica de la República Francesa está delimitada de la siguiente manera: al norte, canal de la Mancha; al este, Bélgica, Luxemburgo, Alemania, Suiza e Italia; al sur, Mar Mediterráneo, España y Andorra; al oeste, océano Atlántico. Además tiene un área de 547.030 Km<sup>2</sup>. Su capital es París y entre sus ciudades más importantes consumidoras del palmito en conserva tenemos: París, Marsella, Lyon, Toulouse, Nantes, Estrasburgo, Burdeos, Rennes.

Su riqueza natural está cimentada en una gran variedad de productos minerales tales como: carbón, hierro, bauxita, pesca, madera y zinc. En lo que respecta a sus climas Francia tiene Inviernos generalmente frescos y veranos suaves, pero inviernos suaves y veranos calientes a lo largo del mediterráneo. La moneda actual de circulación es el Euro, su idioma Oficial es el Francés. Tiene una población de 58'850.000 habitantes. En lo que respecta al volumen de exportación desde Ecuador del palmito en conserva en frasco este mercado es de 19,461 tm cuyo monto asciende a 33,071 miles USD, a continuación un grafico detallando la participación de Ecuador.



Estimación mundial 40,000 tm.

### 2.10.1 Balanza Comercial Ecuador - Francia.

La Balanza Comercial total con Francia ha mantenido resultados nominales positivos desde la década de los 90. Sin embargo en los últimos dos años la balanza ha sido negativa para el Ecuador con 10 millones de dólares y 14 millones de dólares en el 2001 y 2002 respectivamente, lo cual se debe a un importante crecimiento de las importaciones a partir del 2001. En el 2003 las exportaciones aumentan un 22.72% comparado con el 2002, pero las importaciones caen un 1%, esto hace que el saldo después de 2 años vuelva a ser favorable al Ecuador con 3,7 millones de dólares.

Las exportaciones a Francia representaron el 0.89% del total de exportaciones en el último año. Francia importa tecnología avanzada del mundo. Ecuador puede exportar productos agropecuarios y del mar.

En el 2003, los principales productos que importó Francia del mundo fueron en su mayoría de origen industrial y de transporte. Entre los 10 primeros están: automóviles y sus partes, aceites crudos de petróleo, máquinas procesadoras de datos, medicamentos gas de petróleo, partes de aeronaves, Partes y accesorios de maquinas de escribir y aparatos y equipos de oficina, turborreactores, equipos de radiotelefonía.

Entre los productos de mayor demanda de este país se encuentran los equipos mecánicos y eléctricos, vehículos, combustibles y aeronaves. Bienes que en su mayoría son utilizados para que este país elabore productos con valor agregado fortaleciendo de esta manera, los sectores industriales, telecomunicaciones, transporte y de exportación.

Con respecto al Ecuador, el principal producto que exportamos a Francia en el 2002 fueron palmitos enlatados. Los sectores agropecuarios y del mar tuvieron significativa relevancia con la exportación de cacao, derivados de productos del mar y flores.

Los productos que el Ecuador tiene oportunidad de comercializar hacia Francia gracias al SGP Andino son: pescados y camarones, flores y plantas, maderas, concentrados, artesanías, rosas, frutas y hortalizas, cacao y café.<sup>9</sup>

### BALANZA COMERCIAL ECUADOR – FRANCIA

Años 2000 - 2003

Miles de dólares

Cuadro No. 7

AÑOS	2000	2001	2002	2003
<b>Exportaciones</b>	31,149.01	32,073.11	44,699.05	54,104.38
<b>Importaciones</b>	30,176.67	42,574.79	59,094.59	50,377.86
<b>Saldo total de Balanza Comercial</b>	972.34	10,501.68	14,395.54	3,726.52

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Centro de Información Comercial – CORPEI

#### 2.10.2 Consumo de Palmito en conserva en Francia.

Francia importa el palmito en conserva que consume principalmente de Ecuador, Costa Rica y Guyana. Puesto que el palmito es considerado un alimento rico en fibras y exótico, su consumo per cápita en Francia es del orden de 250 gr. habitante por año.

Se estima que un 40% de los consumidores franceses compran palmito regularmente; otro 40 % lo consume irregularmente, mientras que un 20 % no lo consume nunca. Vale señalar que un 50 % consume palmito enlatado y otro 50 % consume palmito en envase de vidrio.<sup>10</sup>

#### 2.10.3 Principales exportadores de Palmito.

Existen 11 Exportadores de Palmito hacia el mercado de Francia, pero se debe considerar que a medida que pasan los años la demanda de este producto se ha ido incrementando, por lo tanto este mercado brinda grandes oportunidades para nuevas empresas exportadoras de este tipo. A

<sup>9</sup> www.bce.fin.ec

<sup>10</sup> CORPEI. "Perfil de Exportación de Palmito a Francia": Año 2004. Pág.: 32

continuación detallamos los nombres de los exportadores de Palmito al mercado de Francia:

**EXPORTADORAS DE PALMITO  
TONELADAS MÉTRICAS Y VALOR FOB  
Cuadro No. 8**

<b>EXPORTADORAS</b>	<b>TM-X</b>	<b>TOTAL (FOB)</b>
HIGHLAND GOURMET S.A.	1.285	3'113.343,45
ROSTAL S. A.	1.100	2'093.004,00
AGRÍCOLA OFICIAL S.A.	1.056	1'841.843,52
MASSARENTI S. A.	885	1'718.007,45
ECUAVEGETAL	756	1'492.864,00
LA PORTUGUESA S.A.	740	1'465.102,80
ECUAPALMITO	690	1'377.894,30
EXPROPLAM	620	1'255.802,40
PALMITOS BORBÓN S.A.	605	1'229.639,85
PALM EXPORT S. A	590	1'203.477,30
AGROINVEXPO	480	1'186.035,60
<b>TOTAL</b>	<b>7.681</b>	<b>13'397.000,00</b>

Fuente: CORPEI

Elaboración: El Autor.

**2.10.4 Partida Arancelaria del Palmito para ingresar a Francia.**

El diario Oficial de la Comunidad Europea en lo que respecta a la especificación de la partida arancelaria especifica la siguiente información:

**b) Partida Arancelaria:** 2001.90.60.00

**c) Descripción Arancelaria:** Palmitos, preparados o conservados en vinagre, ácido acético o salmuera en frasco de 420gr.

Además podemos señalar que este producto se acoge al Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias Andinas, por lo tanto en el momento de ingresar al mercado de Francia tiene una exoneración del 100 % del Pago de sus Derechos Arancelarios, considerando que ha sido producido en Ecuador, el mismo que goza de ese beneficio para sus productos de exportación.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> EUROCENTRO. "Como exportar a la Unión Europea". Págs. 36



# **CAPITULO III:**

## **Estudio de Mercado**

### 3.1 La Oferta de palmito en conserva hacia el mercado de Francia.

Las zonas que reúnen condiciones para la producción de palmito y constituyen las más importantes del país son las siguientes<sup>1</sup>:

#### Producción Promedio Anual de Palmito de Provincias y Cantones del Ecuador

Cuadro No. 9

Provincias	Cantones	Hectáreas Sembradas	Prod./ Anual en Tm.
<b>Esmeraldas</b>	Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas.	1.125	6.682.50
<b>Manabí</b>	Nueva Delicia	2.260	13.424.40
<b>El Oro</b>	Guabo, Santa Rosa, Pasaje, Balsas.	480	2.851.20
<b>Pichincha</b>	Pedro Vicente Maldonado, Santo Domingo, Puerto Quito	9.963	59.180.22
<b>Morona Santiago</b>	Yaupi	320	1.900.80
<b>Pastaza</b>	Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz.	310	1.841.40
<b>Napo</b>	Loreto, Coca, Nueva Roca- Fuerte.	560	3.326.40
<b>Sucumbios</b>	Nueva Loja, Shushufindi	340	2.019.60
<b>TOTAL</b>		<b>15.358</b>	<b>91.226.52</b>

(\*) Rendimiento de producción anual promedio por hectárea es de 5.94 TM

Fuente: III Censo Agropecuario.

Elaboración: El Autor.

Según estudios climatológicos realizados en la zona norte del oriente ecuatoriano, las áreas que ofrecen condiciones adecuadas de precipitación,

<sup>1</sup> Perfil del Palmito. Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones Pág. 15-16.

temperatura y luminosidad para el cultivo del palmito son las áreas de colonización de Lago Agrio, Shushufindi y Sacha.

En cuanto a la topografía y fertilidad del suelo, Shushufindi y la Joya de los Sachas presentan las mejores condiciones para el cultivo del palmito. Les siguen las áreas de Payamino, Coca, puesto que requieren de mayor inversión en el manejo de la fertilidad del suelo.

En lo que tiene que ver a la producción de palmito en la provincia de El Oro, de acuerdo a datos estadísticos del Censo Agropecuario, en los últimos años se ha procedido a sembrar este producto en 4 cantones de la provincia como es el caso de los cantones: El Guabo, Pasaje, Santa Rosa, Balsas con un total de 480 hectareas con una producción promedio de 2.851,20 TM de palmito, sectorizadas de acuerdo a la siguiente información<sup>2</sup>:

**Producción promedio de Palmito en  
la provincia de El Oro**

Cuadro No. 10

<b>CANTONES</b>	<b>HECTÁREA SEMBRADAS</b>	<b>Producción Anual / TM (*)</b>
<b>Guabo</b>	280	1663.20
<b>Santa Rosa</b>	80	475.20
<b>Pasaje</b>	65	386.10
<b>Balsas</b>	55	326.70
<b>TOTAL</b>	<b>480</b>	<b>2.851.20</b>

(\*) Rendimiento de producción anual promedio por hectárea es de 5.94 TM

Fuente: III Censo Agropecuario.

Elaboración: El Autor.

