



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



INSTITUTO DE POSTGRADOS

PROGRAMA DE MAestrÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**PLAN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FRÉJOL
PRODUCIDO EN EL SECTOR DEL VALLE DEL CHOTA Y PIMAMPIRO HACIA EL
MERCADO COLOMBIANO**

Trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en
Administración de Negocios.

Autor: Ing. Esteban Yépez Gudiño

Tutor: Dr. CPA Eduardo Lara V. Msc.

Diciembre 2011

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Grado, titulado: Plan para la Comercialización y Exportación de Fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, hacia el mercado Colombiano, presentado por el señor Ing. Esteban Augusto Yépez Gudiño, para optar por el Grado de Magíster en Administración de Negocios, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación privada y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los seis días del mes de diciembre del 2011

.....
Dr. CPA Eduardo Lara V. Msc.

C.I. 100074831-7

**PLAN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FRÉJOL
PRODUCIDO EN EL SECTOR DEL VALLE DEL CHOTA Y PIMAMPIRO HACIA
EL MERCADO COLOMBIANO.**

Por: Esteban Yépez Gudiño

Trabajo de Maestría aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte,
por el siguiente jurado, a los seis días del mes de diciembre de 2011.

Ing. Cecilia Montufar C. Msc.

C.I.-----

Econ. Manuel Corrales R. Msc.

C.I. -----

Ing. Cesar Pinto A. Msc.

C.I. -----

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios y a mi Familia.

A mis padres y hermano, quienes con su ejemplo impecable supieron guiarme por el camino del bien y gracias a su esfuerzo he llegado a realizar uno de los anhelos más grandes de la vida fruto del inmenso apoyo, amor y confianza que en mi se depositó.

Dedico este trabajo especialmente a Mayte, por su apoyo incondicional, por su comprensión y por su gran amor.

El Autor

RECONOCIMIENTO

Un especial agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, al Ilustrado Dr. Mario Montenegro Director del Instituto de Postgrados, al Dr. Eduardo Lara por su apoyo incondicional y sincero en la dirección y tutoría del presente trabajo de Investigación.

De igual forma un reconocimiento especial a todas las personas que directa e indirectamente participaron en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro, un reconocimiento de admiración y agradecimiento especial.

Esteban Yépez

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
Portada	I
Aprobación del Tutor	II
Aprobación del Jurado Examinador	III
Dedicatoria	IV
Reconocimiento	V
Índice General	VI
Índice de Gráficos, Figuras y Cuadros	X
Listado de Siglas	XII
Resumen Ejecutivo	XIV
Summary	XV
Introducción	XVI

CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Contextualización del problema	01
1.1.1 Antecedentes	01
1.1.2 Situación Actual del Problema	05
1.1.3 Proyección del Problema	06
1.2 Planteamiento del Problema	07
1.2.1 Formulación del Problema	08
1.3 Objetivos de la Investigación	09
1.3.1 Objetivo General	09
1.3.2 Objetivos Específicos	09
1.4 Preguntas de Investigación	10
1.5 Justificación e Importancia	11
1.6 Viabilidad	13

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	PÁG.
2.1 El Fréjol	15
2.1.1 Origen	15
2.1.2 Requerimientos básicos para la producción del fréjol	16
2.2 La Organización	16
2.2.1 Antecedente	16
2.2.2 Ámbito Legal Organizativo	17
2.2.3 Economía Popular y Solidaria	18
2.2.4 De las formas de organización en la economía popular y solidaria	18
2.2.4.1 Persona Jurídica	18
2.2.4.2 Sector Asociativo	19
2.2.4.3 Sector Cooperativo	19
2. 3. Producción.	22
2.4 Costos	22
2.5 Mercado	22
2.5.1 Clases de mercados	23
2.6 Canales de Comercialización	23
2.6.1 Número de niveles de canal de comercialización	24
2.7 Almacenamiento	25
2.8 Centros de acopio	25
2.9 Comercio Internacional	26
2.9.1 Operaciones de Comercio Internacional	26
2.9.2 Instrumentos de fomento a la Exportación	27
2.9.2.1 Comerciales	27
2.9.2.2 Financieras	27
2.2.9.3 Fiscales	27
2.10 Procedimientos para la exportación a consumo	28
2.10.1 Aduana	28

2.10.2 La Exportación a consumo	28
2.10.3 Declaración de Exportación	28
2.10.4 Documentos a presentar	28
2.10.5 Trámite	29
2.10.5.1 Fase de Pre-embarque	29
2.10.5.2 Fase Post-Embarque	30
2.10.6 Agente Afianzado de Aduana	32
2.11 Incoterms	32
2.12 Certificaciones	35
2.12.1 Certificados de Origen	35
2.12.2 Permisos Fitosanitarios	37
2.12.3 Certificados de Calidad	37
2.12.4 Certificados orgánicos	37
2.12.4.1 Certificación orgánica nacional	37
2.13 Transporte Internacional	38
2.13.1 Carta Porte Internacional por Carretera (CPIC)	38
2.14 Factura Comercial	39
2.15 Envase y Embalajes	40
2.15.1 Envase	40
2.15.2 Embalaje	40
2.15.3 Contenedores	40
2.16 Medios de Pago y cobro en el Comercio Internacional	41
2.17 Seguro a las exportaciones	42
2.18 Balanza Comercial	43
2.19 Arancel	43

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipos de Investigación	44
3.2 Diseño de la Investigación	44
3.3 Variables	45

3.4 Operacionalización de las Variable	46
3.5 Población y Muestra	49
3.6 Métodos, Técnicas e Instrumentos	49
3.7 Procedimientos Diagnóstico	52
3.8 Procedimientos Solución	52
3.9 Valor Práctico	53

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Descripción	54
4.2 Interpretación y Discusión de Resultados	55
4.3 Discusión del resultado de investigación	78
4.4 Contrastación de Preguntas de Investigación con los Resultados	81

CAPÍTULO V PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5.1 Antecedentes	87
5.2 Justificación	89
5.3 Base teórica de la propuesta	90
5.4 Objetivos	90
5.5 Descripción de la propuesta	91
5.6 Beneficiarios	91
5.7 Diseño Técnico de la propuesta	92
5.8 Diseño Administrativo de la Propuesta	111
5.9 Determinación de Impactos	138
5.9.1 Nivel de Impacto	138
5.9.2 Impacto Económico	139
5.9.3 Impacto Social	140
5.9.4 Impacto Empresarial	141
5.9.5 Impacto Educativo	142
5.10 Validación de la Propuesta	144
5.11 Contrastación de las Preguntas de Investigación con la Validación de la Propuesta.	146

Conclusiones y Recomendaciones	148
Bibliografía	152
Anexos	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS, FIGURAS Y CUADROS

GRÁFICOS	Pág.
1 Variedad de producción de fréjol	55
2 Tiempo como Productor de fréjol	56
3 Tiempo que se demora sembrar y cosechar el fréjol	57
4 Periodo producción del fréjol	58
5 Área destinada a la producción de fréjol	59
6 Rendimiento Promedio por hectárea de la producción de fréjol	60
7 Técnicas utilizadas para la producción de fréjol	61
8 Manos de Obra en el proceso de producción	62
9 Periodo del año en el cual existe más demanda de fréjol	63
10 Precio de Venta del fréjol desde el productor	64
11 Imposición de precios para la venta del fréjol	65
12 Financiamiento de la producción de Fréjol	66
13 Destino de la producción de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro	68
14 Lugares en donde se vende la producción del fréjol	69
15 Canales de comercialización del fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro.	70
16 Destino internacional de la producción de fréjol	
17 Formas de comercialización utilizada por los productores	71
18 Certificaciones orgánicas para la producción del fréjol del Valle del Chota y Pimampiro.	72
19 Organización y asociatividad de los productores del fréjol del Valle del Chota y Pimampiro.	73
20 Envases y embalajes utilizados para el fréjol.	74
21 Utilización de sistemas de control contable para las compras y ventas	75
	76

22 Decisión de Exportar el fréjol producido en el Valle del Chota y Pimampiro.	77 99
23 Evolución de las importaciones mundiales de fréjol	
24 Evolución de las exportaciones mundiales de fréjol	101

FIGURAS	PÁG.
1. Figura 1 Ubicación Geográfica del Valle de Chota y Pimampiro	02
2. Figura 2 Procedimiento para la Exportación	31
3. Figura 3 Incoterms	35
4. Figura 4 Macrolocalización	111
5. Figura 5 Microlocalización	112
6. Figura 6 Organigrama Estructural Centro de Acopio	114
7. Figura 7 Diagrama del Proceso de Acopio	120
8. Figura 8 Planta Baja Centro de Acopio	122
9. Figura 9 Planta Alta Centro de Acopio	123

CUADROS

1 Operacionalización de la Variable Problema	46
2 Operacionalización de la Variable Solución	48
3 Exportaciones ecuatorianas de fréjol	96
4 Partida Arancelaria del fréjol	97
5 Principal destino de las Exportaciones de fréjol Ecuatoriano	97
6 Principales Mercados Importadores del fréjol producido en el Ecuador.	98

7	Análisis de los principales países importadores de fréjol	100
8	Análisis Principales países exportadores de fréjol	102
9	Arancel promedio para la partida correspondiente al fréjol	105
10	Acuerdos comerciales para la partida arancelaria correspondiente al fréjol	106
11	Equipamiento	124
12	Terreno	125
13	Infraestructura	125
14	Equipo de bodega	126
15	Equipo de oficina	126
16	Equipo de computación	126
17	Gastos operativos	127
18	Muebles y enseres	127
19	Equipo de oficina	127
20	Gastos Constitución	128
21	Cuadro de Depreciación	128
22	Resumen total de la inversión	128
23	Costo de pagos	129
24	Fuentes de financiamiento	129
25	Amortización de la deuda	130
26	Amortización anual	130
27	Amortización trimestral	131
28	Ventas pronosticadas	131
29	Variables financieras	132
30	Estado de resultados	133
31	Flujo de caja	134
32	Costo de oportunidad	135
33	Valor actual neto	135
34	Tasa interna de retorno	136
35	Periodo recuperación de la inversión	136

