

Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del Carchi sector Maldonado y la

Demanda requerida en España



Lady Carolina Villarreal Terán

Egresada de la carrera de ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi Tulcán. Seminario Taller Perspectivas y políticas administrativas del Comercio Exterior. Primer seminario taller de Aplicación de los incoterms 2000 Regímenes Especiales. Foro Binacional Desarrolla Integración fronteriza y Transporte. /Y Encuentro Binacional/ de Integración fronteriza Colombo-Ecuatoriana. Seminario Taller Bestión taller competencias laborales. Jumada de Comercio Exterior. Jornada Internacional de Comercio Exterior. Jornada de Comercio Exterior. /// Jornada de Comercio Exterior con la temática: "Normativa y Procedimientos Aduaneros.

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional (ECEYNCI)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

lady.villarreal@upec.edu.ec

Resumen

Esta investigación nace con la finalidad de encontrar el mercado más idóneo para la comercialización de la mora de castilla producida en la Provincia del Carchi sector Maldonado, para reducir los problemas de comercialización de esta fruta, analizando la situación actual y a futuro de los productores, facilitando de tal manera incrementar los ingresos económicos y por ende mejorar su calidad de vida.

El estudio realizado permitió determinar las posibilidades comerciales de exportación de mora de castilla hacia Bilbao, conociendo la demanda existente, gustos y preferencias del consumidor, requisitos y documentos de ingreso al mercado, como también la distribución física internacional para poder realizar una evaluación económica y financiera para los productores de la mora, siendo una ventaja ya que el producto a ser exportado es una fruta no tradicional que tiene gran aceptación en los mercados extranjeros por los beneficios que presenta.

Ecuador al ser un país en vías de desarrollo está inmerso dentro del convenio que mantiene la Unión Europea, como es el SGP PLUS ya que facilita la comercialización entre España y Ecuador permitiendo de tal manera fomentar las exportaciones de estos países que forman parte del convenio.

La mora de castilla es una fruta muy apetecida por los consumidores de Bilbao gracias a los beneficios que esta posee en lo que se refiere a la salud, los consumidores de Bilbao siempre buscan obtener en su mesa productos de calidad que no contengan químicos que afecten la salud.

Palabras claves: mora de castilla, exportación, comercialización.

Abstract

This research was founded with the aim of finding the most suitable market for marketing castilla mulberry produced in the Province Carchi Maldonado industry to reduce the problems of marketing of this fruit, analyzing the current situation and future of the producers, facilitating so increase income and thus improve their quality of life.

The study allowed us to determine the commercial potential of castilla mulberry export to Bilbao, meeting existing demand, consumer tastes and preferences, requirements and market entry documents, as well as international physical distribution to economic evaluation and financial for producers mulberry, one advantage since the product to be exported is a nontraditional fruit is very popular in foreign markets for the benefits it presents..

Ecuador to be a developing country is immersed in the covenant that holds the European Union, such as the GSP PLUS as it facilitates trade between Spain and Ecuador so allowing promote exports of these countries that are part of the agreement.

The blackberry is a fruit castile very desired by consumers in Bilbao thanks to the benefits it has in regard to health, consumers in Bilbao always looking to get on their table quality products that do not contain chemicals that affect the health.

Keywords: castilla blackberry, export, marketing.

1.- Introducción

El problema que se pudo identificar en la parroquia de Maldonado es la sobreproducción existente de la mora de castilla, esto se da por el desconocimiento que tienen los productores sobre temas de comercialización siendo una desventaja para ellos ya que el producto se echa a perder y todo el tiempo y dinero invertido para su cosecha se pierde, por ende prefieren dejar de producir.

Por tal motivo se llega a realizar la investigación para conocer la posibilidad de comercializar esta fruta en el mercado de España.

Uno de los aspectos importantes que se considera es el entorno político legal es

Comercio & Negocio N° 3

Dinámica económica de frontera

el acuerdo que mantienen Ecuador y la Unión Europea, Sistema General de Preferencias Plus SGP PLUS hace referencia que los país en vías de

desarrollo se acogen a este acuerdo con el objetivo de las preferencias arancelarias, incentivando a estos países a exportar con la liberación del 100%, este producto a tenido in crecimiento promedio del... en las importaciones.