### 3.2 La Demanda de palmito en conserva del mercado de Francia

En lo que respecta a la demanda de palmito en conserva, en los últimos diez años que se ha enviado este producto hacia el mercado de Francia, de acuerdo a la información estadística proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el año 1994 se exportaron 175 TM con un valor FOB de \$ 326.000 y que a lo desde ese año hasta el año 2004, se ha

<sup>2</sup> III Censo Nacional Agropecuario. [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

incrementado notablemente el volumen de exportación, llegando a exportarse 7.681 TM con un valor FOB de \$ 13'397.000, lo que nos hace notar que existe una elevada demanda de este producto, caracterizado por su valor nutricional y su calidad. A continuación se demuestra como ha evolucionado las exportaciones de palmito en conserva hacia el mercado de Francia<sup>3</sup>:

### **Evolución de la demanda de palmito en conserva del mercado de Francia en presentación frasco 420gr.**

Cuadro No. 11

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR - FOB</b>	<b>VOLUMEN/TM</b>	<b>PART. / Anual (%)</b>
<b>2004</b>	<b>13'397.000</b>	<b>7.681</b>	<b>45,1</b>
<b>2003</b>	<b>15'548.000</b>	<b>8.784</b>	<b>55.4</b>
<b>2002</b>	<b>11'999.000</b>	<b>6.788</b>	<b>52.0</b>
<b>2001</b>	<b>11'078.000</b>	<b>7.135</b>	<b>39.6</b>
<b>2000</b>	<b>4'919.000</b>	<b>3.007</b>	<b>20.8</b>
<b>1999</b>	<b>4'141.000</b>	<b>2.649</b>	<b>22.8</b>
<b>1998</b>	<b>6'532.000</b>	<b>2.865</b>	<b>36.0</b>
<b>1997</b>	<b>5'714.000</b>	<b>2.015</b>	<b>38.0</b>
<b>1996</b>	<b>3'664.000</b>	<b>1.602</b>	<b>41.9</b>
<b>1995</b>	<b>1'734.000</b>	<b>814</b>	<b>42.0</b>
<b>1994</b>	<b>362.000</b>	<b>175</b>	<b>60.0</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

### **3.3 Precios Internacionales del palmito en conserva en el mercado de Francia.**

Los precios internacionales del palmito del año 1994 fueron de \$ 2.068,57 FOB UNITARIO, hasta el año de 1.997, el precio del palmito tuvo una tendencia alcista en la cual llego a \$ 2.567,74 FOB UNITARIO. A partir de 1998 el precio de la tonelada métrica se cotizo en \$ 2.279,93 FOB UNITARIO, con una tendencia a la baja hasta el año 2001, en la cual la tonelada métrica tuvo un precio de \$ 1.552,63 FOB UNITARIO. Luego en el año 2002 se recupero el precio llegando a negociarse la tonelada métrica en \$ 1.767,68 FOB UNITARIO, manteniéndose el precio estable y con una pequeña

<sup>3</sup> CORPEI. "Perfil de Exportación de Palmito a Francia" Año 2.004. Pág. 18-19

tendencia a la baja en el año 2004 en la cual el precio de la tonelada métrica se negoció a \$ 1744,17 FOB UNITARIO.

Vale hacer referencia, que pese a existir una tendencia a la baja de los precios del palmito, el volumen de exportación de Toneladas Métricas ha crecido de una forma considerable en la cual Francia es el principal mercado de nuestro producto. Vale señalar que esta inestabilidad de los precios se debe a que en ciertos años Brasil y Costa Rica han tenido problemas de producción debido a los fenómenos naturales como tormentas, inundaciones, y que luego al recuperarse estas plantaciones ha existido una sobreoferta del producto, lo que hace que los precios debido a esta competencia internacional tiendan a la baja. En el siguiente cuadro detallamos como han evolucionado los precios de palmito en conserva enviado a Francia:

**Precios Internacionales FOB TOTAL, FOB UNITARIO / TM, FOB UNITARIO / KILO presentación frasco 420gr.**

Cuadro No. 12

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR – FOB</b>	<b>VOLUMEN/TM</b>	<b>PRECIO FOB UNITARIO TM.</b>	<b>PRECIO FOB UNITARIO KILO</b>
2004	13'397.000	7.681	1.744,17	1,74
2003	15'548.000	8.784	1.770,04	1,77
2002	11'999.000	6.788	1.767,68	1,76
2001	11'078.000	7.135	1.552,63	1,55
2000	4'919.000	3.007	1.635,85	1,63
1999	4'141.000	2.649	1.563,23	1,56
1998	6'532.000	2.865	2.279,93	2,27
1997	5'714.000	2.015	2.567,74	2,56
1996	3'664.000	1.602	2.287,14	2,28
1995	1'734.000	814	2.130,22	2,13
1994	362.000	175	2.068,57	2,06

Fuente: CORPEI.

Elaboración: El Autor.

### **3.4 Requisitos y especificaciones técnicas par el ingreso de palmito en conserva hacia el mercado de Francia.**

Las importaciones de palmito en la Unión Europea no tienen ningún límite ni contingente. Las etiquetas del palmito en conserva deben incluir el peso bruto, el peso neto contenido en la lata, el peso neto de los palmitos, el origen, el nombre del fabricante y la fecha límite de consumo. Países como Francia, exigen que toda esta información aparezca en francés.

Los Países Andinos no pagan derecho de aduana para ingresar en la Unión Europea. Lo mismo se aplica a los países ACP como Surinam y Guyana. Costa Rica forma parte del Mercado Común de América Central, por tanto, tampoco necesita pagar derechos de aduana.

Por lo general los procedimientos de empaque que utilizan las empresas exportadoras importadoras de palmito, han sido tomados de normas sanitarias y técnicas, que hace conocer la FAO, para los productos en conservas, considerando la naturaleza de cada uno de ellos.

### **3.5 Tipo de empaque y embalaje a utilizarse en la exportación de palmito en conserva hacia el mercado de Francia.**

Al palmito se lo empaqa en latas o frascos de cristal. Las latas son de acero delgado revestido con capas de esmaltes sanitarios y los frascos de cristal son generalmente redondos y se los cubre con una tapa esmaltada y un casquete.

El empaque al vacío presenta una tercera alternativa para envasar palmito. Si se lo va a consumir como vegetal fresco, basta con cubrirlo con una capa delgada de plástico inmediatamente después de la cosecha.

Cabe mencionar que la comercialización de palmito pelado, envasado en fundas plásticas que se mantienen refrigeradas ha tenido mucho éxito. Los

envases más frecuentes son de 400, 420 y 800 gr. de palmito escurrido.

Las cajas de 12 Kg. brutos contienen aproximadamente 10,2 Kg. del producto incluyendo el agua, que equivale a 6 Kg. de palmito escurrido. El palmito ecuatoriano se comercializa en una solución de salmuera sin preservantes químicos ni artificiales.<sup>4</sup>

### **3.6 Interpretación y Análisis de la guía de observación aplicada para un proceso de exportación de palmito.**

La producción en serie es la más adecuada para procesar el palmito, ya que es homogéneo y de producción masiva. Además de una tecnología simple, el procesamiento del palmito requiere de una mano de obra entrenada en los procesos de selección, corte, pelado y envasado del producto.

Se detallan a continuación las distintas etapas de procesamiento por las cuales debe atravesar el palmito antes de alcanzar los puntos de venta en el mercado.

#### **1. - Recepción de materia prima y pelado. .**

La materia prima llega a las procesadoras en camiones que carecen de refrigeración. A continuación se realiza un conteo del número de tallos recibidos y se inspecciona su frescura, tomando como referencia el color y la textura del tallo. Luego se almacena la materia prima seleccionada sin refrigeración, para posteriormente colocarla en coches que alimentan la línea de pelado.

La línea de pelado consta de una banda de 3 niveles. En el nivel intermedio se coloca la materia prima para que puedan manipularla los operarios que pelan los tallos. Ellos se encargan de separar la parte externa (desecho) de la interna, y colocan el desecho en la banda inferior y el palmito en la superior.

---

<sup>4</sup> CHAVEZ, Paredes. "Proyecto de Instalación de una planta Procesadora de palmito". Año 2000. Pag.21-26.

Los desechos se acumulan al final de la banda y son removidos para su posterior entrega a empresas que utilizan estos materiales para producir humus de lombriz. El palmito, por otro lado, es colocado en tinas que contienen de 70 a 80 litros de agua, para evitar la oxidación o maltrato del producto, y para que se despeguen los restos de corteza que quedan adheridos al corazón.

Luego se distribuyen los corazones de palmito en tinas que contienen de 7 a 8 litros de agua. Esta es reutilizada aproximadamente seis veces antes de que se la deposite sobre un sumidero que retiene los sólidos gruesos. Las tinas se lavan cada vez que se cambia el agua con una manguera de *Vi* pulgada de diámetro por la cual atraviesa un caudal de aproximadamente 5 a 6 litros por minuto. Lavar las tinas toma de uno a dos minutos y se utilizan alrededor de cuatro tinas en una hora. Las áreas de recepción y pelado del palmito, en cambio, se limpian sin usar agua.

## **2. - Cortado y selección.**

Luego de la operación de pelado, los palmitos entran a dos líneas de selección y cortado. Estas líneas cuentan con dos tinas de lavado que permiten eliminar microorganismos mediante la aplicación de un caudal de 35 metros cúbicos por día. A los tallos de palmito se los corta sobre mesas modeladas de manera que se facilite su fragmentación en trozos de 10cm de longitud.

A la vez que se sumergen los pedazos de palmito en las tinas, se realiza la primera selección utilizando como criterio la dureza del material. Posteriormente, en la tina de lavado, se realiza una segunda selección bajo el mismo criterio. El palmito suave pasa directamente a la fase de envasado y al duro se lo somete a una operación de pre-cocción. La operación de lavado se



realiza en intervalos de 30 minutos, que permiten desalojar el agua usada en la línea de desagüe y sustituirla con agua fresca para el lavado.

### **3. - Envase**

Una vez seleccionado y cortado, se envasa el palmito manualmente en latas. Si se encuentran palmitos duros, se los retira y envía al proceso de escaldado. Por otro lado, se colocan las latas llenas sobre una mesa con bordes hacia arriba, que permite que se acumule el agua proveniente del escurrimiento de la etapa anterior.

### **4. - Pesado**

El pesado de cada lata se realiza manualmente, utilizando 2 balanzas que tienen una precisión de aproximadamente 5g. El peso se ajusta utilizando palmitos cocidos o crudos.

### **5. - Adición de líquido de relleno**

Las latas se colocan en un transportador y pasan por el dosificador de líquido de relleno, el cual contiene ácido cítrico, sal y azúcar. El líquido de relleno permanece a una temperatura de 85 °C. Si se desborda, va a dar a una tina desde la cual se lo reintroduce en el sistema de circulación para que pueda ser envasado.

### **6. - Evacuado.**

Las latas pasan a un túnel de transporte donde los excedentes del líquido de relleno se desbordan y van a dar al piso.

## **7. - Sellado**

En esta etapa se procede al sellado mecánico de las latas que contienen los palmitos. Un solo operador realiza esta actividad. Se colocan las latas en canastas metálicas y luego se las transporta a la zona de pasteurización. Durante el sellado ni se añade agua al producto ni se la utiliza en el proceso. Sin embargo, se forman pequeñas goteras con el líquido proveniente de las latas y se estima que no sobrepasa los 10 l/día.