LISTA DE SIGLAS

ALCA: Área de Libre Comercio de las Américas
ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración
BhMB: zona de vida bosque húmedo Montano Bajo
BNF: Banco Nacional de Fomento
BsMb: bosque seco Montano Bajo
CAN: Comunidad Andina de Naciones
CARICOM: Comunidad del Caribe
COMEXI: Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones
CORPEI: Corporación para la promoción de Exportaciones e Inversión
CORPECUADOR: Corporación Ejecutiva para la reconstrucción de las Zonas Afectadas por el fenómeno del niño.
CPIC: Carta Porte Internacional por Carretera
COVCAVIC Consorcio de Asociaciones artesanales de producción de bienes agrícolas y pecuarios del valle de Imbabura y Carchi.
DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia
DAU: Declaración Aduanera de Exportación
EeMB: zonas de vida estepa espinosa Montano Bajo
FOB: Free on Board
ICA: Instituto Colombiano Agropecuario
IERAC: Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización
INEN: Instituto Ecuatoriano de Normalización
INIAP: Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria
IPC: Índice de posición Competitiva
Km: Kilómetros
MERCOSUR: Mercado Común del Sur
MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social
PROEXPORT: promoción de Turismo, Inversión y Exportación
RUC: Registro Único de Contribuyentes
SAI: Sistema Andino de Integración
SENAE: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
SICA: Sistema de Información y Censo Agropecuario Banco Mundial

SICE: Sistema Interactivo de Comercio Exterior

SRI: Servicio de Rentas Internas.

TM80: Tratado de Montevideo de 1980

UCICMA: Unión de comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta

UPAS: Unidades Productivas

PLAN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FRÉJOL PRODUCIDO EN EL VALLE DEL CHOTA Y PIMAMPIRO HACIA EL MERCADO COLOMBIANO.

Autor: Esteban Yépez Gudíño

Tutor: Dr. Eduardo Lara

Año: 2011

RESUMEN EJECUTIVO

En algunos países el fréjol representa un alimento básico en su dieta diaria; en otros, es un acompañante de los alimentos y en algunos más es utilizado como parte del proceso industrial. En el Ecuador, principalmente en la región sierra norte, las leguminosas son componentes muy importantes de los sistemas de producción, ya que son cultivadas en asociación, intercaladas, en monocultivos o en rotación con otros cultivos; por tal motivo juega un papel muy importante en el manejo sostenible de la agricultura y la alimentación, por lo que genera empleo, alimento e ingresos económicos a pequeños, medianos y grandes agricultores, que tratan de satisfacer la demanda interna y externa. Este producto es componente principal en la dieta alimenticia de la población por lo tanto su demanda a nivel mundial es muy grande. Es así que desde hace muchos años la producción del fréjol del Valle del Chota y Pimampiro ha constituido una de la principal fuentes de ingreso para los habitantes de esta zona, así como también la principal actividad agrícola. Para el desarrollo del presente trabajo se realizó el marco referencial y posteriormente se estructuró un estudio teórico referente al objeto de la investigación con la finalidad de contrastar la teoría base con los resultados de la investigación. Los principales resultados de la investigación evidencian las debilidades existentes en los sistemas de comercialización configurando sistemas de acopio tradicionales manejados por intermediarios locales quienes mantienen sus márgenes netos de utilidad y que en su mayoría dependen de canales de comercialización colombianos. Situación que incrementa el riesgo económico de las familias campesinas por la alta vulnerabilidad en las condiciones sociales, políticas y económicas en la frontera norte, además que el campesino tienen poca capacidad de negociación e incidencia en la definición del precio en finca. Por tal motivo en la actualidad se ha visto imperiosa la necesidad de elaborar un plan para la comercialización y exportación directa del fréjol producido en estas zonas de tal forma que se beneficien los productores y la comunidad.

PLAN FOR MARKETING AND EXPORT OF BEANS PRODUCED IN CHOTA VALLEY AND PIMAMPIRO TO THE COLOMBIAN MARKET

Author: Esteban Yépez Gudiño

Tutor: Dr. Eduardo Lara

Year: 2011

Executive Summary

In some countries, the bean is a staple in their diet, in others it is a companion to food and some more is used as part of industrial process. In Ecuador, mainly in the northern highlands, legumes are very important components of production systems, since they are grown in association interspersed in monoculture or in rotation with other crops for that reason plays an important role in sustainable agriculture and feeding, so it generates employment food and income to small, medium and large farmers, trying to satisfy internal and external demand. This product is a major component in the diet of the population for this reason, their global demand is really high.

Thus, for many years, the production of beans in Chota Valley and Pimampiro has been a major source of income for the inhabitants of this area, as well as the main agricultural activity. For the development of this work was done the frame of reference and then structured a theoretical study concerning the subject of research in order to test the theory based on the results of research. The main research results shows weaknesses in marketing systems and in traditional collection systems operated by local intermediaries who keep their profit margins and net that most depends on marketing channels in Colombia. This situation increases the economic risk of farming families by the vulnerability in the social, political and economic conditions in the northern border, the farmer also have little bargaining power and influence in the definition of farm gate price.

Therefore at present has been an urgent need to develop a plan for marketing and export of beans produced directly in these areas so as to benefit producers and the community.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, hacia el mercado colombiano”, ha sido metodológicamente desarrollado y estructurado en cinco capítulos.

El primer capítulo denominado Problema de Investigación, contiene los antecedentes y la situación actual del problema, el planteamiento de problema, los objetivos de Investigación, generales y específicos, la justificación y la viabilidad técnica, operativa, política, financiera y legal de la presente investigación.

El segundo capítulo denominado Marco Teórico, contiene conceptos y principios analizados en temáticas referentes a las generalidades e importancias del fréjol, procedimientos y estándares para su comercialización y exportación, empaques requeridos para la exportación, medios de transporte, medios de cobro internacional, Incoterms, centros de acopio, así como la conformación de asociaciones y personerías jurídicas.

En el tercer capítulo correspondiente a la Metodología, contiene el tipo y diseño de la investigación, los métodos, técnicas e Instrumentos de investigación, la población y el cálculo de la muestra, las variables de solución y problema, la operacionalización de las variables con una matriz la cual contiene la definición operativa, dimensiones, indicadores y los índices de medición, además del valor práctico, lo que nos permitió estructurar y recopilar información para su aplicación en la presente investigación.

El cuarto capítulo, correspondiente al análisis de resultados, contiene la interpretación y discusión de resultados de la encuesta aplicada a 97 productores de fréjol del sector del Valle del Chota y Pimampiro de un universo de 130 productores, que tiene hasta cinco hectáreas, la cual a través de la discusión de

resultados y la contrastación de las preguntas de investigación con los resultados; nos permitió estructurar y fundamentar la propuesta para la implementación de un centro de acopio de fréjol para su exportación.

El quinto y último capítulo de la Propuesta de Investigación, contiene la justificación, base teórica, objetivos y descripción de la propuesta. De la cual se desprenden el diseño técnico y administrativo en donde evaluamos criterios técnicos de las exportaciones como la evaluación de la balanza comercial del fréjol con el vecino país de Colombia lugar de exportación para la propuesta, la determinación de la estructura organizacional, sus funciones, el flujograma de procesos, una evaluación económica y financiera, la determinación de impactos, la validación de la propuesta con los beneficiarios y la contrastación de las preguntas de investigación con la validación de la propuesta.

En la parte final de este trabajo se muestran las conclusiones y recomendaciones que han sido resultado de la investigación realizada, mostrando de esta forma que la propuesta es sostenible y sustentable, la cual servirá de base para los procesos de comercialización del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro.

Además se encuentra la parte de anexos la cual muestra documentos que han sido recopilados a lo largo de todo el proceso de investigación.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Contextualización del Problema

1.1.1 Antecedentes

Los afro ecuatorianos asentados en el espacio denominado Valle del Chota y cuenca del río Mira, se sitúan geográficamente en las provincias de Imbabura y Carchi, región caracterizada por ser un asentamiento histórico del pueblo afro descendiente y cuyo asentamiento está ligado a las haciendas coloniales que concentraron importante población esclavizada.

En el valle del Chota, la presencia de los descendientes de africanos luego de Esmeraldas, fue mucho más importante que en cualquier otra parte del Ecuador; en el periodo de la transición de las plantaciones de algodón a las haciendas azucareras, se dan importantes introducciones de esclavizados a esta fértil región del norte ecuatoriano.

Durante el siglo XVII, luego de la disminución de la población indígena con los sistemas de explotación de la encomienda, los Jesuitas buscan importar esclavos en gran cantidad, la cual fue tan intensa, que según cálculos hechos en 1780, 13 años luego de la expulsión de los Jesuitas del Ecuador, en esta región habían al menos 2615 esclavos de todas las edades.

Esta situación de trata negrera, solo comenzó a disminuir luego de la libertad de vientres decretada en 1821 por el Congreso de la Gran Colombia, siendo abolido totalmente el sistema en 1851.