Para la investigación se recopila toda la información para poder determinar cuál es la demanda insatisfecha en el mercado de Bilbao, tomando aspectos como características del mercado, la oferta existente para poder exportar por parte de la asociación El Edén del sector de Maldonado, para cumplir con los requerimientos del mercado objetivo.

2.- Materiales y Métodos

La investigación se fundamenta en el análisis cualitativo y cuantitativo de la situación interna como externa; cualitativo porque se investigó y analizo el consumo actual del producto, gustos y preferencias del mercado objetivo y en el análisis cuantitativo porque se utilizó datos estadísticos de las cantidades de la oferta y demanda requerida.

También se aplica diferentes tipos de investigación: tales como la investigación documental la cual permitió recoger información para poder sustentar y analizar la presente investigación, otra tipo de investigación es la de campo la que ayudo a realizar un estudio profundo de los aspectos que suceden con los productores como también se recolecto la información de las cantidades de producción de la mora de castilla y se pudo determinar la demanda insatisfecha del mercado de Bilbao España, con la utilización de las herramientas como entrevistas; además se trata de una investigación aplicada ya que los resultados obtenidos incentivan a la realización para mejorar los problemas existentes de los productores El Edén y el mercado objetivo.

Debido al tamaño de la población del mercado de España se decidió realizar una estratificación de la muestra considerando que el grupo de estudio son habitantes de Bilbao especialmente las mujeres en edad de 25 a 54 años de edad.

3.- Resultados y Discusión

Al determinar la situación económica y social de España según el Banco de España (2012), el PIB es de 1409 mil millones, acelerando su caída en un 0,6% lo que llevo a la tasa interanual en este año a retroceder en -1,4% con respecto al año anterior, se puede identificar que a partir del último trimestre del 2010 hay una disminución del nivel de consumo en este país. El PIB per cápita en el año 2012 se situó en 30,400 euros, este indicador usado por los organismos internacionales a la hora de evaluar la prosperidad económica de los países, se contrajo durante el año pasado en 1,2 puntos porcentuales, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2012.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (2012), la inflación ha mostrado un crecimiento, que se ve corroborado con la notable influencia del alza de impuestos (IVA), tasas (universitarias), precios regulados (tarifa eléctrica) y otras decisiones del Gobierno (menos subvención a fármacos) que se establecen en una economía en recesión. Este indicador macroeconómico es una prueba de la notable pérdida del poder adquisitivo que sufren los ciudadanos de este país, debido a que si el costo de la vida aumento en un 2,4% en 2012, la subida salarial apenas llegó al 1,3%.

Con la realización del estudio de mercado se conoció sobre los gustos y preferencias del consumidor, la aceptación que tienen a productos naturales, esto se debe al cuidado que ponen en su salud y porque prefieren llevar a su mesa alimentos sanos; Según el Ingeniero Agrónomo Carlos Bastidas, 2013 para la plantación de la mora no se necesita de químicos para su producción solo del buen manejo de cosecha, esto es una ventaja para los productores ya que se estaría cumpliendo con las exigencias requeridas del consumidor.

Mediante la investigación se pudo determinar que el acuerdo existente entre la Unión Europea y Ecuador beneficia a los países subdesarrollados en la liberación del 100% de aranceles incentivando a estos países para do a estos países para que realicen las exportaciones de productos no tradicionales. La asociación el Edén está integrada por 70 productores de mora de castilla de diferentes sectores de Maldonado (Véase Tabla N° 7, Anexo 1).

Tabla N° 1

Producción de mora de castilla en Maldonado

N° de productores de mora	Producción anual TN	Producción exportable TN
70	96033.6	48016,8

Mediante la investigación realizada se pudo determinar que la Asociación el Edén cuenta con una producción de la mora de 2000.7 kilos semanales dando como resultado 96033,6 toneladas al año, para llegar a satisfacer la demanda insatisfecha. Según la productora Rosario Erazo (2013), la disponibilidad de mora es del 50% para enviar a España ya que tienen que satisfacer el consumo local. En la tabla N° 2 se puede palpar que el porcentaje a cubrir es del 18% cada año esto se da por que la producción de la mora de castilla es constante.