## **8. - Pasteurizado (Tratamiento Térmico)**

**Calentamiento:** Durante esta etapa se introduce la canasta metálica que contiene las latas selladas en una autoclave hermética, capaz de alcanzar una temperatura de 104° C durante 22 minutos (se la calienta con vapor.) Una vez que la temperatura interior de la autoclave disminuye a 90° C se la abre y se retira la canasta que contiene las latas. Hay cuatro autoclaves en la línea de producción, cada una capaz de contener 120 latas de 1 Kg. Durante el proceso de calentamiento la autoclave emite vapor directamente al espacio de trabajo. Se desconocen los volúmenes de descarga.

**Enfriamiento:** Este proceso consiste en introducir la canasta metálica en un baño de agua fría, con la finalidad de producir un choque térmico y así garantizar la esterilidad del producto final. El enfriamiento se lleva a cabo en un tanque de 4,4 m cúbicos. Para garantizar la temperatura de enfriamiento, el sistema se abastece de agua fresca continuamente. Los flujos varían; los controla mecánicamente un operador. Se utilizan aproximadamente 10 m<sup>3</sup> de agua cada día en el proceso de enfriamiento. No existe ningún tipo de contaminación aparente.

### 3.7 Interpretación y análisis de la encuesta aplicada a los productores de palmito de las provincias de Esmeraldas, Manabí, El Oro y Pichincha.

En lo relacionado a la encuesta se la aplico los días 4, 5, 6 y 7 de marzo del 2007, además este instrumento se aplico a productores de palmito de la siguiente forma: 36 productores de Esmeraldas, 162 productores de Pichincha (Santo Domingo zona de mayor producción a nivel nacional), 23 de Manabí y 6 productores de El Oro, dando un total de 227 productores encuestados y que colaboraron en forma positiva en la aplicación de este instrumento de investigación el mismo que se ha tabulado y se lo ha analizado con el fin de saber la oferta disponible en el medio, como también me servirá para saber los diferentes problemas por los que atraviesan durante el ciclo de producción.

#### 3.7.1 Variedad de palmito sembrada.

En lo relacionado con la variedad de palmito sembrada, en las diferentes plantaciones, de los cuales en algunos aspectos depende del clima y de la rentabilidad que refleja la producción de cada una de estas variedades, se obtuvo la siguiente información:

36 productores tienen sembrada la variedad **E. Olearacea**, representando el 15,86 % del total de la muestra; mientras que 191 productores tienen sembrada en sus plantaciones la variedad **Bactris Gasipaes H.B.K. (Chontaduro)**, los mismos que representan el 84,14 % del total de la muestra que se detalla en el siguiente cuadro:

#### Variedades de palmito sembradas.

Cuadro No. 13

Variedad	Productores	Porcentaje
<b>E. Olearacea</b>	36	15,86
<b>Bactris Gasipaes H.B.K. (Chontaduro)</b>	191	84,14
<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

### 3.7.2 Superficie sembradas de palmito.

En lo que respecta a la superficie sembrada de palmito, he establecido una serie de escalas de medición, y obtuve la siguiente información:

En la escala de 1 a 10 hectáreas sembradas de palmito ubicamos a 85 productores, que representan el 37,45 % del total de la muestra; 47 productores se encuentran en la escala de 11 a 20 hectáreas sembradas, representando el 20,70 % del total de la muestra; en la escala de 21 a 30 hectáreas sembradas se encuentran 36 productores de palmito, que representan el 15,86 % del total de la muestra; en la cuarta escala de 31 a 40 hectáreas sembradas, tenemos a 32 productores, los cuales representan el 14,10 % del total de la muestra y por último en la escala de mas de 41 hectáreas sembradas de palmito, tenemos a 27 productores, los mismos que representan el 11,89 % del total de la muestra, que se detalla en el siguiente cuadro:

**Hectáreas sembradas de palmito.**  
Cuadro No. 14

<b>No. Hectáreas Sembradas</b>	<b>Productores No.</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
1 a 10	85	37,45
11 a 20	47	20,70
21 a 30	36	15,86
31 a 40	32	14,10
41 en adelante	27	11,89
<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: El Autor.

### 3.7.3 Volumen de producción de plantación.

En este ítem de pregunta he establecido una escala de medición relacionado con la producción de kilos de palmito, la cual proporciona una información básica para considerar la capacidad de oferta del sector encuestado, y se ha podido determinar lo siguiente:

En la escala de producción de 1 a 500 kg., se encuentran 65 productores de palmito, los que representan el 28,64 % del total de la muestra; en la segunda escala de producción de 501 a 1.000 Kg. ubicamos a 36 productores, los cuales representan el 15,86 % del total de la muestra; en la tercera escala de 1001 a 5000 kg. de producción tenemos a 47 productores, los mismos que representan el 20,70 % del total de la muestra y en la última escala de producción de 5001 Kg. en adelante, tenemos 79 productores que representan el 34,80 % del total de la muestra que se detalla en el siguiente cuadro:

#### Producción mensual promedio.

Cuadro No. 15

Cantidad Kg.	Productores No.	Porcentaje (%)
1 a 500	65	28,64
501 a 1000	36	15,86
1001 a 5000	47	20,70
5001 en adelante	79	34,80
<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

### 3.7.4 Formas de comercialización interna del palmito.

Este es uno de los problemas básicos que enfrentan los productores de palmito, debido a que en un elevado porcentaje son explotados por personas inescrupulosas que se aprovechan de las dificultades que tienen los productores para poder llevar su producción a comercializar en forma directa con personas o empresas que les paguen precios

justos; de lo señalado anteriormente se ha establecido la siguiente información:

Se ha establecido que 172 productores de palmito, entregan a intermediarios, los cuales representan el 75,77 % del total de la muestra; seguidamente tenemos a 6 productores que entregan su producción en el mercado de su localidad a comerciantes, los mismos que representan el 2,64 % del total de la muestra; en tercer lugar tenemos que 49 productores entregan en forma directa a varias empresas exportadoras, los cuales representan el 21,59 % de la muestra. A continuación se detalla la información en el siguiente cuadro:

**Tipo de Comercialización Interna de Palmito**  
Cuadro No. 16

<b>Descripción</b>	<b>Números de Productores</b>	<b>Participación (%)</b>
A intermediario	172	75,77
Mercado Local (comerciantes)	6	2,64
Empresa exportadora	49	21,59
<b>TOTAL.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El Autor.

### **3.7.5 Precio interno de comercialización del tallo de palmito que debe tener 60 cms. de largo por 3 cms de diámetro.**

El precio interno de comercialización es otro de los problemas que enfrentan los productores de palmito, debido a la explotación que sufren con una serie de intermediarios, que en la mayoría de los casos les pagan precios bajos, lo cual desestimula seguir en este tipo de cultivo,

como consecuencia de ello se incrementa la migración hacia la ciudad y al exterior.

En este ítem tenemos a 172 productores que reciben un pago promedio de \$ 0,16 por cada tallo de palmito, que representan el 76,65 % del total de la muestra; en segundo lugar tenemos a 4 productores que reciben \$ 0,18 por cada tallo de palmito, los mismos que representan el 1,76 % de la muestra; en tercer lugar tenemos a 49 productores que reciben \$ 0,20 por cada tallo de palmito, representando el 21,59 % de la muestra. A continuación detallo el siguiente cuadro:

**Precio interno de Comercialización  
de Palmito**

Cuadro No. 17

<b>Valor tallo de 60 cms. De largo x 3 cms. De diámetro</b>	<b>Productores</b>	<b>Participación (%)</b>
0.16	174	76,65
0.18	4	1,76
0.20	49	21,59
<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

**3.7.6 Disponibilidad de entrega de producción de palmito a empresa exportadora que pague un de precio justo.**

En este ítem se ha establecido una pregunta relacionada sobre el pago de precio justo, por la entrega de tallo de palmito, en forma directa de los productores una empresa exportadora, en la cual he obtenido la siguiente información: 178 productores de palmito, desean un precio justo por tallo de palmito, entregado a una empresa exportadora, los cuales representan el 78,41 % del total de la muestra; mientras que 49 productores No están de acuerdo con este tipo de comercialización, aduciendo que tienen cierto tiempo entregando directamente a diversas

empresas exportadoras, en algunos casos tienen firmados contratos de entrega de su producción con un precio aceptable durante todo el año; en el siguiente cuadro detallo lo antes mencionado:

**Comercialización interna de exportadora pagando un precio justo por la producción .**

Cuadro No. 18

<b>Comercialización con Precio justo</b>	<b>Productores No.</b>	<b>Participación (%)</b>
SI	178	78,41
NO	49	21,59
<b>TOTAL.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

### 3.7.7 Servicio de asistencia técnica, manejado por empresa exportadora.

En lo que respecta a la asistencia técnica, esta comprende una serie de factores como el manejo de los suelos, los procesos de producción del palmito, el manejo de insumos agrícolas, el manejo de abonos, etc. , los mismos que inciden en forma directa en la producción de la plantación y que de hacerlo bajo parámetros especializados, se obtendrían excelentes resultados en este tipo de cultivo. A continuación presento la siguiente información obtenida en este ítem:

143 productores de palmito que representan el 63 % de la muestra, **SI** desean que la empresa exportadora, les brinde asistencia técnica en las diferentes labores de cultura del campo, mientras que 84 productores que representan el 37 % manifiestan que **NO**, porque ya reciben este tipo de asistencia técnica de expertos de diferentes instituciones como el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), también de empresas comercializadoras privadas de diversos insumos agrícolas, a través de días de campo, donde se da a conocer las experiencias positivas y la prevención para un buen manejo de la producción de palmito:



**Asistencia Técnica / Exportadora  
de palmito**

Cuadro No. 19

<b>Asistencia Técnica</b>	<b>Productores No.</b>	<b>Participación (%)</b>
SI	143	63,00
NO	84	37,00
<b>TOTAL.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

### 3.7.8 Financiamiento de Insumos Agrícolas.

En lo que respecta a los insumos agrícolas, tenemos los abonos, los pesticidas, nematocidas, los mismo que sirven para contrarrestar las diferentes plagas o enfermedades que se presentan durante el ciclo de producción del palmito.