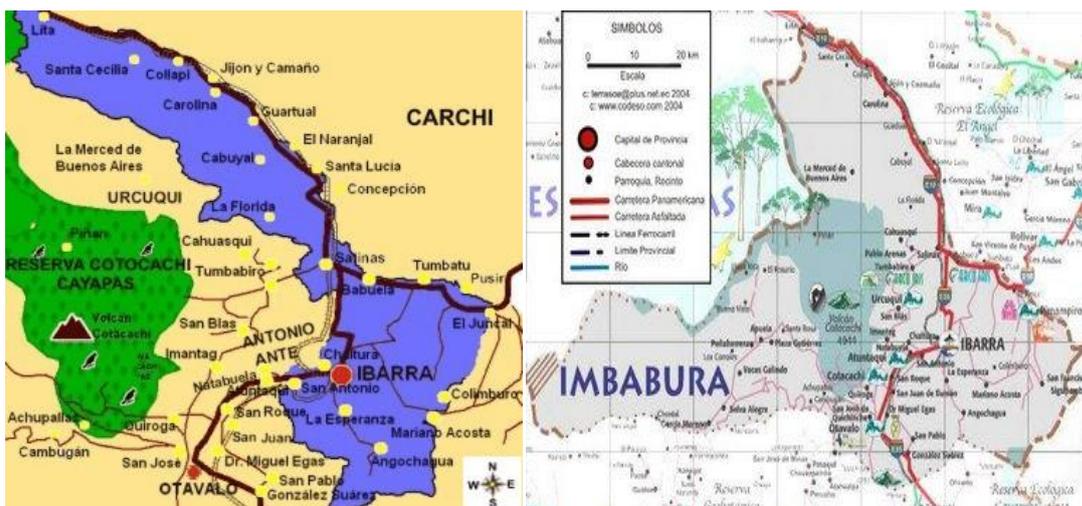
Luego de abolido el sistema esclavista, los afro ecuatorianos quedan sin tierra y sin alternativa distinta que continuar al servicio de su antiguo amo y dueño de las haciendas, quien les empleaba como peones con salarios de miseria

y les arrendaba porciones de tierras a cambio de varios días de jornal completamente gratis. Con la instauración del concertaje y del huasipungo, los peones afro descendientes se sometieron a nuevas formas de explotación recubierta por un proceso de formación de campesinos que duraría hasta la Reforma Agraria promulgada en 1964.

Este Valle se encuentra localizado en el límite entre las provincias de Carchi e Imbabura en la sierra norte, su nombre se debe al río Chota, el más caudaloso que lo atraviesa; entre las coordenadas geográficas: Latitud Norte 00 10' - 00 40' y Longitud Oeste 770 30' - 780 30'.

En adelante, la zona productora de fréjol se denominará el Valle del Chota y Pimampiro. Administrativamente pertenece a las provincias de Imbabura y Carchi, diversos cantones y parroquias, lo cual dificulta la relación de la capital de la provincia con los poblados. Así las zonas de la margen norte del Valle del Chota pertenecen al cantón Bolívar, las de la margen oriental de la cuenca del Mira pertenecen al cantón Mira, ambas de la provincia del Carchi. La margen sur del río Chota y la cuenca occidental del Mira pertenecen al cantón Ibarra de la Provincia de Imbabura.

Figura 1 Ubicación Geográfica del Valle de Chota y Pimampiro



Fuente: Municipio de Ibarra

El clima en el Valle del Chota y Pimampiro es cálido seco, con una temperatura media anual de 19,50 °C, con mínimas variaciones durante el año. La humedad relativa media anual es del 80%.

Los vientos fuertes se presentan durante todo el año, especialmente en los meses de julio y octubre. La distribución de lluvias en el área frejolera es estacional, no muy bien definida, se observan las mayores precipitaciones entre los meses de octubre y mayo; la época seca se presenta entre los meses de Junio y Agosto; sin embargo, el nivel de precipitación depende de la distancia del centro de la cuenca, por ejemplo: Mira se encuentra a 8,5 Km. y tiene una precipitación promedio de 632 mm, mientras que Ambuquí se localiza a 5 km. con 480 mm. Al interior del Valle el aire es cálido seco, requiriéndose de riegos frecuentes para el desarrollo de los cultivos a pesar de encontrarse rodeado de grandes macizos.

El área frejolera del Valle del Chota se ubica en las zonas de vida estepa espinosa Montano Bajo (eeMB) y bosque seco Montano Bajo (bsMb), que va desde 1300 m hasta 2400 m, distribuida a lo largo de las cuencas de los ríos Chota y Mira; comprende las parroquias: Ambuquí, Los Andes, San Rafael, San Vicente de Pusir, Mira, La Concepción; además la zona de vida bosque húmedo Montano Bajo (bhMB) para las parroquias Juan Montalvo y San Isidro que va desde 2000 hasta 3000 m.

En el Valle del Chota el fréjol se siembra en dos campañas: febrero-abril y septiembre y noviembre, el ciclo de cultivo se encuentra entre los 60 a 65 días para la cosecha de grano seco.

La producción de fréjol en las dos márgenes del río Chota se extiende en suelos tipo arenosos derivados de materiales volcánicos, con pH generalmente alcalino y menos de 1.5 % de materia orgánica, baja retención de humedad y relieve plano a ligeramente ondulado.

En el Valle del Chota funcionan dos canales de riego: el Ambuquí, que suministra agua a las comunidades de Chalguayacu, Juncal, Carpuela y Ambuquí de Imbabura y Pusir Grande y Tumbatú del Carchi; y el de San Vicente de Pusir que beneficia a la comunidad del mismo nombre. En la cuenca del río Mira no existen canales de riego, sus comunidades obtienen riego de los afluentes del Mira y de las quebradas, lo cual genera problemas especialmente en las épocas secas.

Según datos del Sistema de Información y Censo Agropecuario del Banco Mundial SICA, el 86% de los hombres se dedican a la agricultura, el 3,8% al comercio, y el 10,2% restante a la industria manufacturera y de servicios concentrados en la cabecera parroquia de Ambuquí, referidos a pequeños talleres y al trabajo en el Ingenio Azucarero Tababuela.

La principal actividad de las mujeres del Chota es el comercio, ellas venden en los mercados de Tulcán, Ibarra y Quito: tomates, pepinillos y fréjol. Esta especialización femenina en el comercio ha generado en la mujer cierta independencia, respeto en el ámbito familiar y de la comunidad, ayudándole en su auto confianza. La mayoría de ellas salen a las ferias los lunes y regresan martes o salen jueves en la tarde y regresan sábado, razón por la cual las abuelas, suegras o tías se encargan del cuidado de los hijos o los esposos asumen estas tareas, lo que genera ciertas diferencias con la tradicional familia patriarcal.

Desde hace 30 años aproximadamente los pequeños, medianos y grandes productores ubicados en las riveras del río Chota (Imbabura) y su micro cuencas cultivan fréjol. El fréjol de grano rojo moteado ha constituido por ya muchos años una fuente importante de alimentación e ingresos económicos por apertura a la venta a Colombia, beneficiando de esta manera a innumerables familias asentadas en esta área.

El Valle del Río Chota es la principal zona productora de fréjol del Ecuador; según el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias INIAP, anualmente se cultiva alrededor de 18.100 hectáreas bajo condiciones de riego, de las cuales 11.200 hectáreas corresponden a la Provincia de Imbabura.

El fréjol es un producto nutritivo, base de la alimentación de los ecuatorianos y de todo el mundo desde hace muchos años; se produce en gran parte del Ecuador. Para nuestra Investigación hemos tomado los sectores del Valle del Chota y Pimampiro pertenecientes a la provincia de Imbabura.

En los últimos años, la producción del fréjol ha venido incrementándose ya que a más de ser un producto nutritivo para el consumo humano, es de fácil preparación y existen muchas variedades. Es por esto que muchos países han hecho de este su principal fuente de ingresos. El fréjol es la leguminosa más cultivada a nivel

mundial y participa con el 57% de la oferta mundial de leguminosas en el 2008, según los datos obtenidos del proyecto SICA del Banco Mundial.

Actualmente las variaciones en el precio están sujetas al mercado colombiano, ocasionada por la sobreoferta del producto como consecuencia de las importaciones que han coincidido con la cosecha en el Valle del Chota.

Ecuador, aunque no está dentro de los principales productores de fréjol, se dedica a su producción actualmente con el 27% de participación en las importaciones del mercado colombiano, siendo el segundo proveedor después de Canadá en el 2008, según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

El fréjol, un componente principal en la dieta alimenticia de la población colombiana, tiene una participación del 1,3% en el Índice de Posición Competitiva (IPC) en el 2008 de los alimentos según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador; sin embargo, la producción colombiana no satisface la demanda interna y ese déficit se ha estado cubriendo con producto importado.

Colombia tiene un gran déficit en lo que respecta al fréjol, su balanza comercial en este producto con Ecuador y Canadá presenta 0% en sus exportaciones a estos países.

1.1.2 Situación Actual del Problema

La situación más común de venta de estos sectores es a través de intermediarios quienes acopian, seleccionan y transportan el producto hasta Tulcán, para vender al mercado colombiano principalmente. Anualmente ellos manejan alrededor de 11.019 toneladas de las cuales 10.766 provienen de la compra directa en las fincas a los productores y 253 adquieren a productores-acopiadores, en el año 2008, según los datos obtenidos de proyecto SICA de Banco Mundial.

Los intermediarios manejan entre 100 a 250 hectáreas de cultivo por ciclo, se estima un rendimiento modal de 1.136 Ton/Ha, tendríamos que cada intermediario maneja entre 113 y 284 toneladas en el 2008, según datos del Ministerio de Agricultura.

Aproximadamente 17.000 toneladas se produjeron en el año 2008 en El Valle del Chota y Pimampiro según el Ministerio de Agricultura, el 12% es comercializado por personas que realizan la función de acopio, el 85% por comerciantes intermediarios y el restante 3% se vende directamente en ferias, mercados o tiendas locales.

En lo que se refiere a productos sustitutos, Colombia se convirtió en la época de los años 90 en nuestro principal comprador de arveja; aunque no se ha estado exportando a un ritmo constante, se tiene exportaciones entre 44.74 a 156.32 toneladas, el precio se encuentra en 1.47 dólares por kilo. El maíz, otro producto de gran acogida en Colombia, es exportado en una cantidad de 804.35 toneladas; la papa un producto muy apreciado también se exporta a Colombia, los sembríos se encuentran en Tulcán, según datos obtenidos de Banco Central del Ecuador al 2008.

1.1.3 Proyección del Problema

De la observación, experiencia y conversaciones realizadas con personas que directa o indirectamente se relacionan con el tema de la presente investigación, se puede deducir que en el país y en especial en la provincia de Imbabura donde ya existen gran cantidad de productores de fréjol, uno de los principales problemas es la comercialización del producto, venta directa, debido a la presencia de intermediarios que abaratan lo costos para luego venderlos a mayor costo, afectando así al productor directo.