Tabla N° 2

Demanda efectiva del proyecto

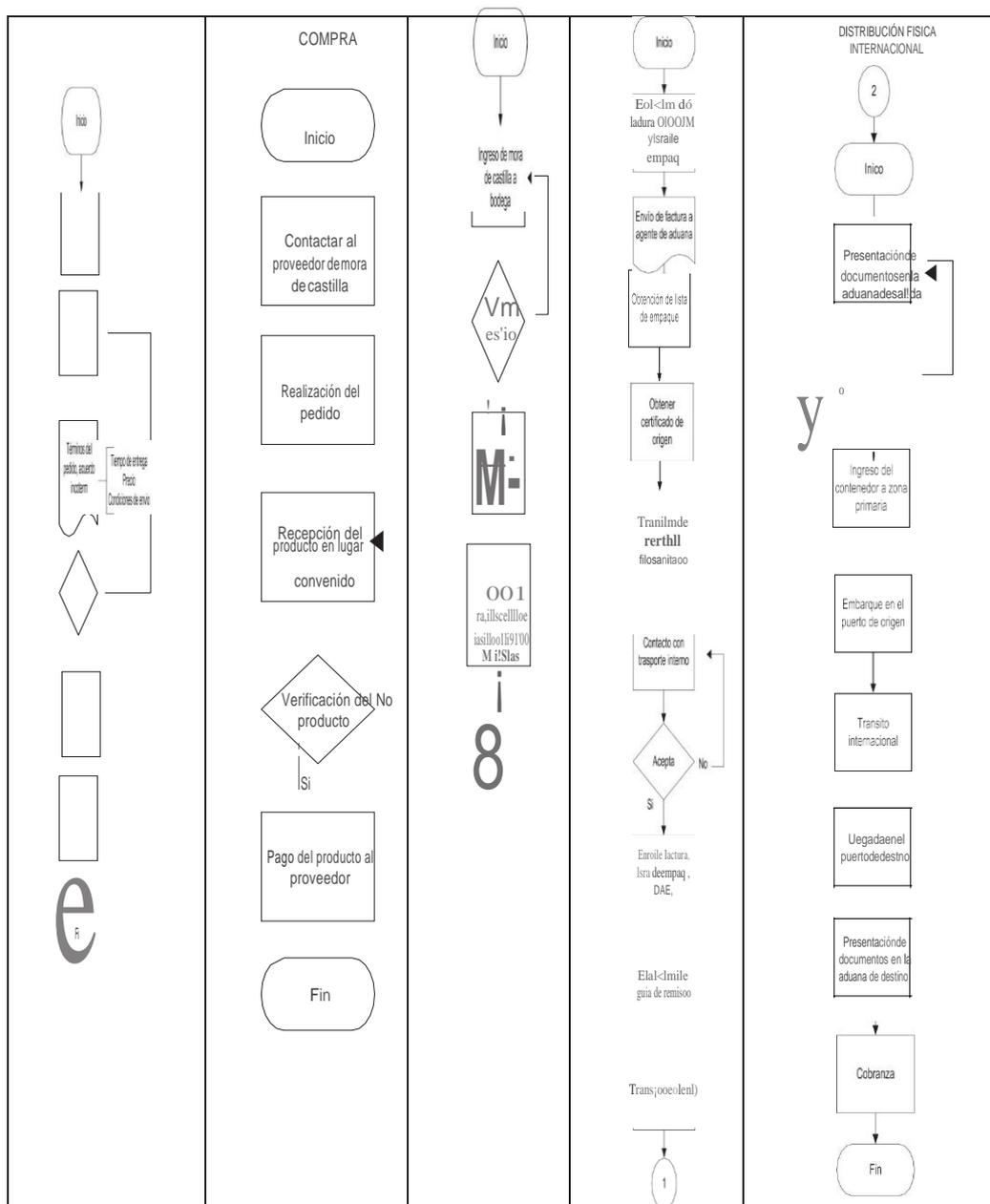
Año	Demanda insatisfecha (KG)	Oferta exportable (KG)	Demanda efectiv
2013	261709	48000	18%
2014	262081	48000	18%
2015	262691	48000	18%
2016	263704	48000	18%
2017	265397	48000	18%

3.1- Aspectos Generales:

Procesos: Los procesos que se deben llevar a cabo para la comercialización son:

Gráfico N° 1

Flujogramas de procesos



3.3 Aspectos Logísticos:

Comercio & Negocio N° 3

Dinámica económica de frontera

Para el envío de mora de castilla ingresara al mercado objetivo bajo las siguientes características:

**Tabla N° 3 Información
básica del producto**

POSICION ARANCELARIA	DETALLE	ADVALOREM	LIBERACION	OTROS TRIBUTOS	DOCUMENTO DE SOPORTE
08112059	Zarzamoras, moras, mora-:frambuesa	12%	100%	IVA 21%	Certificado de Origen hbera el 100% del gravamen a países que se benefician del SGPPLUS

Los embarques se van a realizar mensualmente en canastas que contienen 12 canastillas de 250 gramos dando un total de 3999 kilos en contenedor refrigerado, el medio de transporte a utilizar es el Aéreo debido al tiempo que se demora y tomando en cuenta que el producto es perecible, el termino de negociación es DAT (entrega en el puerto de destino) con un costo de 20059,6 por embarque.

3.3.- Aspectos Financieros

Para el desarrollo de la presente investigación se necesita una inversión total de 1 05.674,00 dólares de los cuales el 60% es de capital propio del los productores de mora de castilla, el cual se encuentra invertido en la plantación de la mora y de los cuidados que esta necesita como también se encuentra los valores de el envase ya que el producto lo entregan en canastillas de 250 gramos, y el 40% restante será financiado a través del Banco Nacional de Fomento, este valor servirá para la implementación de la oficina y para los tramites a realizar para la exportación de la mora de castilla.

**Tabla N° 4
Inversión Inicial**

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	5.305
Capital de Operación	100.369
Gastos de Constitución	0
Total Inversión Inicial	105.674
Capital Propio 60%	63.404
Capital Ajeno 40%	42.270

Fuente: InvBsti aci án dB Cailljo
Elaboradopor: Lady Villarmal

Mediante el estudio realizado se puedo determinar que los resultados para realizar

Comercio & Negocio N° 3

Dinámica económica de frontera

la exportación es factible ya que se logra un punto de equilibrio en el primer año se obtiene con la venta de 17.468 kilos a un precio de 7,68 dólares con una utilidad del 20% por cada unidad vendida, siendo un precio muy

competitivo con los precios del mercado objetivo ya que la mora por kilo esta en 11,37 dólares.

Resultados Flujo de Efectivo VAN y TIR:

Tabla N° 5

Van y Tir

VAN	102.047,27
TIR	32,77%

Con el estudio realizado es aceptable ya que arroja un Valor Actual Neto es positivo, y la Tasa interna de Retorno es mayor a la tasa de descuento existiendo una relación costo/ beneficio mayor a 1.

Bibliografía

- Banco de España (2012). Indicadores económicos, estadísticas de comercio exterior en www.bde.es
- Bastidas, Carlos. (2013). Ingeniero Agrónomo, Plantación y mantenimiento de la mora de castilla en la parroquia de Maldonado. Entrevista archivo personal.
- Central Intelligence Agency,(CIA), (2012). Indicadores Colombia en <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
- Erazo, Rosario (2013). Disponibilidad de la mora para exportar. Documento personal.
- European Commision. (2013). Reglamentos para el ingreso de productos extranjeros en <http://ec.europa.eu>
- Food and Agriculture Organization FAO (2012) Estadísticas de producción de mora de castilla en España en www.fao.org/countryprofiles
- García, Jaime (2013), Secretario de Comercio de España, situación actual de balanza comercial de España.
- Gobierno Provincial del Carchi (2011), Carchi estadístico en www.carchi.gob.ec
- Instituto Nacional de Estadísticas INE, (2012). Estadísticas económicas de España en www.ine.es/
- Jiménez, Luis. (2012). Estadísticas de producción de la mora de castilla en la Parroquia e Maldonado. Entrevista archivo personal.