En lo referente a este ítem, se ha establecido lo siguiente: que 172 productores de palmito desean un financiamiento durante el ciclo que dure el proceso de producción, los mismos que representan el 75,77 % del total de la muestra; mientras que 55 productores, que representan el 24,23 % de la muestra, no desean este tipo de financiamiento debido a que aducen que la empresa les recargará el interés por el valor y tiempo que dure el crédito. A continuación se detalla la información en el siguiente cuadro:

**Créditos de Insumos agrícolas / Exportadora.**

Cuadro No. 20

<b>Descripción</b>	<b>Productores</b>	<b>Participación (%)</b>
Si desean crédito	172	75,77
No desean crédito	55	24,23
<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor.

### 3.7.9 Servicios adicionales para productores de palmito de parte de la empresa exportadora.

En este ítem de pregunta sobre los servicios adicionales que desearían los productores de palmito les otorgue la empresa exportadora para entregar su producción; y, obtuve la siguiente información:

178 productores desean créditos directos a largo plazo con una tasa de interés baja, los mismos que representan el 78,41 % de la muestra (18-A); en segundo lugar 170 productores, desean recibir dinero anticipado por la producción de palmito, que entregarán posteriormente a la empresa exportadora, los cuales representan el 74,89 % de la muestra (18-B); en tercer lugar 143 productores de palmito, que desean que la empresa exportadora les brinde asesoramiento gratuito, representando el 63 % de la muestra (18-C). A continuación detallo información en los siguientes cuadros:

#### Tipos de servicios adicionales

Cuadro No. 21-A

Descripción	Productores No.	Participación (%)
Desean Créditos	178	78,41
No desean Créditos	49	21,59
<b>Total.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor

#### Tipos de servicios adicionales

Cuadro No. 21-B

Descripción	Productores No.	Participación (%)
Desean Anticipos	170	74,89
No desean Anticipos	57	25,11
<b>Total.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor

**Tipos de servicios adicionales**  
Cuadro No. 21-C

<b>Descripción</b>	<b>Productores No.</b>	<b>Participación (%)</b>
Desean Asesoramiento	143	63,00
No desean Asesoramiento	84	37,00
<b>Total.....</b>	<b>227</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El Autor

### Conclusiones Parciales.

- 1.- En el Ecuador existen 796 unidades productivas de palmito con 15.358 has. Sembradas y con un rendimiento anual de 91.226,52 toneladas métricas, es decir que existe una considerable oferta nacional que debe negociarse en los mejores términos en el mercado internacional.
- 2.- En el caso de la demanda establecida por el mercado de Francia ha tenido una constante de crecimiento, tal es el caso que en 1994 se exportaron de Ecuador 175 TM, con un valor FOB de \$ 362.000; mientras que en el año 2004 se exportaron 7.681 TM., con un valor FOB de \$ 13'397.000.
- 3.- En referencia a los precios pese a la competencia internacional que existe se han mantenido estables desde el año 2002, vale señalar que Francia es nuestro principal comprador.
- 4.- En relación a los envases el mercado requiere de un palmito en conserva pero en un envase de 400 gr. por cada uno, los mismo que van en cajas de 24 unidades y que en un contenedor de 20 pies, tiene la capacidad para llenarlo con 1500 cajas.
- 5.- Que el procedimiento que se utiliza para procesar el palmito es el que cumple con la normativa internacional en cuanto a sanidad y calidad del producto, satisfaciendo las exigencias y requisitos técnicos del comprador francés.
- 6.- Que existe la cantidad suficiente para cumplir con la demanda del comprador francés, es decir que cada día se siembra más palmito en el Ecuador, en la cual la variedad *Bactris Gasipaes* H.B.K. (Chontaduro) es la más sembrada, seguida de la variedad *E. Oleracea*. Además existe una expectativa por los productores encuestados de que surja una nueva empresa exportadora que les pague un precio justo, mas un sinnúmero de

beneficios, que incentivaría a las personas involucradas en este sector productivo.

### **Recomendaciones Parciales.**

1.- Se debe mejorar el asesoramiento técnico a los productores de palmito, para que mejoren los volúmenes de producción, y de esta forma mejoren sus ingresos económicos y de las personas involucradas.

2.- Se debe cumplir a cabalidad con los compradores de Francia, además se debe buscar nuevos mercados que demanden este producto, con el fin de exportar el excedente que se daría al mejorar el rendimiento de producción y se debe buscar asesoramiento con organizaciones como la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), con el fin de promocionar estos productos en Ferias Internacionales y de esta forma lograr exportar a nuevos mercados.

3.- Concienciar a los productores y exportadores que envíen al mercado de Francia, un producto de óptima calidad, con el objeto de seguir manteniendo los precios estables como se ha dado en los últimos años.

4.- Mantener y cumplir con los requisitos sanitarios y normas sanitarias con el fin de seguir posicionados en el mercado de Francia, y se reflejará en que siga la demanda en aumento.

5.- Vigilar que en el proceso se empaque se cumpla rigurosamente con las especificaciones técnicas exigidas por los compradores de Francia, y de esta manera satisfacer estos requerimientos.

6.- En consecuencia estoy seguro que existen todas las facilidades y viabilidad, para la creación de una empresa exportadora de palmito en conserva que satisfaga las necesidades de sus productores-proveedores, como la demanda del comprador francés.

## **CAPITULO IV**

**PROPUESTA:  
“CREACION DE UNA  
EMPRESA  
EXPORTADORA DE  
PALMITO EN  
CONSERVA EN LA  
CIUDAD DE  
MACHALA,  
PROVINCIA DE EL  
ORO, DIRIGIDO  
HACIA EL MERCADO  
DE FRANCIA”**

#### **4.1 Tamaño del Proyecto.**

En el presente proyecto se ha considerado la "Creación de una Empresa Exportadora de palmito en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, dirigida hacia el mercado de Francia". El mismo, se desarrollará durante de 10 años a partir del 01 de Enero del 2008 y terminará en el año 2018., con posibilidades de establecer algún tipo de alianza estratégica o nuevo direccionamiento de la empresa. Además tendrá un área disponible de 200 metros cuadrados, en la cual funcionarán una serie de oficinas administrativas que la empresa requiere para su normal funcionamiento de las actividades, y 200 metros cuadrados para bodega que se consideran a continuación:

a) En lo que respecta a las oficinas administrativas funcionarán: la Gerencia, departamento de Contabilidad, departamento de Comercialización Interna e Internacional.

b) En cuanto a la bodega, ésta servirá como centro de acopio del palmito y también se realizará el llenado, sellado de los frascos de palmito de 420 gr., además se realizará el embalaje del producto y su posterior llenado del contenedor para llevarlo al puerto de embarque.

##### **4.1.1 Localización del Proyecto.**

El proyecto estará ubicado en el cantón Machala, de la provincia de El Oro, específicamente en la Avenida Panamericana de la vía Machala – Pasaje en el Km. 4,5; el mismo que linda con los predios de la empresa Le Fruit, lugar donde funcionarán las oficinas administrativas como el centro de acopio y empacadora de palmito.

##### **4.1.2 Finalidad del Proyecto.**

Este proyecto tiene como finalidad incentivar al productor de palmito a mejorar sus plantaciones y a no abandonar el campo para emigrar a la ciudad o al exterior, pues en la actualidad son muy escasas las fuentes de trabajo.

Además el proyecto pretende mejorar la autoestima del productor de palmito, debido a la explotación a la cual ha sido sometido por los intermediarios que prácticamente han sido los que han obtenido grandes utilidades. En otras palabras, se pretende impulsar de manera positiva al productor de palmito y generar un sentimiento de confianza entre este sector y la empresa exportadora.

#### **4.1.3 Descripción del Proyecto.**

La propuesta consiste en la "Creación de una Empresa Exportadora de palmito en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, dirigida hacia el mercado de Francia". En primer lugar se proyecta la firma de un contrato de compra-venta interno con los productores de palmito de la provincia de El Oro (pertenecientes a los cantones El Guabo, Santa Rosa, Arenillas), en la cual se determinará la cantidad de producción mensual. Dicha producción mensual será de 2.851 TM, de los cuales se necesitará inicialmente 28.8 TM quincenalmente; es decir 3.000 cajas por 24 envases de 420 gr. a un precio de \$ 0,80 por cada envase, dando un total FOB de \$ 57.600,00 por cada contenedor de 40 pies.

Cabe señalar que la empresa enviará 2 contenedores de 40 pies al mes, de acuerdo con la negociación realizada, debiendo ordenar el comprador la apertura de una carta de crédito irrevocable a la vista en su país; una vez confirmada con un banco en Ecuador, se procederán a realizar todas las actividades operativas y administrativas para enviar el palmito hacia el mercado de Francia.



## **4.2 Ingeniería del Proyecto.**

### **4.2.1 Proceso de exportación del palmito en conserva dirigido hacia el mercado de Francia.**

Una vez que se ha cerrado una negociación de compra-venta del palmito en conserva con el comprador en el exterior, se procederá a realizar una serie de gestiones tanto administrativas como operativas, establecidas en dos fases: la primera es la declaración de exportación y solicitud del Visto Bueno en el banco corresponsal (banco privado autorizado por BCE) y la segunda fase es la contratación de un Agente de Aduanas, quien se encargará de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación, a la cual le adjunta todos los documentos relacionados con este proceso de exportación y exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas y su reglamento.

### **4.2.2 Condiciones Previas para la Exportación de palmito en conserva.**

En lo que respecta a las condiciones previas, se debe realizar una serie de gestiones administrativas con el fin de conseguir documentos y certificados que se detallan a continuación:

a) En primer lugar se debe proceder a la inscripción de la empresa exportadora en el Banco Central del Ecuador. Ésta se debe realizar a través de una Tarjeta de Identificación que se llena de acuerdo al requerimiento de información que se precisa en cada casillero y adicionalmente se deberán adjuntar los siguientes documentos:

- ❖ Copia del nombramiento del Representante Legal de la empresa.
- ❖ Copia del RUC. de la empresa.
- ❖ Original y copia de cédula de Identidad, del certificado de votación, del representante legal de la empresa.

#### **4.2.3 Proceso Documental de la exportación de palmito en conserva.**

El proceso documental se inicia con la elaboración de la Factura Comercial; en la cual se hace constar la cantidad comercializada, el valor total FOB, las características de la mercadería, la forma de pago y otros items que conforman este documento.

También se procede a elaborar una lista de empaque donde consta la cantidad de cajas, la marca, el origen del producto, el peso neto y peso bruto del palmito en conserva.

A la vez, con la verificadora, se coordinan el día, la hora y el lugar de la inspección del palmito en conserva. Una vez elaborada la revisión por el inspector asignado, éste emitirá un documento llamado Constancia de Inspección, donde se detalla si el producto cumple o no los requerimientos del comprador. Además, una vez que todo esté notificado a las dos partes (comprador y vendedor), la compañía verificadora en la filial que se encuentra en el país del comprador (en este caso Francia), emitirá un documento llamado Certificado de Inspección.