El problema antes mencionado tiene algunos orígenes o causas, los principales pueden ser los que se detallan a continuación:

Existe una serie de causas que originan el problema de la comercialización del producto, las más importantes son:

- Los productores de fréjol se han preocupado principalmente de la producción, descuidando la comercialización.
- No existe apoyo por parte de Gobierno Local hacia el sector agrícola en lo que se refiere a nuevas alternativas de comercialización o para la creación de pequeñas industrias de procesamiento o transformación, para darle al producto un valor agregado y así aprovechar los beneficios que éste nos brinda.
- Otra causa que enfrentan los agricultores para poder ingresar este producto al mercado, es la falta de conocimiento sobre el empaque y etiquetado; especificaciones técnicas que exige el mercado internacional para la comercialización del fréjol.
- La poca decisión al cambio, a las nuevas oportunidades de negocios, a la aplicación de estrategias de comercialización.

De no solucionarse los aspectos citados anteriormente, podrán sujetarse una serie de consecuencias y efectos negativos como los siguientes:

- Existirán grandes cantidades de oferta de fréjol almacenado, pero sin mercados para venderlo.
- La intromisión de los intermediarios para financiar los cultivos que seguirán ocasionando los problemas de comercialización directa.
- Se reducirán las oportunidades de mercado y de obtener ingresos de divisas al incorporar a nuestro mercado nuevos productos que pueden ser de gran interés en mercados extranjeros.

1.2 Planteamiento del Problema

El comercio empieza desde hace varios siglos con el trueque, en vista a la necesidad de intercambiar ciertos productos que no se producían en una región, pero que eran necesarios para la alimentación, vestido, etc.

El Ecuador ha sido conocido en el ámbito del Comercio Internacional por sus exportaciones tradicionales de banano, café y cacao. Solamente en los últimos 15 años se ha podido lograr distinguir por sus exportaciones de flores, pescado fresco, productos del mar, legumbre, frutas y en pequeña escala tejidos y hasta automóviles.

Estas exportaciones no revelan toda la potencialidad del país para exportar; en su efecto, sus grandes recursos naturales y el ingenio y capacidad de su gente, nos indica que si se dan circunstancias favorables para doblar y hasta triplicar las exportaciones ya existentes, aportando con grandes beneficios al país.

Una de las dificultades para la exportación, consiste en poco o ningún conocimiento cierto que se dispone sobre las características de los mercados exteriores, los mecanismos y procedimientos de exportación, sus trámites, las circunstancias de seguridad de pago y sobre la calidad que deben reunir ciertos productos de exportación.

Se puede concluir que los productores de fréjol al no tener la capacidad negociadora para establecer los precios de producción en finca frente a los intermediarios no han podido comercializar o exportar directamente el fréjol hacia el vecino país de Colombia, frenando el desarrollo de los productores de fréjol de este sector, causando pobreza, migración y en ciertos casos hasta la delincuencia.

1.2.1 Formulación del Problema

¿Qué elementos de carácter técnico, y metodológico, influyen en que los productores de fréjol ubicados en el Valle del Chota y Pimampiro no puedan comercializarlo o exportarlo de una manera directa sin la presencia de intermediarios, y qué medidas se podrían desarrollar para mejorar la comercialización?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

- **Problema**

Analizar los factores que determinan la producción, oferta, demanda y las personas involucradas en la obtención de fréjol, para así determinar la forma más apropiada de comercializarlo.

- **Solución**

Elaborar un plan para la comercialización y exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, y así contribuir a elevar los niveles de desempeño en la comercialización del mismo.

1.3.2 Objetivos Específicos

Problema

- Determinar las formas y cantidad de producción de fréjol en el sector del Valle del Chota y Pimampiro.
- Identificar las personas beneficiadas directa e indirectamente en la producción del fréjol.

Solución

- Conocer las formas de comercialización actual de fréjol existente en el sector del Valle de Chota y Pimampiro.
- Identificar los procedimientos, requisitos y trámites necesarios para la exportación de fréjol, los cuales permitirán comercializarlo al mercado internacional.

1.4 Preguntas de Investigación

- ¿Cuál será la cantidad de oferta exportable de fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro y también cual será la demanda existente en Colombia?
- ¿Quiénes se beneficiarán directa e indirectamente con la comercialización y exportación del fréjol?
- ¿Cuáles serán las estrategias y mecanismos de comercialización más adecuados para establecer los nichos de mercado?
- ¿Cuáles serán los procedimientos, requisitos y trámites de exportación para el fréjol los más convenientes para comercializarlo al mercado internacional?

1.5 Justificación e Importancia

El Ecuador ha sido un país dedicado siempre al comercio internacional por sus exportaciones de productos tradicionales, las cuales no revelan toda la potencialidad del país para la exportación; en efecto, sus enormes recursos naturales y el ingenio y capacidad de nuestra gente, permiten afirmar que si se dan las circunstancias favorables que se necesitan, esas exportaciones podrían incrementarse, brindando grandes beneficios para el país.

Es por esto que la producción de fréjol representa una oportunidad para la provincia de Imbabura, porque de esta manera se incorporarían las poblaciones rurales afro ecuatorianas al desarrollo integral, beneficiando social y económicamente a la población.

La presente investigación se justifica en la medida que, de ejecutarse el proyecto existirán algunas instancias, grupos y personas que serán beneficiados directa o indirectamente; así los beneficiarios primarios o directos serán:

- Los productores de fréjol de la zona del Valle del Chota y Pimampiro; tendrían una nueva fuente de ingresos al comercializar casi en su totalidad el fréjol, ya que así tendrían una permanente demanda y constante producción durante todo el año.
- Se desarrollarán nuevas fuentes de empleo que beneficiarían a este sector social que se encuentra inmerso en ésta actividad, como: jornaleros o ayudantes de cosecha que están directamente involucrados en la producción del fréjol.
- Los consumidores que tendrán un producto de calidad, rico en valor nutritivo para la alimentación del ser humano, para la satisfacción de sus gustos y necesidades.

Es importante recalcar que el proyecto dará lugar a que se beneficien de una forma relativamente indirecta una serie de actores o instancias, de entre los que podemos citar:

- Los proveedores de insumos orgánicos y semillas ya que poco a poco se incrementarían los pedidos provocados por las exportaciones del fréjol.
- Los transportistas, obtendrán un beneficio en vista a la necesidad de un transporte adecuado y constante del nuevo producto, hacia la frontera de donde se enviarán al país de destino.
- Los Supermercados y Almacenes dentro del país de destino, ya que tendrán un producto rico en valor nutricional para ofrecer a los clientes y de ésta manera obtendrán un beneficio económico por la venta y distribución del mismo.
- Las Compañías Aseguradoras obtendrán un nuevo cliente constante para asegurar contra los riesgos y posibles percances que se pudieran suscitar en la transportación y manipulación del producto.

La predisposición y el interés en el desarrollo del tema por parte del investigador, es un elemento importante que contribuirá a la indagación que asegura el cumplimiento de los objetivos con toda claridad. La viabilidad de este proyecto se justifica porque cuenta con todos los conocimientos teóricos y científicos que permitirán desarrollar la investigación, y además se cuenta con el apoyo y la colaboración de todas las personas y asociaciones gremiales de estos lugares involucradas en este tema; así como también cuenta con el tiempo y los recursos necesarios.

1.6 Viabilidad

1.6.1 Viabilidad Técnica

Hace referencia a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., sobre los mecanismos para la comercialización del fréjol que se necesitan para realizar las actividades o procesos que exige el proyecto. La generación de información primaria y la construcción de datos sobre las formas de comercialización de fréjol se derivarán de la información levantada, sistematizada y procesada.

El investigador, al ser un profesional en comercio internacional, conoce todos los procedimientos técnicos para realizar una exportación efectiva hacia el mercado Colombiano.

1.6.2 Viabilidad Operativa

Desde el punto de vista operativo el proyecto es viable, ya que los productores de fréjol conocen todas las actividades para la producción de esta leguminosa; además existe un procedimiento en las Aduanas del Ecuador, el cual permite llevar a cabo una exportación. Es muy importante mencionar que en Gobierno del Ecuador promueve la exportación de diferentes productos ya que esto permite incrementar la balanza comercial de nuestro país, además de no haber ningún tipo de imposición arancelaria a las exportaciones.

1.6.3 Viabilidad Política

Con el objetivo de poseer un espacio democrático y permanente de construcción colectiva, existen asociaciones de productores de fréjol; por lo que el trabajo de investigación se lo realizará con el acompañamiento de sus directivos ya que su resultado final servirá para la su implementación.

1.6.4 Viabilidad Económica

Hace referencia a los recursos económicos y financieros necesarios para la producción, comercialización y exportación de fréjol al mercado colombiano.

La viabilidad económica es quizá el elemento más importante debido a que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, además es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

Para la ejecución de esta propuesta en lo referente a la producción cada uno de los productores poseen sus recursos anuales fruto de las ventas del fréjol, en lo referente a la implementación del centro de acopio se pretende financiar el 14,46% con aportaciones propias de los productores al conformar la asociación, el 28,92 a través del Instituto de la Económica Popular y Solidaria y el 56,63% a través de recursos de terceros mediante un préstamo en una entidad financiera.

1.6.5 Viabilidad Legal

Este proyecto es viable desde el punto de vista legal ya que existe todo un ordenamiento jurídico el cual respalda el Comercio Internacional entre naciones.

El Ecuador rige su política de comercio exterior conforme el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, instrumento legal que regula el ingreso y salida de mercancías, y que además menciona que las personas naturales y jurídicas pueden realizar intercambio de mercancías cumpliendo con las normas del código tributario, más leyes generales y específicas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 El Fréjol

2.1.1 Origen

Amoros, M. (1984), señalan que es una planta originaria de América Central y sur de México. Cultivada desde la antigüedad, aún es posible encontrar en Sudamérica formas espontáneas. A Europa fue llevada poco después del descubrimiento de América y desde entonces su cultivo ha ido adquiriendo importancia creciente de acuerdo a la capacidad de adaptación, se ha extendido por los dos hemisferios en la zona tropical, subtropical y templada.