Anexo 1**Tabla N° 7 Lista de productores**

ITEM	NOMBRE	SECTOR	ITEM	NOMBRE	SECTOR
	ELINA RUANO	CHILMA ALTO	36	MARIA QUINCHOA	CHILMA ALTO
2	ANITA CHALAPUD	CHILMA BAJO	37	ROSARIO ERAZO	CHILMA BAJO
3	DAYRA CHALAPUD	CHILMA BAJO	38	GERARDO MUEPAZ	SANTA MARIA
4	ESTHELA ESCOBAR	CHILMA BAJO	39	MAGADLENA MUEPAZ	SANTA MARIA
5	VLADIMIR CHALAPUD	CHILMA BAJO	40	JOSE MIGUEL TATAMUES	SANTA MARIA
6	SILVIA CASTRO	CHILMA BAJO	41	LUIS ALBERTO MUEPAZ	SANTA MARIA
7	ELISA QUENDI	CHILMA BAJO	42	LUIS HUMBERTO TATAMUES	SANTA MARIA
8	EDISON CADENA	CHILMA BAJO	43	WILMER CHILES	CHILMA BAJO
9	MIGUEL CADENA CANDO	CHILMA BAJO	44	JORGE RUANO	CHILMA BAJO
10	MIGUEL CADENA	CHILMA BAJO	45	JAIME MUEPAZ	PUENTE PALO
11	WILSON CADENA	CHILMA BAJO	46	FABIO MUEPAZ	PUENTE PALO
12	ALICIA RUANO	CHILMA BAJO	47	ROMAN MUEPAZ	PUENTE PALO
13	BENTURA RUANO	CHILMA BAJO	48	GERARDO YANDUN	CHILMA BAJO
14	PEDRO CASTRO	CHILMA BAJO	49	ROBERTO CASTRO	CHILMA BAJO
15	ELSAQUENDI	CHILMA BAJO	50	ASENCIO MUEPAZ	SANTA MARIA
16	ELCIRA RUANO	CHILMA BAJO	51	MARINA IPIAL	SANTA MARIA
17	JOSE MALTE	CHILMA ALTO	52	HECTOR IPIAL	SANTA MARIA
18	DARWIN MALTE	CHILMA ALTO	53	JOSE IPIAL	SANTA MARIA
19	FAUSTO MALTE	CHILMA ALTO	54	MAURICIO IPIAL	SANTA MARIA
20	ROLANDO MALTE	CHILMA ALTO	55	LUZAREVALO	CHILMA ALTO
21	OSWALDO PUETATE	CHILMA ALTO	56	OLGA MALTE	SANTA MARIA
22	MIGUEL A PAGUAY	CHILMA ALTO	57	CRUZ MALTE	SANTA MARIA
23	MAURICIO MALTE	CHILMA ALTO	58	EDWIN FERNANDO MALTE	SANTA MARIA
24	JESUS CASTRO	CHILMA BAJO	59	MARIA ELENA MUEPAZ	SANTA MARIA
25	ENRIQUE TEPUD	CHILMA ALTO	60	DANIEL GUEL PASCAL	CHILMA ALTO
26	LIGIA RUANO	CHILMA ALTO	61	MARIA ZOILA GUEL	BELLAVISTA
27	OSWALDO PAGUAY	CHILMA ALTO	62	JUAN ORLANDO PASPUEL	BELLAVISTA
28	JAIME MALTE	CHILMA ALTO	63	ALICIA PASPUEL	BELLAVISTA
29	ALEX LOPEZ	CHILMA ALTO	64	FABIAN CHALAPUD	CHILMA BAJO
30	JOSE LOPEZ	CHILMA ALTO	65	CARMEN CHALAPUD	CHILMA BAJO
31	FABIAN MALTE	BELLAVISTA	66	GERMAN FIGUEROA	EL PLATA
32	JOSE RAMIREZ	BELLAVISTA	67	JULIO CHAMBA	CHILMA BAJO
33	OMAR ERAZO	CHILMA ALTO	68	MIRIAM CADENA	CHILMA BAJO
34	BAIRON MALTE	BELLAVISTA	69	MARIA ELISA MUEPAZ	SANTA MARIA
35	GERARDO MALTE	BELLAVISTA	70	GLADIS ANGELICA IPIAL	SANTA MARIA

Comercio & Negocio N° 3

Dinámica económica de frontera

Fuente: Ing. Luis Jiménez (Gobernador Provincial del Carchi) Elaborado por: Lady Villarral