Simultáneamente, el representante de la empresa exportadora gestiona en la Subsecretaría del MICIP, que funciona en la ciudad de Guayaquil, el Certificado de Origen. Este documento le servirá al comprador francés en su país, para la liberación de aranceles.

Con respecto al certificado Sanitario, se lo obtiene en el Instituto de Higiene Izquieta Pérez. Este certificado da constancia que el producto no contiene ningún químico, ningún preservante nocivo y que el producto cumple con las normas básicas sanitarias y de higiene, encontrándose apto para el consumo humano.

#### **4.2.3.1 Proceso operativo de Exportación.**

##### **a) Declaración de Exportación.**

El representante de la empresa exportadora de palmito en conserva, presentará la Declaración de Exportación al banco corresponsal, para lo cual deberá adjuntar la siguiente documentación:

- ❖ Un Formulario Único de Exportación (FUE).
  
- ❖ Una Factura Comercial y cinco copias.

Una vez que se presenta esta documentación con la información correspondiente, el departamento de Comercio Internacional del banco corresponsal, envía dicha información vía Internet a la oficina del Banco Central del Ecuador (en este caso Guayaquil) para que proceda a registrar y revisar la información recibida por éste. Si todo se encuentra en orden, el Banco Central del Ecuador otorga y autoriza el Visto Bueno al exportador, y a partir de esta instancia la empresa estará autorizada para realizar la exportación respectiva.

##### **b) Preparación del producto para su exportación y Declaración Aduanera Única de Exportación.**

En este punto de la exportación se deben realizar las siguientes operaciones:

- ❖ Una vez que se ha realizado la declaración de exportación, se procede a realizar el proceso de empaque. Se coordina con la empresa naviera contratada por el comprador, el envío del contenedor hasta las instalaciones de la empresa en la ciudad de Machala, y se hace contacto con la verificadora para que realice la inspección del producto. Una vez concluida la

inspección, se procede al llenado del contenedor de 40 pies con las 3.000 cajas de palmito para su envío hacia el mercado de Francia.

❖ A continuación se contratan los servicios de un Agente de Aduanas, quien se encargará de realizar la Declaración Aduanera Única de Exportación, para lo cual la empresa le entregará la siguiente documentación: la Factura Comercial, Lista de Empaque, el FUE con el Visto Bueno, una copia de la Constancia de Inspección, el Registro Sanitario, el Certificado de Origen.

❖ Una vez que se ha cumplido con todas las formalidades legales, se entrega el contenedor al buque para ser transportado hacia Francia. Posteriormente, la naviera emite un documento de transporte llamado Conocimiento de Embarque, en el cual se entrega una copia al exportador y el original al comprador que es quién pagará el flete en Francia.

❖ Seguidamente el representante de la empresa exportadora deberá realizar el pago de aportación a la CORPEI, que es del 1,5 / 100 del valor FOB de la exportación a través de una papeleta de Aportación en el banco corresponsal.

### **4.3 Aplicación del Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas para el Ingreso de palmito en conserva al mercado de Francia.**

El Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas incentiva las exportaciones de productos de los países andinos. Vale destacar que este tipo de preferencia tuvo una renovación que se puso en vigencia el 1 de Enero del 2005 hasta el 31 de Diciembre del año 2014.

En el caso del palmito en conserva se lo ha ubicado de la siguiente forma:

a) Partida arancelaria: 2001.90.60.00

b) Descripción arancelaria: Palmitos, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.

c) Producto sensible.

d) Es un producto incluido en el régimen especial de estímulos para la protección del medio ambiente.

e) Está incluido en el régimen especial de apoyo a la lucha contra la droga.

f) Para que el palmito en conserva reciba la liberación del 100% de sus derechos arancelarios en el momento de ingresar al mercado de Francia, el comprador (en el momento de nacionalizar el producto) tendrá que presentar el Certificado de Origen respectivo.

#### **4.4 Forma de pago.**

La forma de pago más conveniente para un vendedor, es haber negociado a través de una Carta de Crédito Irrevocable a la vista como se detalla a continuación:

❖ Una vez que se ha enviado el contenedor, la empresa presentará los documentos al banco notificador que se encuentra en el Ecuador. Una vez recibidos, se revisan y comparan con los items de la Carta de Crédito y si todo se encuentra en orden, inmediatamente se envían los documentos al banco emisor de la Carta de Crédito, que se encuentra en Francia. Este banco también revisa los documentos y compara la información con la Carta de Crédito. Posteriormente, si todo está en orden, se realiza el reembolso inmediato respectivo a través de una transferencia internacional a favor del banco notificador; y, éste a su vez procede a cancelar el valor correspondiente a la empresa exportadora de palmito (Beneficiaria).

#### **4.4.1 Justificación de divisas.**

Una vez que se confirma la cancelación de la Carta de Crédito, el representante de la empresa exportadora justifica el ingreso de estas divisas a la cuenta que mantiene en el banco. El representante legal debe presentar una carta dirigida al gerente de la empresa indicando dicho ingreso y a su vez debe adjuntar una copia del Formulario Único de Exportación y una copia de la Factura Comercial.

#### **4.5 Inversión y Fuentes de Financiamiento.**

##### **4.5.1 Inversión del Proyecto.**

La inversión consiste en destinar los recursos económicos para la producción de bienes o de servicios durante un período para obtener utilidades a beneficio de los dueños de la empresa.

La información es presentada en forma técnica, con la respectiva asesoría profesional y de las demás necesidades que requiere la empresa comercializadora "DELIPALM" S. A. para operar en forma eficiente y eficaz, satisfaciendo las necesidades de la colectividad.

#### 4.5.1.1. Inversiones Fijas.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Inversiones Fijas**  
**Expresado en Dólares**

**Cuadro No. 22**

<b>Inversiones Fijas</b>	<b>Valor Adquisición</b>	<b>% de Depreciac.</b>	<b>Valor de la Depreciación</b>
Terrenos	23.000,00		
Mubles de Oficina	480,00	10	48,00
Equipos de Oficina	295,00	10	29,50
Equipos de Computación	1.920,00	33	633,60
Vehículos	18.000,00	20	3.600,00
Edificios	16.000,00	5	800,00
Herramientas Menores	500,00	10	50,00
Maquinarias y Equipos	15.000,00	10	1.500,00
<b>Total inversión fija</b>	<b>75.195,00</b>		<b>6.661,10</b>

Elaboración: El Autor.

#### 4.5.2. Costo Anual del Proyecto

El Costo del proyecto comprende todos los egresos necesarios para llevar a cabo las actividades realizadas por la empresa, considerando el costo de la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, sueldos administrativos servicios básicos, suministros de oficina, suministros de aseo, seguros, mantenimientos, combustible, agente de aduanas, movilización interna, certificado Fitosanitario, etc.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Costos Totales**  
**Expresado en dólares (2007)**

Cuadro No. 23

Rubro	Valor Anual	Totales
<b>Costo de Producción</b>		<b>536.124,60</b>
Materia Prima (Ver anexo 1)	212.544,00	
Mano de Obra (Ver anexo 2)	15.159,48	
Costos Indirectos de Fabricación (Ver anexo 3-4)	308.421,12	
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>28.838,52</b>
Sueldo, Beneficios (Ver anexo 6)	18.518,40	
Suministros de Oficina	360,00	
Suministros de Aseo y Limpieza	670,00	
Mantenimientos	160,00	
Reparaciones	658,00	
Servicios Básicos	589,00	
Gastos de Seguros	1.425,12	
Combustible y Lubricantes	5.902,00	
Gastos de Amortización (Ver anexo 7)	556,00	
<b>Gastos de Ventas</b>		<b>35.505,17</b>
Sueldo, Beneficios (Ver anexo 6)	8.546,88	
Gastos de Seguros	617,16	
Suministros de Oficina	80,00	
Servicios de Comunicación	750,00	
Trámites de Exportación	4.800,00	
Formularios y documentos (Ver anexo 8)	757,53	
Tasa Corpei (Ver anexo 9)	2.073,60	
Registro Sanitario	600,00	
Agente de Aduana	4.800,00	
Gestión de Certificado Fitosanitario	2.400,00	
Movilización Interna	10.080,00	
<b>Totales</b>		<b>600.468,29</b>

Elaboración: El Autor.



#### 4.5.3 Inversión Total del Proyecto.

La inversión corresponde a los valores cancelados por las adquisiciones de activos depreciables y no depreciables y el capital de trabajo aportado por los dueños para el funcionamiento de la empresa "DELIPALM" S. A.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Inversión Total del Proyecto**  
**Expresado en dólares**  
**Año 2007**

**Cuadro No. 24**

Inversiones Fijas	75.195,00
Capital de Trabajo	600.468,29
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>675.663,29</b>

Elaboración: El Autor.

#### 4.5.4 Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial refleja los valores correspondientes circulantes, por cobrar, fijos, no fijos, prepagados, cuentas por pagar a corto y largo plazo, precobrado, el capital necesario para el iniciar la empresa "DELIPALM" S. A.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Estado de Situación Inicial**  
**Expresado en dólares**  
**Año 2007**

Cuadro No. 25

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo Corriente</b>		597.688,29
Caja-Bancos	597.688,29	
<b>Activo no Corriente</b>		75.195,00
Terrenos	23.000,00	
Muebles de Oficina	480,00	
Equipos de Oficina	295,00	
Equipos de Computación	1.920,00	
Vehículos	18.000,00	
Edificio	16.000,00	
Herramientas Menores	500,00	
Maquinaria y Equipos	15.000,00	
<b>Activo Diferido</b>		2.780,00
Gastos de Constitución	980,00	
Gastos de instalación	1.800,00	
<b>Total Activos</b>		<b>675.663,29</b>
<b>PASIVOS</b>		
		0
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Social	675.663,29	
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>675.663,29</b>
<b>Gerente</b>		<b>Contador</b>

Elaboración: El Autor.

#### 4.5.5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es necesario para cubrir las necesidades requeridas por la empresa en su inicio.

De acuerdo al tipo de proyecto, el capital de trabajo es diferente. En este caso se ha considerado un capital de trabajo de \$ 600.468,29

**"DELIPALM" S. A.**  
**Capital de Trabajo**  
**Expresado en dólares**

Cuadro No. 26

Rubro	Valor
Costo de Producción	536.124,60
Gastos Administrativos	28.838,52
Gastos de Ventas	35.505,17
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>600.468,29</b>

Elaboración: El Autor.