La clasificación botánica del fréjol es de la siguiente manera:

- Reino: Vegetal,
- Clase: Angiospermae,
- Subclase: Dicotiledónea,
- Orden: Rosales,
- Familia: Leguminosae,
- Género: Phaseolus,
- Especie: Vulgaris,
- Nombre científico: Phaseolus vulgaris L.

2.1.2 Requerimientos básicos para la producción del fréjol

Rincón. (1985), propone que los suelos francos, fértiles, sueltos, permeables, con buen drenaje; son los más indicados para la producción. El fréjol es muy sensible a los encharcamientos. La planta de fréjol no tolera suelos calcáreos y arenosos, los suelos arcillosos no le convienen. Los suelos hasta donde sea posible, deben tener un alto contenido de materia orgánica, no solo como unos sino como materiales en procesos de descomposición.

INIAP. (1993), en una de sus investigaciones señala que en el Ecuador, las zonas agroecológicas de producción del fréjol se encuentran a lo largo de la sierra ecuatoriana, desde la provincia de Carchi hasta Loja ya sea dentro del callejón interandino o en las laderas externas de la Cordillera Occidental. El fréjol logra su mejor adaptación en el piso Altitudinal de 1500 a 2200 metros sobre el nivel del mar.

Las épocas de siembra recomendadas para fréjol en estas zonas va de mediados del mes de marzo hasta los primeros días de mayo; mientras que la cosecha se realiza cuando las plantas han llegado a la madurez, es decir cuando han caído totalmente las hojas, las vainas se presentan de un color amarillo y el estado seco del grano es fácil de conocer. Una vez secas las vainas y con contenido de humedad del 14% al 20 % del grano, se procede a trillar bien sea por golpes utilizando varas o en forma manual sobre el suelo.

2.2 La Organización

2.2.1 Antecedentes

Para cada proyecto es necesario definir una estructura organizativa que más se adecue a los requerimientos de su posterior operación.

Para alcanzar los objetivos propuestos en el proyecto, es necesario canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada posible. La canalización de los recursos se debe lograr a través del componente administrativo de la organización, la cual debe integrar las siguientes variables para su gestión:

- Unidades organizativas (divisiones),
- Recursos humanos,
- Recursos materiales
- Recursos financieros.

Básicamente se trata de determinar qué relaciones habrá para poder comercializar el fréjol; qué actividades deben desarrollarse e ir agrupando, coordinar unas a otras y determinar qué instancias las controlarán, para poder así empezar a diseñar su estructura.

Gracias a esto se pueden determinar las características del personal que se requiere para que el proyecto funcione, así como la decisión de subcontratar algunos servicios que son necesarios para los objetivos del proyecto.

Este estudio también aporta a la estructura de costos, pues determina el número de personas que se requiere para poder lograr los objetivos, así como los sueldos que deben ser pagados.

2.2.2 Ámbito legal organizativo

Los aspectos legales que pueden influir en el proyecto no deben ser un tema descuidado o no analizado, por ejemplo: si deseamos localizar nuestro proyecto en un área protegida, definitivamente impactará de manera negativa a nuestros objetivos.

Definir qué tipo de organización será: con fines de lucro o sin fines de lucro, cooperativa, pública o privada. Deben tomar en cuenta qué disposiciones legales e impositivas existen vigentes en nuestro país.

También se deben estudiar las disposiciones que existan en cuanto a:

- El producto o bien que se espera ejecute el proyecto,
- Normas de calidad vigentes,
- Normas sobre la preservación del medio ambiente, polución etc.

También se debe conocer cuáles son los entes reguladores de nuestras actividades tanto en el plano económico como el técnico.

2.2.3 Economía Popular y Solidaria

Según la ley de la Economía Popular y Solidaria en el registro oficial del 10 mayo de 2011 en su art. 1, señala que para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

2.2.4 De las formas de organización en la economía popular y solidaria

Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

2.2.4.1 Persona Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios.

En el caso de las cooperativas, el procedimiento de constitución, los mínimos de socios y capital social, serán fijados en el Reglamento de esta Ley, tomando en cuenta la clase de cooperativa, el vínculo común de sus socios y el ámbito geográfico de sus operaciones.

2.2.4.2 Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

2.2.4.3 Sector Cooperativo.- Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Para poder legalizar su personería jurídica se deberá presentar una solicitud de aprobación del Estatuto, dirigida al Ministerio Coordinador de Desarrollo Social y Director Nacional de Cooperativas, firmado por el Presidente Provisional y Abogado Patrocinador, en donde se deberá adjuntar la siguiente información:

1. Certificación del técnico, difusor o promotor cooperativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la pre-cooperativa.
2. Copia certificada del Acta Constitutiva de Asamblea General en la que se haya resuelto la creación de la Cooperativa y designado al Directorio Provisional. Deberá constar en la misma la nómina de sus miembros, y deberá estar firmada por todos los aspirantes socios fundadores de la Cooperativa.
3. Tres ejemplares del estatuto que contendrá las siguientes especificaciones:
 - a. Nombre, domicilio y responsabilidad de la cooperativa.
 - b. Finalidad y ámbito de acción.
 - c. Derechos y obligaciones de los socios.
 - d. Estructura y organización interna.
 - e. Medidas de control y vigilancia.
 - f. Forma de constituir, pagar o incrementar el capital social,
 - g. Principio y el término del año económico.
 - h. Uso y distribución de los excedentes.
 - i. Causas de disolución y liquidación de la cooperativa.
 - j. Procedimiento para reformar el estatuto; y,
 - k. Las demás disposiciones que se consideren necesarias para el buen funcionamiento de la Cooperativa.
6. Al final del Estatuto deberá firmar el Secretario, indicando las fechas de las tres sesiones en que fue discutido y aprobado.
7. Tres listas de los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: Nombres y apellidos, número de cédula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y que paga de contado y la firma.
8. Al final de la lista, certificación de la Autoridad Competente con la indicación de que los miembros de la Cooperativa en creación la firmaron en su presencia. La certificación podrá extender el Gobernador, Jefe Político, Teniente Político o un funcionario de la Dirección Nacional de Cooperativas.
9. Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hayan suscrito los socios.

En las Cooperativas de Vivienda y agrícolas se añadirá:

- a. Certificado del Registrador de la Propiedad de los bienes que tenga cada socio o la sociedad conyugal (si es casado).
- b. Certificado conferido por la respectiva Autoridad Política, de que el cooperado reside en el lugar en que funciona o va a funcionar la cooperativa de vivienda o agrícola, y,
- c. El estudio socio-económico de los cooperados, para comprobar su capacidad amortizativa;

En las cooperativas de seguros no se requerirá la presentación de informe favorable de la Superintendencia de Bancos, y,

10. Plan inicial de trabajo y financiamiento de la Cooperativa, en este plan se hará constar:

- Tipo de actividades que va a desarrollar la cooperativa.
- El capital inicial que se requiere para realizar tales actividades indicando los costos de operación, el rendimiento posible de la empresa en el lapso de un año; la manera como se incrementará el capital, a base de cuotas, préstamos o capitalización de intereses o beneficios; las ventajas sociales, culturales y de cualquier otra índole, que obtendrán los socios, y las proyecciones futuras de la empresa, después del lapso indicado.

11. Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del Estatuto y lista de socios fundadores.

NOTA: La denominación de una Cooperativa no debe coincidir con la de otra de la misma línea que esté ya aprobada por el Ministerio de Bienestar Social, ni corresponderá a nombres de personas vivientes, sean o no Autoridades.

2.3 Producción

Gonzalo Burbano G. (1996), define al término producción como la acción de producir, **procrear, criar, procurar, originar, ocasionar y fabricar**, al modo de producirse a la suma de los productos del suelo o de la industria.

2.4 Costos

Gonzalo Burbano G. (1996), define al **costo** como el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

2.5 Mercado

Los Mercados son las áreas dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, es decir realizan una transacción, ya que el productor oferta sus mercancías, mientras que los compradores las adquieren por un precio pactado entre los dos.

2.5.1 Clases de Mercados

- Mercado Mayorista

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

- Mercado Minorista

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados "Supermarkets" (Supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven enormes capitales. En aquellos se estila el "autoservicio", es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.

2.6 Canales de Comercialización

Philip Kotler (2001), señala que un canal de comercialización lleva los bienes de los productores a los consumidores.

Las funciones que deben cumplir los canales de comercialización son:

- Información: recabar y distribuir información e investigaciones de mercados sobre los actores y las fuerzas del entorno.

- Promoción: desarrollar y difundir comunicaciones persuasivas sobre una oferta.
- Contacto: encontrar a los posibles compradores y comunicarse con ellos.
- Adaptación: conformar y ajustar la oferta a las necesidades de los compradores, incluyendo aquellas actividades como la producción, la gradación, el ensamblado y el empaçado.
- Negociación: llegar a arreglos en cuanto al precio y otros términos relacionados a la oferta, de tal manera que permita la transferencia del dominio o posesión.
- Distribución física: transportar y almacenar bienes.
- Financiamiento: obtener y usar los fondos para cubrir los costos de operación del canal.
- Aceptación de Riesgos: asumir los riesgos que entraña realizar las operaciones del canal.

Es muy importante denotar que las cinco primeras funciones sirven para realizar la transacción, las últimas tres para cumplir las transacciones terminadas.

2.6.1 Número de niveles de canal de comercialización

- Canal 1.- Está compuesto por un productor que vende, de manera directa a los consumidores.
- Canal 2: Este canal contiene un nivel de intermediario; el detallista, es decir esta canal inicia en el productor pasa por el detallista y luego el consumidor.
- Canal 3: Este canal contiene dos niveles de intermediarios; mayorista y detallista, es decir inicia desde el productor, pasa al mayorista, luego al detallista y de este al consumidor.
- Canal 4: Este canal contiene tres niveles de intermediarios; el mayorista, intermediario y detallista, es decir inicia con el productor, luego pasa al mayorista, luego al intermediario, del intermediario al detallista y de este al consumidor, este es el canal más largo.

2.7 Almacenamiento

Philip Kotler (2008), expone que la función de almacenamiento supera las diferencias que se presentan entre las cantidades requeridas y el tiempo.