#### 4.5.6. Origen y Uso de Fondos

El Origen y Uso de fondos, contribuyen a la distribución del dinero en un periodo determinado, permitiendo desarrollar las actividades designadas por los dueños de la empresa. Para esto, se procede a sumar el valor de la inversión y el capital de trabajo.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Origen y Uso de Fondos**  
**Expresado en dólares**

Cuadro No. 27

Concepto	Origen		U s o			
	Valor	%	Inversión Fija		Capital de Trabajo	
			Valor	%	Valor	%
Capital Propio	675.663,29	100	75.195,00	11	600.468,29	89
<b>Total Inversión</b>	<b>675.663,29</b>	<b>100</b>	<b>75.195,00</b>	<b>11</b>	<b>600.468,29</b>	<b>89</b>

Elaboración: El Autor.

#### 4.5.7. Estado de Resultados.

El Estado de Resultados, es aquel que se realiza al finalizar el periodo contable. Para realizarlo se deben considerar los ingresos obtenidos menos los egresos ocasionales (costo de producción, gastos administrativos y gastos de ventas) y luego se procede a restar los porcentajes establecidos por la ley; el 15% de Participación Trabajadores y 25% del Impuesto a la Renta.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Estado de Resultados Proyectado**  
**Expresado en Dólares**  
**Año 2007**

**Cuadro No. 28**

Ventas	1.382.400,00
Costo de Producción	536.124,60
Utilidad Bruta en Ventas	846.275,40
<b>Gastos Operaciones</b>	
Gastos Administrativos	28.838,52
Gastos de Ventas	35.505,17
Total Gastos Operativos	64.343,69
Utilidad antes de Participación Trabajadores	781.931,71
15% Participación Trabajadores	117.289,76
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	664.641,95
25% Impuesto a la Renta	166.160,49
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>498.481,47</b>
<b>Gerente</b>	<b>Contador</b>

Elaboración: El Autor.

#### **4.5.8 Estado de Situación Final.**

El Estado de Situación Final, llamado también Balance General, se realiza al finalizar el año económico, considerando todos los valores, bienes, servicios que posee la empresa, los valores por pagar a corto y largo plazo, así como el capital aportado por los dueños de la empresa. Este estado permite a los dueños tomar decisiones para el mejoramiento de la empresa.

**"DELIPALM" S. A.**  
**Estado de Situación Final**  
**Expresado en Dólares**  
**Año 2007**

Cuadro No. 29

<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activo Corriente</b>			1.386.837,10
Caja-Bancos	1.386.837,10		
<b>Activo no Corriente</b>			68.533,90
Terrenos		23.000,00	
Muebles de Oficina	480,00	432,00	
Depreciación Acumulada	48,00		
Equipos de Oficina	295,00	265,50	
Depreciación Acumulada	29,50		
Equipos de Computación	1.920,00	1.286,40	
Depreciación Acumulada	633,60		
Vehículos	18.000,00	14.400,00	
Depreciación Acumulada	3.600,00		
Edificio	16.000,00	15.200,00	
Depreciación Acumulada	800,00		
Herramientas Menores	500,00	450,00	
Depreciación Acumulada	50,00		
Maquinaria y Equipos	15.000,00	13.500,00	
Depreciación Acumulada	1.500,00		
<b>Activo Diferido</b>			2.224,00
Gastos de Constitución	980,00	784,00	
Amortización Acumulada	196,00		
Gastos de instalación	1.800,00	1.440,00	
Amortización Acumulada	360,00		
<b>Total Activos</b>			<b>1.457.595,00</b>
<b>PASIVOS</b>			
			283.450,24
<b>Pasivo Corriente</b>			
Participación Trabajadores por Pagar		117.289,76	
Impuesto a la Renta por Pagar		166.160,49	
<b>PATRIMONIO</b>			1.174.144,76
Capital Social		675.663,29	
Utilidad del Ejercicio		498.481,47	
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>			<b>1.457.595,00</b>
	<b>Gerente</b>	<b>Contador</b>	

Elaboración: El Autor.

## 4.6. Evaluación del Proyecto.

### 4.6.1. Evaluación Financiera.

La evaluación financiera es medir cuánto dinero se invierte y cuanto se recupera de un período a otro, como retribución a lo invertido en efectivo y bienes. Para ello se presenta como coeficientes de evaluación a la Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto y Relación Beneficio Costo.

#### 4.6.1.1 Coeficientes de Evaluación.

##### 4.6.1.1.1. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite medir a qué nivel se han obtenido ganancias o pérdidas. En este caso se ha considerado el valor de las ventas del año 2006, los costos fijos y variables. El punto de equilibrio de este proyecto es de \$99.147,57; lo que significa que la empresa "DELIPALM" S. A. por la venta de su producto obtendrá utilidades, beneficiando a los inversionistas. (Ver anexo # 10)

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos por Ventas}}}$$

$$P.E = \frac{60.414.17}{1 - \frac{540.054.12}{1.382.400,00}}$$

$$P.E = 99.147,57 \text{ USD.}$$

#### 4.6.1.1.2. Valor Actual Neto (VAN).

En la empresa el VAN \$ 3.089.277, calculado para un período de vida útil del proyecto de 10 años, permite establecer que el presente proyecto es viable. (Ver anexo # 11)

#### 4.6.1.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).

En el presente proyecto, la tasa interna de retorno es de 134.81% por lo que la rentabilidad es muy atractiva. (Ver anexo # 11).

#### 4.6.2. Evaluación Económica.

Para realizar una evaluación económica que satisfaga las necesidades de los inversionistas, generalmente se utilizan ratios o razones financieras.

##### 4.6.2.1. Rotación de Activo Total.

Este índice indica la efectividad de utilización de activos por parte de la empresa, es decir los retornos netos en ventas. En este proyecto equivalen a \$ 0.95 de ventas por cada activo.

$$\text{R.A.T.} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{R.A.T.} = \frac{1.382.400,00}{1.457.595,00}$$

$$\text{R.A.T.} = 0.95$$



#### 4.6.2.2. Margen de Utilidad Neta

Representa la eficiencia de la empresa después de tomar en cuenta todos los costos, gastos y los impuestos establecidos por la ley. El presente proyecto indica la utilidad neta por centavo de ventas de la empresa.

$$\text{Margen Útil. Neta} = \frac{\text{Utilidad neta después de imp.}}{\text{Venta Netas}}$$

$$\text{Marg. Util. Neta} = \frac{498.481,47}{1382.400,00}$$

$$\text{Marg. Útil. Neta.} = 0.36$$

#### 4.7 Evaluación Social.

El efecto socio – económico de la empresa "DELIPALM" S. A. se establece en la creación de nuevas fuentes de trabajo, dando oportunidad a productores de palmito, y profesionales en las diferentes áreas administrativas, ventas, promoción y de comercio internacional, aprovechando sus conocimientos, habilidades, destrezas en la Infraestructura y operaciones internas y externas.

La actividad del proyecto consiste en crear la oportunidad de exportar palmito en conserva. El proyecto involucra directamente al sector productivo, motivándolo con el pago de mejores precios por cada libra entregada a la empresa. De tal manera, el productor se sentirá satisfecho por el tratamiento que recibe; además mejorará el ingreso familiar y su autoestima, evitando con ello la migración a la ciudad. Cabe destacar que beneficiando al productor con los precios, se

eliminarán intermediarios; por ende el productor aumentará su poder adquisitivo orientándolo al ahorro y la inversión.

En este proyecto se vincularán alrededor 150 personas que participarán de manera directa e indirecta. Por ejemplo, de manera directa los productores involucrados y sus familias; de manera indirecta las personas encargadas de las operaciones de exportaciones y trámites bancarios, transportistas, proveedores de embalajes, e instituciones que deben emitir diversos documentos como las verificadoras, la Cámara de Comercio, Aduana, banco corresponsal, Compañía Naviera, Agente de Aduana y otras instituciones participantes en el proceso de exportación.

#### **4.8 Evaluación Ambiental.**

En los actuales momentos, el cuidado del medio ambiente se ha constituido en un factor primordial. Cada vez prevalece más el interés de evitar la contaminación ambiental producida por el uso irracional de productos químicos en la industria y la agricultura, la deforestación y la emanación de gases tóxicos de las fábricas y vehículos.

En la producción de palmito, se restringirá estrictamente la participación de insumos químicos que atenten a la salud del consumidor. Se garantiza un producto totalmente ecológico, cumplidor de las exigencias internacionales de normas sanitarias.

Los problemas de la contaminación son prioritarios, a tal punto que, entidades gubernamentales y no gubernamentales se esmeran por combatirlos. Los unos están dictando una amplia legislación para

hacerles frente y los otros, por distintos medios promueven la protección ecológica. La asistencia técnica a los productores será indispensable para que utilicen los insumos adecuados y además que sean insumos de aceptación en los mercados internacionales, pues de lo contrario, el palmito tendría problemas para ingresar a estos mercados.

#### **4.9 Organización de la empresa.**

##### **4.9.1 Razón Social.**

La razón social que tendrá la compañía exportadora se denominará "DELIPALM S.A.", que significa: Palmito Delicioso Sociedad Anónima.

##### **4.9.2 Constitución Jurídica.**

La constitución jurídica será de una Sociedad Anónima. Estará conformada por tres socios inicialmente. Se deberá agregar la palabra sociedad Anónima y publicar su constitución a través de la prensa.

##### **4.9.3 Fecha de constitución.**

La Compañía Exportadora "DELIPALM S..A". se constituirá el 1 de Enero del 2008.

##### **4.9.4 Capital Social.**

El capital de esta compañía debe dividirse en acciones nominativas o al portador de igual valor; en este caso el capital social que aportarán los socios es de \$ 675.663,29, y se detalla en el siguiente cuadro:

**“DELIPALM S.A.”**  
**CAPITAL DE APORTACIÓN SOCIAL**  
**Año 2006**

Cuadro No. 30

<b>Accionistas</b>	<b>%</b>	<b>Participación Acciones</b>	<b>Valor Unitario (\$)</b>	<b>Capital (\$)</b>
1) Minuche Paul.	33,33	225.198,57	1,00	225.198,57
2) Ravelli Ivo.	33,33	225.198,57	1,00	225.198,57
3) Kuonqui Irina.	33,34	225.266,15	1,00	225.266,15
<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>	<b>675.663,29</b>	<b>1,00</b>	<b>675.663,29</b>

Elaboración: El Autor.

**4.9.5 Plazo de duración de la empresa.**

El plazo para la duración de la empresa exportadora “DELIPALM S.A” será de 10 años, a partir de su constitución legal.

## CONCLUSIONES.

El proceso de investigación desarrollado con relación a la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la Exportación de palmito en conserva en la ciudad de Machala, hacia el mercado de Francia, permite formular las conclusiones que guardan estrecha relación con los objetivos generales y particulares del proyecto. Además presentan información adicional que se estimó conveniente hacer constar para fundamentar el trabajo realizado. En consecuencia se deduce lo siguiente:

1. Las características y demanda del mercado de Francia, las regulaciones técnicas, jurídicas y administrativas, el impacto socio económico y ambiental, son factores que posibilitan la exportación de palmito en conserva, en la cual se ha considerado exportar 3.000 cajas por 24 envases de 400 gr. a un precio de \$ 0,80 por cada envase, dando un total FOB de \$ 57.600,00 por cada contenedor de 40 pies a embarcarse cada quince días.
2. La normatividad jurídica, las regulaciones técnicas, administrativas como las preferencias arancelarias del Ecuador con Francia, facilitan la exportación de palmito en conserva a este mercado.
3. El proceso operativo documental y aduanero a seguir para realizar la exportación es el más adecuado y oportuno para enviar palmito en conserva al mercado de Francia.
4. La relación entre ingresos y egresos establece que la exportación de palmito en conserva a Francia, generará utilidades que le permitirán a la empresa sufragar gastos y realizar aumentos de capital de acuerdo a la Ley. El costo total del proyecto es de: \$ 675.663,29 dólares americanos, los mismos que serán financiados en un 100 % con aporte de los socios de la empresa.

5. En lo relacionado al análisis de los índices aplicados a los diferentes estados financieros, se garantiza una rentabilidad adecuada a las partes involucradas, es decir a la empresa exportadora, como a sus productores proveedores de palmito.

6. La ejecución del proyecto es viable, por los resultados positivos presentados. La empresa generará impacto favorable en el aspecto económico, financiero, social y ambiental en el desarrollo de sus actividades programadas.

7. La Empresa exportadora de palmito, será creada para ofrecer un producto de excelente calidad que contribuirá al aumento del volumen de exportación en forma periódica. Ésta tendrá sus propias instalaciones ubicadas en el Kilómetro 4,5 de la vía Machala – y El Cambio, con una infraestructura adecuada a las exigencias del proyecto. También contará con profesionales especializados en cada una de las áreas establecidas para cumplir a cabalidad con los compromisos de exportación que la empresa negocie con compradores del mercado de Francia.

## RECOMENDACIONES.

1. Se recomienda que la empresa exportadora cumpla rigurosamente con los contratos de compra – venta, que establezca con los compradores del mercado de Francia, y que no se hagan ofertas desmedidas de palmito; factor negativo en el crecimiento y seriedad de la empresa. Es decir que de acuerdo a la oferta base establecida, en el caso de existir una mayor demanda, se realice un estudio de ampliación del volumen a exportarse y a partir de ese momento entablar las negociaciones.
2. Capacitar al personal y a los productores para que mejoren sus plantaciones y así obtener un mayor rendimiento de producción de palmito, como también para mejorar la calidad de éste, factor indispensable para mantenerse posicionado en el mercado de Francia.
3. Contratar al personal idóneo capaz de cumplir con sus actividades y funciones encomendadas. Al tratarse de una exportadora, se debe contar con personal especializado en el área de Comercio Internacional, destinado a manejar de forma directa todo el proceso de exportación y a realizar las negociaciones de comercialización externa con los compradores de palmito en conserva del mercado de Francia.
4. Una vez establecida la empresa y al tener excelentes resultados los socios de ésta, deberán considerar alternativas de exportación del producto hacia nuevos mercados; lo cual representará aumentar sus utilidades y fomentar el desarrollo del sector productivo del palmito de la provincia de El Oro y del país.
5. Se deben hacer evaluaciones periódicas en todas las áreas, para que, dado el caso, se realicen los ajustes necesarios que se reflejarán en el buen funcionamiento de la empresa.

6. Considerar el otorgamiento regulado de créditos a los productores proveedores con el fin de incentivar la entrega de su producción a la empresa exportadora.

7. Hacer conocer a los productores que la empresa exigirá siempre palmitos que cumplan con las normas de calidad, logrando de esta forma el posicionamiento y prestigio de la empresa en el mercado de Francia.



## 12. Bibliografía.

- Banco Mundial. (1997). "Perspectivas económicas globales y los países en desarrollo".
- Banco Mundial. (2000). "Perspectivas económicas globales y los países en desarrollo".
- Banco Central del Ecuador. "Datos de Exportación de Palmito del Ecuador" Año 2004.
- BURBANO, Gonzalo. "Términos Usuales en el Comercio Internacional". PUDELECO 1996.
- BURBANO, Jorge. "Presupuestos, enfoque moderno de planeación y control de recursos". Ed. Mc. Graw Hill. Segunda edición. Bogota 1998.
- CALDAS, Marco. "Preparación y Evaluación de Proyectos". Tercera edición. Publicaciones "H". 1997.
- CORPEI. "Cómo exportar" Año 2002.
- EUROCENTRO. "Cómo exportar a la Unión Europea" Año 2002.
- DANIEL, Jhon. "Negocios Internacionales" Año 2000. Octava Edición
- CHAVÉZ, Enrique. "Proyecto de Instalación de una planta de procesamiento de Palmito". Año 1.998.Perú.
- HARGADON, Bernard. "Contabilidad de Costos". Segunda Edición. Colombia 1997.
- Ley de Compañías. Corporación de Estudios y Publicaciones. Año 2003
- Manual de Exportaciones. PUDELECO 2003.
- NUEVOS PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN. CORPEI TOMO I. Año 2002
- REYES, Mario. "El Palmito en el Ecuador". INIAP. Estación Experimental. Año 1998.

**DIRECCIONES DE INTERNET**

- Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- CORPEI [www.corpei.org](http://www.corpei.org)
- Corporación Financiera Nacional [www.cfn.ec](http://www.cfn.ec)
- FEDEXPORT [www.ecuadorfedexpor.org](http://www.ecuadorfedexpor.org)
- Servicio de Información Agropecuaria del  
Ministerio de Agricultura y Ganadería. [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

# ANEXOS

**Anexo # 1**

**Costo de Palmito  
Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad No. porciones</b>	<b>Costo Unitario(*)</b>	<b>Costo Total</b>
2007	648,000	0.18	116,640.00
2008	972,000	0.18	178,459.20
2009	1,296,000	0.19	242,704.51
2010	1,620,000	0.19	309,448.25
2011	1,944,000	0.19	378,764.66
<b>Total</b>	<b>6,480,000</b>		<b>1,226,016.63</b>

Elaboración: El Autor

(\*\*) Cada año la cantidad se incrementará en 324000 porciones

(\*) Cada año el costo unitario se calcula incrementando el 2%

**Costos Sal  
Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad Quintales (**)</b>	<b>Costo Unitario (*)</b>	<b>Costo Total</b>
2006	120.00	14.00	1,680.00
2007	128.00	14.28	1,827.84
2008	136.00	14.57	5,992.00
2009	144.00	14.86	6,417.60
2010	152.00	38.96	5,921.92
<b>Total</b>	<b>680.00</b>		<b>21,839.36</b>

Elaboración: El Autor

(\*\*) Cada año la cantidad se incrementará en 30 quintales

(\*) Cada año el costo unitario se calcula incrementando el 2%

Anexo # 3

**Costo Envase de Vidrio**  
**Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (*)</b>	<b>Costo Total</b>
2007	648,000.00	0.20	129,600.00
2008	972,000.00	0.20	274,200.00
2009	1,296,000.00	0.20	259,200.00
2010	1,620,000.00	0.20	304,200.00
2011	1,944,000.00	0.20	388,800.00
<b>Total</b>	<b>6,480,000.00</b>		<b>1,356,000.00</b>

Elaboración: El Autor

(\*) Cada año la cantidad se incrementará en 324,000 frascos de vidrio.

(\*) Cada año el costo unitario se calcula incrementando el 2%

**Costo Cartón**  
**Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad (**)</b>	<b>Costo Unitario (*)</b>	<b>Costo Total</b>
2007	54,000.00	0.50	27,000.00
2008	81,000.00	0.52	46,461.87
2009	108,000.00	0.53	49,807.08
2010	135,000.00	0.55	73,759.07
2011	162,000.00	0.56	56,747.52
<b>Total</b>	<b>540,000.00</b>		<b>253,775.54</b>

Elaboración: El Autor

(\*\*) Cada año la cantidad se incrementará en 27,000 cartones

(\*) Cada año el costo unitario se calcula incrementando el 3%

**Anexo # 4**

**Costo Cinta de Empaque  
Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad Metros</b>	<b>Costo Unitario (*)</b>	<b>Costo Total</b>
2007	1,350.00	0.08	108.00
2008	2,025.00	0.08	168.48
2009	2,700.00	0.09	233.63
2010	3,375.00	0.09	303.71
2011	4,050.00	0.09	379.03
<b>Total</b>	<b>13,500.00</b>		<b>1,192.85</b>

Elaboración: El Autor

(\*) Cada año la cantidad se incrementará en 675 metros

(\*) Cada año el costo unitario se calcula incrementando el 3%

**Anexo # 5**

**Otros Costos Generales**  
**Expresado en Dòlares**

<b>Rubro</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Energia Elèctrica	150.00	1,800.00
Agua	35.00	420.00
Matenimiento Maquinaria	300.00	3,600.00
Reparaciòn Maquinaria	200.00	2,400.00
Gastos Seguros	150.00	1,211.76
<b>Total</b>		<b>9,431.76</b>

anexo No. 6

**Sueldos, Beneficios y Prestaciones Sociales**  
**Departamento de Administración y Ventas**

No.	Cargo	Sueldo	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Total	Aporte Personal
<b>Administrativo</b>								
1	Gerente	500.00	41.67	13.33	20.83	60.75	636.58	46.75
2	Contador	300.00	25.00	13.33	12.50	36.45	387.28	28.05
3	Secretaria	230.00	19.17	13.33	9.58	27.95	275.10	21.51
4	Conserje	180.00	15.00	13.33	7.50	21.87	225.24	16.83
5	Guardian	200.00	16.67	13.33	8.33	24.30	225.24	18.70
	Sub-total	1,410.00	105.84	66.65	52.91	154.32	1,543.20	118.76
<b>Ventas</b>								
6	Jefe de Come	400.00	33.33	13.33	16.67	48.60	511.93	37.40
7	Bodeguero	250.00	20.83	13.33	10.42	30.38	324.96	23.38
	Sub-total	650.00	45.84	26.66	22.91	66.83	712.24	51.43
	Totales mens	2,060.00	151.68	93.31	75.82	221.15	2,255.44	170.19
	Totales anual	24,720.00	1,820.16	1,119.72	909.84	2,653.80	27,065.28	2,042.28