Toda empresa debe almacenar sus bienes mientras espera a que se vendan. Se necesita la función del almacenamiento porque es raro que los ciclos de producción y de consumo sean concurrentes.

2.8 Centros de Acopio

Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos y los mercados internacionales.

En regiones de pequeños productores y no muy cercanos a los grandes centros urbanos o a los mercados internacionales, el Centro de Acopio se ubica sobre el camino principal de la región. Su función es concentrar la producción, eventualmente seleccionarla y empacarla para enviarla al mercado del centro urbano o a los mercados internacionales a través de procedimientos de exportación. En muchos casos tiene funciones adicionales: información de precios del mercado, suministro de material de empaque, mesa de preselección y empaque. Las instalaciones incluyen: galpón con facilidad de carga y descarga de camiones, balanza, mesa de selección, depósito de empaques.

2.9 Comercio Internacional

Gonzalo Burbano G. (1996), señala que “Comercio internacional es el movimiento o tráfico de mercancías tangibles e intangibles, entre empresas localizadas en economías distintas o entre países que implican”:

- Traslado o transporte de las mercancías físicamente identificables o prestación de un servicio, lo que constituye un flujo real;
- Remisión del pago o remuneración causada, lo que se conoce como flujo nominal; y,
- El sometimiento a normas especiales que constituyen el marco normativo del comercio internacional.

2.9.1 Operaciones de Comercio Internacional

En Comercio Exterior podemos distinguir tres tipos de operaciones fundamentales:

- Exportación: El envío legal de mercaderías nacionales o nacionalizadas, para su uso o consumo en el exterior.
- Importación: Toda introducción legal de mercaderías extranjeras para uso y consumo en el país. Los importadores pueden pagar a vendedores del exterior en alguna de las siguientes formas de pago: Orden de Pago, Cobranza Extranjera, Carta de Crédito y Disponibilidades Propias.
- Cambios Internacionales: Toda compra, venta o cualquier acto que implique una obligación pagadera en moneda extranjera.

2.9.2 Instrumentos de fomento a la Exportación

Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos:

2.9.2.1 Comerciales

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.

2.9.2.2 Financieras

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.

2.9.2.3 Fiscales

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.

2.10 Procedimientos para la exportación a consumo

2.10.1 Aduana

Gonzalo Burbano G. (1996), afirma que “Aduana es la oficina pública y/o fiscal que, a menudo bajo las órdenes de un Estado o gobierno político, se establece en costas y fronteras con el propósito de registrar, administrar y regular el tráfico internacional de mercancías y productos que ingresan y salen de un país”.

2.10.2 La Exportación a Consumo

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. (2010), establece que es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

2.10.3 Declaración de Exportación

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

2.10.4 Documentos a presentar

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (2011), las exportaciones deberán estar acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

- Certificado de origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

2.10.5 Trámite

Según las Aduanas del Ecuador. (2011), el trámite para las exportaciones será el siguiente:

El trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

2.10.5.1 Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (verificar la obligación de utilizar agente de aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

2.10.5.2 Fase Post-Embarque

Se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (DAU) definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a zona primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU) definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU) definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

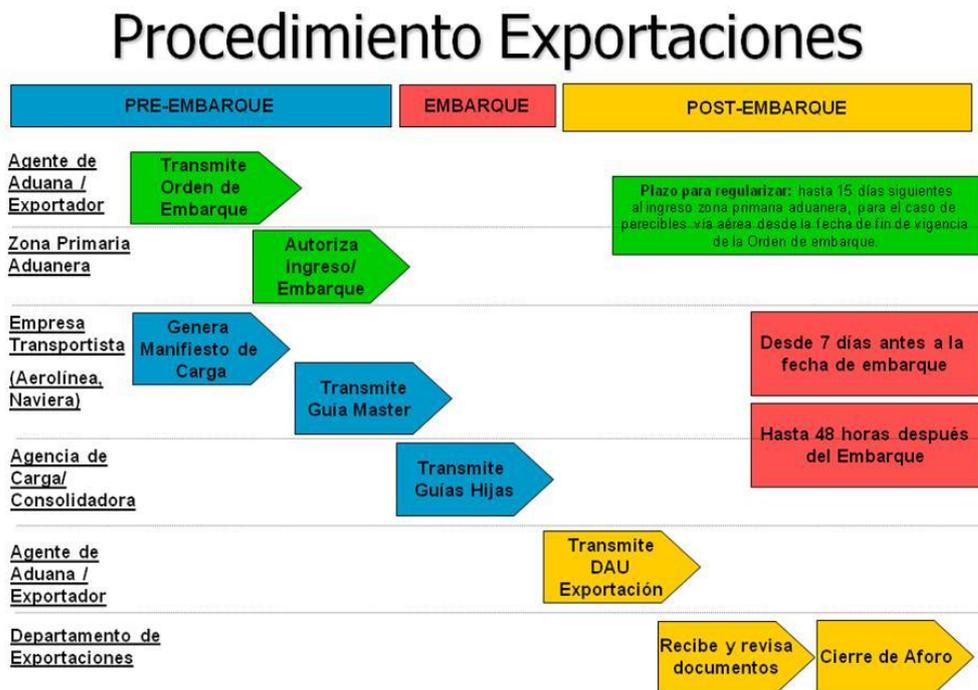
El Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), validará la información de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU).

Numerada la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera de Exportación (DAU), impresa.
- Orden de embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de transporte.

- Originales de autorizaciones previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

Figura 2 Procedimiento para la Exportación



Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2011, los requisitos para ser exportador en la Aduana del Ecuador son:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
- Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

2.10.6 Agente Afianzado de Aduana

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, (2011), determina que es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales

2.11 Incoterms

La Cámara de Comercio Internacional (2010), señala que con el fin de aclarar la situación que presenta el comercio internacional estableció un conjunto uniforme de condiciones y definiciones con la finalidad de evitar incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de los términos de mayor uso, en los diferentes países.

Los Incoterms regulan cuatro aspectos básicos del contrato de compraventa internacional: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de gastos y los trámites de documentos aduaneros.

1. La entrega de las mercancías: es la primera de las obligaciones del vendedor. La entrega puede ser directa, cuando el Incoterms define que la mercancía se entregue al comprador, son los términos "E" y los términos "D"; o indirecta, cuando la mercancía se entrega a un intermediario del comprador, un transportista o un transitario, son los términos "F" y los términos "C".

2. La transmisión de los riesgos: es un aspecto esencial de los Incoterms y no se debe confundir con la transmisión de la propiedad, que queda regulada por la ley que rige el contrato. El concepto fundamental se basa en que los riesgos, y en la mayoría de los casos, también los gastos, se transmiten en el punto geográfico y en el momento cronológico que definen el contrato y el Incoterms establecido. El punto geográfico puede ser la fábrica, el muelle, la borda del buque, etc.; mientras que el momento cronológico está definido por el plazo de entrega de la mercancía. La superposición de ambos requisitos produce automáticamente la transmisión de los riesgos y de los gastos. Por ejemplo, en una entrega FAS (*Free Alongside Ship*, Franco al costado del buque), acordada en Valencia entre el 1 y el 15 de abril, si la mercancía queda depositada el 27 de marzo y se siniestra el 28, los riesgos son por cuenta del vendedor; en cambio, si se siniestra el 2 de abril, los riesgos son por cuenta del comprador aunque el barco contratado por éste no haya llegado.

3. La distribución de los gastos: lo habitual es que el vendedor corra con los gastos estrictamente precisos para poner la mercancía en condiciones de entrega y que el comprador corra con los demás gastos. Existen cuatro casos, los términos “C”, en que el vendedor asume el pago de los gastos de transporte (y el seguro, en su caso) hasta el destino, a pesar de que la transmisión de los riesgos es en origen; esto se debe a usos tradicionales del transporte marítimo que permiten la compraventa de las mercancías mientras el barco está navegando, ya que la carga cambia de propietario con el traspaso del conocimiento de embarque.

4. Los trámites de documentos aduaneros: en general, la exportación es responsabilidad del vendedor; sólo existe un Incoterm sin despacho aduanero de exportación: EXW (Ex Works, En fábrica) donde el comprador es responsable de la exportación y suele contratar los servicios de un transitario o un agente de aduanas en el país de expedición de la mercancía, que gestione la exportación. Los restantes Incoterms son “con despacho”; es decir, la exportación es responsabilidad del vendedor, que algunas veces se ocupa

también de la importación en el país de destino; por ejemplo, DDP (Delivered Duty Paid, Entregada derechos pagados).

En definitiva los Incoterms permiten, clasificar y establecer la distribución de los costos y las correspondientes responsabilidades entre compradores y vendedores.

A partir de este 1 de enero de 2011 se empezaron a aplicar los nuevos cambios generados, en los cuales se encuentra la reducción en el número de términos pasando de 13 a 11, encontrando el contexto de la variación en el llamado grupo "D" que hace referencia a que se entrega la mercancía asumiendo costos y riesgo en el lugar de destino.

Estos nuevos cambios incluyen la eliminación de los Incoterms DAF (Delivered at Frontier), DES (Delivered Ex Ship), DEQ (Delivered Ex Quay) y DDU (Delivered Duty Unpaid), solamente se mantiene "DDP" (Delivered duty Paid) y se da creación e implementación de los siguientes:

DAT (Delivered at Terminal). Sirve para todo tipo de transporte. Se refiere a entrega en el puerto de destino, después de descargado.

DAP (Delivered at Place/Point). Reemplaza DAF y DDU. Sirve para todo tipo de transporte. Se refiere a entregas en el país de destino en un lugar acordado. Permite una mayor flexibilidad respecto al punto de entrega.

Los demás Incoterms se mantienen EXW (Ex-Works), FCA (Free Carrier), FAS (Free Alongside Ship), FOB (Free on Board), CFR (Cost and Freight), CIF (Cost, Insurance and Freight), CPT (Carriage Paid To) y CIP (Carriage and Insurance Paid To).

Figura 3 Incoterms.

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	Polivalente										
FCA	Polivalente										
FAS											
Marítimo											
FOB	Polivalente										
Marítimo											
CPT	Polivalente										
Polivalente											
CIP	Polivalente										
Polivalente											
CFR	Polivalente										
Marítimo											
CIF	Polivalente										
Polivalente											
DAT	Polivalente										
Polivalente											
DAP	Polivalente										
Polivalente											
DDP	Polivalente										
Polivalente											

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

	Vendedor		Comprador		Vendedor / Comprador
--	----------	--	-----------	--	----------------------

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

2.12 Certificaciones

2.12.1 Certificados de Origen

Según Estrada (2003), 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.

Este documento es muy necesario cuando se trata del régimen de zona de libre comercio. Hace posible que el comprador en el extranjero, no pague ciertos tributos a la importación, do los cuales está exento si presenta su certificado de origen válido cuyas firmas han sido reconocidas por las autoridades de los países firmantes de convenios o acuerdos de origen.

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

De acuerdo al destino de las mercancías, Los certificados de origen se expiden en las siguientes dependencias:

- En las entidades del sector privado habilitadas por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), los certificados de origen para los países que conforman la Asociación latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur, (MERCOSUR).
- En el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de Quito y en las oficinas regionales ubicadas en Guayaquil, Ambato y Cuenca; certificados de origen para Estados Unidos Ley de Preferencia Comercial Andina, (ATPDEA), Europa, Sistema Generalizado de preferencia, (SGP) y terceros países; además, en las oficinas de Ambato y Cuenca. Certificados de origen para los mercados de países que conforman la Asociación latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur, (MERCOSUR).

Requisitos:

Para obtener un certificado de origen que le exonere del pago de aranceles en los países de destino, el interesado debe acudir a las dependencias mencionadas y cumplir con los siguientes requisitos:

1. Registro de los datos generales del exportador en el SIPCO, (Identificación Previa a la Certificación de origen), en la página web del MIPRO: www.mipro.gob.ec
2. Factura comercial.
3. Certificado de origen debidamente llenado, sellado y firmado tanto por la Autoridad Gubernamental competente o las Entidades Habilitadas, como por el exportador.

2.12.2 Permisos Fitosanitarios

Según Estrada (2003), los certificado fitosanitarios son los requerido para productos vegetales y leguminosas, en el Ecuador lo emiten el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

2.12.3 Certificados de Calidad

Según Estrada (2003), Es un documento expedido para certificar la calidad de los productos de exportación, en el Ecuador el INEN es la institución que se encarga de acreditar y entregar las certificaciones.

2.12.4 Certificados Orgánicos

La certificación orgánica es la garantía de que un cultivo se manejó siguiendo las normas de la producción orgánica. Porque cuando el consumidor ve el sello de la agencia certificadora lo reconoce, le da confianza de que el producto es orgánico. La certificación es útil al consumidor. Pero también es útil al productor, porque le ayuda a vender mejor sus productos diferenciados.

2.12.4.1 Certificación orgánica nacional

BCS ÖKO GARANTIE Cía. Ltda., es un instituto independiente de control, y en cumplimiento de la Resolución N° 16, publicada en el Registro Oficial N° 152, de Jueves 24 de Noviembre del 2005, procede a obtener ante el Servicio Ecuatoriano

de Sanidad Agropecuaria SESA, el Certificado de Registro N° P.O.A. SESA – 0000001, como parte de los requisitos previos para la Acreditación Nacional por parte del Organismo de Acreditación Ecuatoriano OAE.

Motivo por el cual BCS ÖKO GARANTIE Cía. Ltda. Es la organización a disposición del mercado nacional, de llevar a cabo la ejecución del Decreto Presidencial 3609, Acuerdo Ministerial 177, para la producción agrícola, pecuaria, apícola, etc. de alimentos orgánicos.

Es así que en el Ecuador BCS, brinda un servicio profesional y personalizado en la Certificación Orgánica y GLOBALGAP (originalmente Eurep Gap) de sus productos, A través de su casa matriz en Alemania y sus 20 oficinas en diferentes partes del mundo.

2.13 Transporte Internacional

Gonzalo Burbano G. (1996), afirma que es una operación de tránsito aduanero mediante el cual se efectúa el transporte de mercancías o personas de un país otro; es decir, el transporte que se efectúa entre varias naciones, y que son sometidos a varias actividades materiales y legales (controles aduaneros).

2.13.1 Carta Porte Internacional por Carretera (CPIC)

Según Estrada (2003), afirma que “la Carta Porte Internacional por Carretera (CPIC) es el documento que prueba que el transportista ha tomado las mercancías bajo su responsabilidad y se ha obligado a transportarlas y entregarlas de conformidad con las condiciones establecidas en ella o en el contrato correspondiente”.

En este documento se debe especificar lo siguiente:

- Nombre y dirección del remitente.
- Lugar y fecha de embarque de las mercancías.
- Nombre y dirección del destinatario.
- Lugar, país y plaza de entrega de las mercancías.

- A quien se debe notificar.
- Vía o itinerario del transporte.
- Cantidad y clase de bultos.
- Marcas.
- Descripción de la mercancía.
- Peso total en kilogramos (o en su volumen).
- Valor.
- Gastos a pagar.
- Flete al cobro o prepago.
- Nombre y firma del remitente.
- Lugar, país y fecha de emisión.
- Firma autorizada.
- Otros.

2.14 Factura Comercial

Estrada (2003), menciona que “la factura comercial es el documento que describe las mercancías, material de un contrato de compra – venta. Este documento lo otorga el exportador a nombre del importador y mediante el mismo se detallan los siguientes aspectos:

- Lugar y fecha de emisión.
- Nombre de la factura que se emite.
- Direcciones, teléfonos y fax, tanto del comprador como del vendedor.
- Descripción de la mercadería.
- Cantidad de bultos.
- Marcas.
- Peso neto en Kilogramos y peso bruto en kilogramos (volumen, si procede).
- Nombre de la compañía transportadora.
- Precio o valor de la mercadería.
- Partida arancelaria”.

2.15 Envase y Embalajes

2.15.1 Envase

Gonzalo Burbano G. (1996), afirma que es el material que contienen el producto y que está en contacto directo con él, conservando y protegiendo la mercancía y distinguiéndola de las demás.

Función: comunicación entre su punto de venta y los clientes, convirtiéndose en la mejor carta de presentación de la empresa.

- Envase primario. Está en contacto directo con el producto.
- Envase secundario. Envase que contiene uno o varios envases primarios.

2.15.2 Embalaje

Gonzalo Burbano G. (1996), señala que es un objeto manufacturado que protege, de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física, a lo largo de la cadena logística; es decir, durante: operaciones de manejo, carga, transporte, descarga, almacenamiento, estiba y posible exhibición.

2.15.3 Contenedores

Gonzalo Burbano G. (1996), considera que son recipientes de carga para el transporte aéreo, marítimo o terrestre.

Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación. Estos recipientes son utilizados para transportar objetos voluminosos o pesados en el transporte aéreo, marítimo o terrestre, se puede transportar: motores, maquinaria, pequeños vehículos, etc. Pueden fabricarse de varios materiales: madera, plástico, metal, mixtos, etc.

2.16 Medios de pago y cobro en el comercio internacional

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (2011), “Los medios de pago de la obligación tributaria aduanera son: dinero en efectivo, transferencias bancarias, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, notas de crédito de administraciones tributarias centrales, cheques certificados, cheque de Banco Central del Ecuador, cheques de gerencia, o compensaciones previstas en la legislación vigente.

Se podrán usar canales de pago físico y/o electrónico de conformidad con lo establecido en los convenios especiales que suscriba la Autoridad Aduanera con las instituciones del sistema financiero.

La Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá restringir la aceptación de ciertos medios de pago dispuestos en el presente artículo, en determinados casos, amparado en las resoluciones que establezca para el efecto.”

El comercio Internacional genera tanto la necesidad de efectuar pagos a distancia y recíprocamente cobranzas a distancia entre partes ubicadas en distintos países, como la de realizar operaciones cambiarias vale decir efectuar el cambio de la moneda correspondiente.

Los pagos en los contratos de compraventa Internacional se materializan a través de Bancos, básicamente mediante dos formas:

- Los Bancos intervienen para pagar (Cartas de Crédito o Créditos Documentarios), orden de pago generado por el Importador en favor del Exportador.
- Los Bancos intervienen para cobrar (Documentos en Cobranza o Cobranza Documentada), orden de cobro, generada por el Exportador con cargo al Importador.

La intermediación bancaria en ambos casos es independiente del contrato de compraventa internacional pues los Bancos sólo trabajan con documentos de embarque (factura comercial, conocimiento de embarque, póliza de seguro, lista

de empaque, etc.), sin asumir responsabilidad alguna por la presentación de documentación.

Estrada (2003), señala que el exportador tiene cinco formas básicas para cobrar sus exportaciones:

- Prepago, envía los productos cuando le hayan pagado con anticipación.
- Giro a la vista, embarca y espera que el comprador extranjero haya quedado satisfecho con las mercancías y efectúe el pago posterior.
- Giro a Plazos, la realiza con crédito a 60, 90 ó 120 días.
- Carta de crédito, cobranza u otros, solicita carta de crédito, utiliza cobranza del exterior o cualquier otra clase de crédito documentario internacional.
- Seguro de crédito a la exportación, vende con seguro de crédito a la exportación.

2.17 Seguro a las Exportaciones

Gonzalo Burbano G. (1996), afirma que “el seguro es una institución de carácter económico cuya función es disminuir el riesgo, reuniendo bajo una sola dirección un grupo de objetos situados de tal forma, que las pérdidas accidentales acumuladas a las que el grupo está expuesto se vuelve predecible, dentro de ciertos límites”.

El seguro se concreta por medio de contratos mediante los cuales el asegurador, previo pago de una prima, promete rembolsar al asegurado o prestarle determinados servicios, en el caso de sufrir pérdidas accidentales previamente estipuladas, durante el plazo de duración del contrato. La función del seguro es la reducción del riesgo, el que es transferido a otra persona, por medio de un contrato.