Gerente

Contador



**Anexo # 7**

**Gastos de Amortización  
Expresado en Dòlares**

<b>Rubro</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de I	1,600.00	320.00
Gastos de C	1,200.00	240.00
<b>Total</b>	<b>2,800.00</b>	<b>560.00</b>

**Anexo # 8**

**Costo Formulario y Documentos**  
**Expresado en dólares**  
**Año 2007**

<b>Documentos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario(*)</b>	<b>Costo Total</b>
F.U.E.	24	0.50	12.00
Certificado d	24	15.00	360.00
Copias	100	0.03	3.00
<b>Total</b>			<b>375.00</b>

Elaboración: El Autor

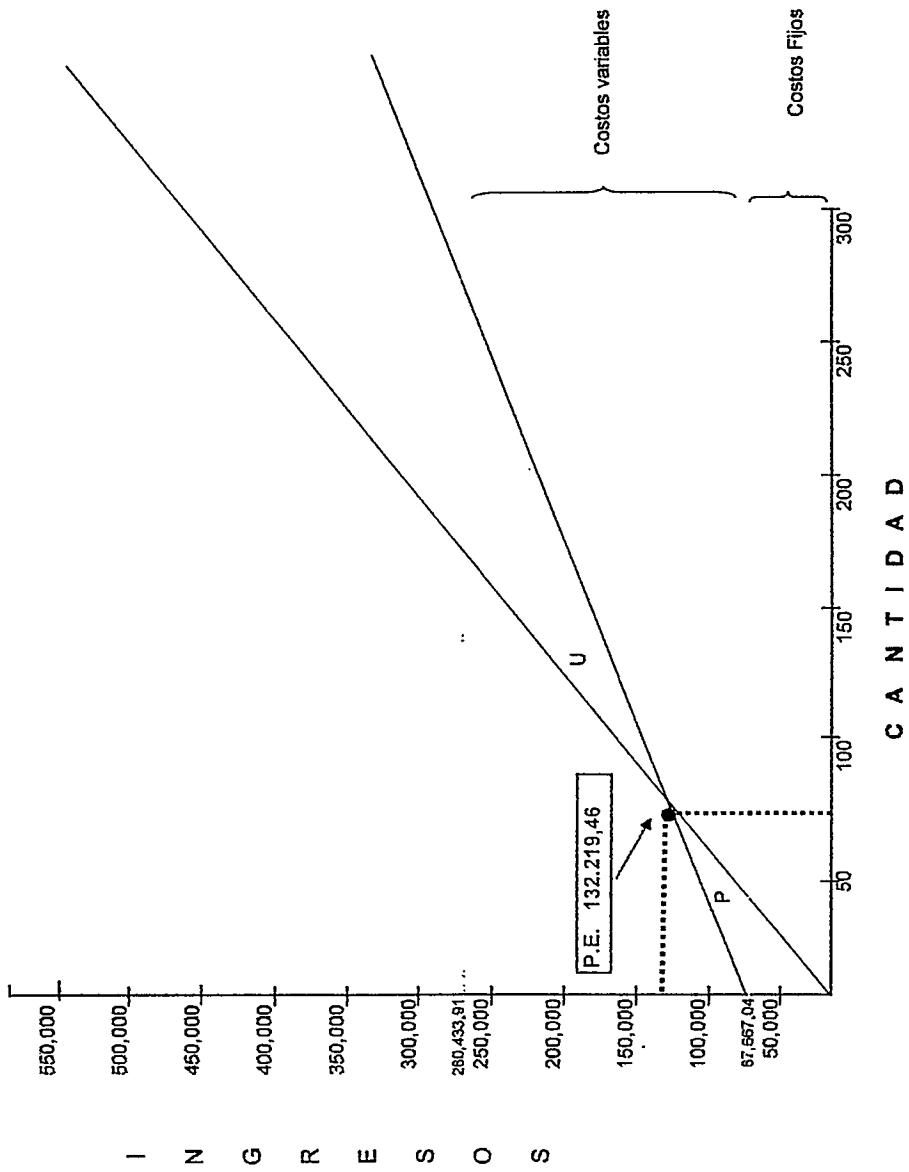
**Anexo # 9**

**Costo CORPEI  
Expresado en dólares**

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Tasa</b>
2006	272,160	533,433.60	800.15
2007	408,240	824,154.91	1,236.23
2008	508,240	1,056,815.96	1,585.22
2009	608,240	1,302,694.93	1,954.04
2010	708,240	1,562,375.50	2,343.56
<b>Total</b>	<b>2,505,120</b>	<b>5,279,474.91</b>	<b>7,919.21</b>

Elaboración: El Autor

### PUNTO DE EQUILIBRIO



I  
N  
G  
R  
E  
S  
O  
S

# ESTADO DE RESULTADO

Ventas Anuales: 1,382,400  
 Costos Directos : 538,125.00  
 Costos Indirectos : 33,000.00  
 Depreciación: 6,601.00

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Ventas Totales	1,382,400	1,520,640	1,718,323	2,010,438	2,412,526	2,895,031	3,474,037	4,168,845	5,002,613	6,003,136	30,587,989
(Costos Directos)	538,125	552,208	595,341	698,022	708,204	786,106	872,578	968,592	1,075,103	1,193,385	7,915,813
Utilidad Bruta	844,275	968,432	1,132,982	1,312,417	1,704,322	2,108,925	2,601,459	3,200,253	3,927,510	4,809,751	22,672,176
(Costos Indirectos)	33,000	35,310	37,752	40,428	43,258	46,284	49,524	52,991	56,700	60,689	455,843
Utilidad Operativa	813,275	933,122	1,095,230	1,331,990	1,681,068	2,062,640	2,551,935	3,147,262	3,870,810	4,749,102	22,216,333
(Depreciación)	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	6,601	66,011
(Gastos Financieros)											0
Utilidad antes Impuestos	806,674	926,521	1,088,629	1,325,389	1,654,467	2,056,039	2,545,334	3,140,661	3,864,209	4,742,501	22,150,322
Impuestos 25%	202,338	324,282	381,010	463,888	579,063	719,514	890,867	1,099,242	1,352,473	1,659,875	7,152,648
UTILIDAD NETA	524,336	602,239	707,619	861,501	1,075,402	1,336,525	1,654,467	2,041,419	2,511,736	3,082,626	14,997,674

Impuestos : 15% reparto de utilidad de trabajadores  
 25% de impuesto a la renta  
 Tasa ponderada entre el 15 y 25  $15 \times 25 / 2 = 0$

# FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Monte de Inversión: 78,000  
 Crédito Bancario  
 Aporte Propio 600,468  
 Ventas anuales 1,382,400  
 Costos Directos 538,125  
 Costos Indirectos 33,000

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Ventas Totales	1,382,400	1,520,640	1,718,323	2,010,438	2,412,526	2,895,031	3,474,037	4,168,845	5,002,613	6,003,136	30,587,989
(Costos Directos)	538,125	552,208	595,341	698,022	708,204	786,106	872,578	968,592	1,075,103	1,193,385	7,915,813
(Costos Indirectos)	33,000	35,310	37,782	40,428	43,258	46,284	49,524	52,991	56,700	60,689	455,843
Flujo Operativo	813,275	933,122	1,095,201	1,331,990	1,681,066	2,062,640	2,551,935	3,147,262	3,870,810	4,749,102	22,216,433
Ingresos No Operativos	600,468	0	0	0	0	0	0	0	0	0	600,468
Crédito Bancario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aporte propio	600,468	0	0	0	0	0	0	0	0	0	600,468
Egresos No operativos	359,338	324,282	391,010	463,888	579,063	719,514	890,867	1,099,242	1,352,473	1,659,875	2,106,577
Inversiones	78,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	78,000
Pago dividendo de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Imparatos	282,338	324,282	381,010	463,888	579,063	719,514	890,867	1,099,242	1,352,473	1,659,875	2,030,577
Flujo No Operativos	242,132	-324,282	-391,010	-463,888	-579,063	-719,514	-890,867	-1,099,242	-1,352,473	-1,659,875	-1,506,109
Flujo Neto	1,055,408	608,839	714,181	868,104	1,082,003	1,343,027	1,681,059	2,048,050	2,518,337	3,089,227	20,710,325
Flujo Acumulado	1,055,408	1,664,247	2,378,428	3,246,542	4,328,545	5,671,572	7,352,640	9,380,690	11,899,027	14,988,254	

# TASA INTERNA DE RETORNO

Inversión inicial 875000 (Se pone el valor de la inversión I, antes del año 1 del flujo, con negativo)  
 Año 1 875000  
 Año 2 608,839  
 Año 3 714,181  
 Año 4 868,104  
 Año 5 1,082,003  
 Año 6 1,343,027  
 Año 7 1,681,059  
 Año 8 2,048,050  
 Año 9 2,518,337  
 Año 10 3,089,227  
 Flujo Neto de cada año -875000 1,055,408 714,181 868,104 1,082,003 1,343,027 1,681,059 2,048,050 2,518,337 3,089,227 3,089,227  
 TIR 4.328.545

Aceptado, porque es mayor que 13% que estoy pagando

VAN, TIR, RELACION BENEFICIO / COSTO

ANO	FACTOR	INGRESOS VENTAS	EGRESOS	FLUJO NETO	INGRESO ACTUALIZADO	EGRESO ACTUALIZADO	FLUJO ACTUALIZADO
0	1.00000000		100,550.00	- 100,550.00	-	100,550.00	- 100,550.00
1	0.91743119	533,433.60	328,100.95	205,332.65	489,388.62	301,010.05	188,378.58
2	0.84167999	824,154.91	334,662.97	489,491.94	693,674.70	281,679.13	411,995.57
3	0.77218348	1,056,815.96	341,356.23	715,459.73	816,055.83	263,589.64	552,466.18
4	0.70842521	1,302,694.93	348,183.35	954,511.58	922,881.93	246,667.87	676,200.07
5	0.64993139	1,562,375.50	355,147.02	1,207,228.48	1,015,436.88	230,821.20	784,615.68
9.0% INTERES		5,279,474.91	1,808,000.52	3,471,474.38	3,937,417.96	1,424,311.87	2,513,106.08

VAN= 2,513,106  
 REL BF/ COSTO= 2.76 %  
 TIR %= 294.0616792%  
 2.9406167916

ORGANIGRAMA DE EMPRESA "DELIPALM" S. A.