En comercio exterior, el seguro puede abarcar la mercadería, el medio de transporte, las personas, etc., y cubre situaciones o hechos eventuales que originen siniestros (pérdida, rotura, merma, contaminación, alteración. etc.), excluyéndose las pérdidas originadas por vicios ocultos de la mercadería.

El valor asegurable de la carga (mercadería) es su precio de costo (precio de

factura), mas el flete y los gastos, así como un porcentaje por el beneficio que se espera obtener. En la condición CIF de los Incoterms, se obliga al vendedor a proporcionar a su costo y con carácter de transferible una póliza de seguro que cubra los riesgos de transporte a que dé lugar el contrato.

2.18 Balanza Comercial

Gonzalo Burbano G. (1996), considera que “es la parte de la balanza de pagos que contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones; y el segundo cuando son mayores las exportaciones”.

2.19 Arancel

Gonzalo Burbano G. (1996), señala que “arancel es un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes, también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro. Pueden ser "ad-valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen”.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipos de Investigación

La presente investigación se enmarcó dentro de la metodología de exploración propositiva, ya que:

- Se recogió y analizó información obtenida en diversas fuentes bibliográficas.
- Recopilación de datos estadísticos de la oferta y demanda del fréjol, investigación de campo de áreas de producción, tipos de fréjol, entre otros.
- Los datos recopilados fueron incorporados a la base de datos y a la propuesta de comercialización que se propone establecer.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación es:

- Documental, con el que se obtuvo información de la investigación en fuentes bibliográficas de documentos de estudio, libros, revistas, internet, etc., todos relacionados con la comercialización de fréjol así como también conocer el mercado colombiano.
- De Campo, con el que partimos de la observación directa en los lugares de investigación realizando un muestreo aleatorio, para así poder analizar a los actores involucrados directamente en el problema.

Histórico-Social, con el que obtuvimos información a través del estudio de indicadores como el Crecimiento de la Balanza Comercial, tasas de crecimiento o disminución de las exportaciones e importación crecimiento poblacional, los niveles de vida del sector; podremos deducir los acontecimientos pasados y actuales.

3.3 Variables

En la investigación se utilizarán variables cualicuantitativas, ya que se analizarán datos numéricos y observables. Una vez analizados, se procederá a cualificar descriptivamente de acuerdo a escalas predeterminadas.

3.3.1 Variable 1

Factores que determinan la producción, la oferta y las personas involucradas en la obtención de fréjol.

Definición Conceptual de la Variable 1

La variable 1, señala los factores de producción, partiendo de la cantidad específica de producción y de oferta exportable, separando la producción destinada a la comercialización local; las personas involucradas en la producción, el desarrollo de los pueblos de las comunidades y también al número de personas inmersas en la producción de fréjol directa e indirectamente.

3.3.2 Variable 2

Plan para la comercialización y exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano.

Definición Conceptual de la Variable 2

La variable 2, plantea que la exportación comprende la comercialización internacional fuera de las fronteras de un país, con una producción flexible, adecuada, suficiente de calidad, abalizada mediante los mecanismos y autoridades legalmente establecidos para las exigencias del mercado internacional, los medios y sistemas de envase y embalaje, los medios de transporte más adecuados que se requieran utilizar.

3.4 Operacionalización de las Variables

En los siguientes cuadros se detalla con más claridad la operacionalización de cada una de las variables:

3.4.1 Variable del Problema: Factores que determinan la producción, la oferta y las personas involucradas en la obtención de fréjol.

Cuadro 1 Operacionalización variables problema

Variable 1	Factores que determinan la producción, la oferta, demanda y las personas involucradas en la obtención de fréjol.		
Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Índice de Medición

<p>Se refiere a todos los factores que determinan la cantidad, oferta exportable y también a todas las personas involucradas para determinar los aspectos que frenan una apropiada comercialización del fréjol.</p>	Producción	Área destinada a la producción	De 1 a 2 Hectáreas, De 3 a 4 Hectáreas, Más de 5 Hectáreas
		Cantidad producción Q/H	Menos de 14 Quintales, de 15 a 19 Quintales, de 20 a 24 Quintales, Más de 25 Quintales.
		Certificación Orgánica	Si , No
		Tiempo	De 29 a 34 días, De 35 a 39 días, De 40 a 45 días
		Variedades de Productos	Guandúl, Calima Paragachi, Injerto, Capulí.
		Técnicas cultivo	Si utiliza, no utiliza, otros
		Financiamiento	Propio, Institución Financiera, ONG, Intermediario
	Oferta	Precio de Venta	De 20 a 26 Usd, De 27 a 32 Usd, De 33 a 38 Usd
		Imposición precios	Usted, Mercado, otros
		Lugares de Venta	Finca, Centro de Acopio Directamente al productor
	Personas Involucradas directa e indirectamente en el proceso productivo.	Mano de obra	Fácilmente, difícilmente
		Asociatividad	Si, No

Elaboración: El Autor

3.4.2 Variable del Problema: Plan para la comercialización y exportación del fréjol producido en el sector del Valle de Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano.

Cuadro 2 Operacionalización variables solución

Variable 2	Plan para la Comercialización y Exportación del fréjol producido en el sector del Valle de Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano.		
Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Índice de Medición
Se refiere a un modelo compuesto por diferentes estrategias que faciliten la comercialización y exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro.	Comercialización	Comercialización Internacional	Independiente, Intermediario, Agencia Exportadora, Asociación, Otros
		Canales de Comercialización	Directa, Minorista, Intermediarios
		Destinos del Producto	Colombia, Perú, otros.
		Envases y Embalajes	Fibras plásticas, Fibras naturales, Papel, otras fibras.
		Control Contable	Tradicional, Intermedio, Con Tecnología
	Demanda	Demanda del fréjol	Mucho, Poco, Nada
		Destino Producción	Mercado Internacional, Mercado Local, Programa de Provisión de Alimentos (MIES).
		Destino Internacional	Colombia, Perú, otros
	Estrategia	Plan de Exportación	Si, No

Elaboración: El Autor

3.5 Población y Muestra

Universo

Ciento treinta productores de fréjol que poseen desde una a cinco hectáreas en el Valle del Chota y Pimampiro.

Muestra

Para determinar la muestra en el universo se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N d^2 Z^2}{(N-1) E^2 + d^2 Z^2}$$
$$n = \frac{(130) (0,5)^2 (1,96)^2}{(130-1) (0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$
$$n = \frac{124,852}{1,2829}$$
$$n = 97$$

3.6 Métodos, Técnicas e Instrumentos

La presente investigación tiene como fin solucionar una problemática puntual, que permitirá científicamente cubrir una demanda o problema expuesto en los antecedentes. Por tal razón, los métodos, técnicas e instrumentos que nos

proporciona la metodología de la investigación científica, serán de vital importancia y trascendencia en el desarrollo del presente proyecto.

Métodos: Se utilizarán y aplicarán básicamente los métodos generados o lógicos de la investigación científica.

- Inductivo: Fundamentar la propuesta sobre la base de una serie de aspectos como la aplicación de un sistema adecuado de comercialización y exportación de fréjol, así como aspectos financieros y administrativos.
- Deductivo: este método nos ayudó en la medida en que analizando básicamente aspectos técnicos y científicos de carácter general, nos permitió llegar a puntualizaciones específicas o particulares que serán propuestas o desarrolladas en cada uno de los objetivos del proyecto planteados.
- Analítico – Sintético: En la presente investigación, este método es de gran importancia, ya que permitirá que una serie de investigaciones, así como informaciones, datos documentales y de campo captados, sea sintetizada en forma de redacción; de igual manera la información captada (bibliográfica y de campo), será analizada para entenderla y describirla, utilizando juicios de valor y la exposición personal.

Técnicas: Básicamente serán utilizadas tres técnicas que nos proporciona la metodología de la investigación científica.

- Encuesta: Se obtuvo información primaria a través de las encuestas, que fueron aplicadas a los productores de fréjol de la zona antes mencionados y a personas interesadas en captar información relevante relacionada con la oferta y demanda de fréjol.
- Observación: Muchos datos se obtuvieron a través de una observación científica, por lo que fue necesario trasladarse a realizar la investigación de

campo directamente en los hechos o lugares de los acontecimientos, para detectar al detalle lo que interesa conocer.

- Documental: También llamada técnica bibliográfica, con la que se obtuvo información teórica y técnica de textos, documentos e internet relacionados con el comercio internacional, la administración de empresas, las finanzas, el marketing, etc.

Instrumentos: Para operativizar las técnicas anteriormente mencionadas, será necesaria una serie de instrumentos de investigación, que permitan captar la información, siendo los que más se utilizará:

- Cuestionarios
- Ficha de Observación
- Diarios de campo
- Registros de observación
- Cámara fotográfica
- Video-grabadora

3.7 Procedimientos Diagnóstico

- Identificación del problema
- Planteamiento de objetivos
- Preguntas de investigación
- Marco teórico
- Definición de instrumentos y métodos
- Recopilación de datos
- Verificación de las preguntas de investigación
- Conclusiones – resultados

3.8 Procedimientos Solución

- Análisis de resultados del diagnóstico
- Generación de antecedentes
- Justificación
- Objetivos de la conclusión
- Diseño técnico de la solución
- Plan de implementación
- Señalamiento de impactos
- Validación de la solución

3.9 Valor Práctico

Diagnóstico

La situación actual de los productores de fréjol del sector del Valle del Chota y Pimampiro es normal, hoy por hoy se presentan ventas del producto durante todo el año; pero el problema más grande es la presencia de intermediarios los cuales se aprovechan de los productores y de su escaso niveles de negociación para pagar costos muy bajos, explotándolos.

Existe organización por parte de los productores los cuales están dispuestos a apoyar esta propuesta de exportar el fréjol hacia Colombia ya que en el país vecino existe una demanda permanente del producto durante todo el año; además de eso tenemos un flujo comercial muy activo entre los dos países, permitiendo que los productores tengan mayores ingresos sin la presencia de intermediarios que lo que hacen es encarecer el producto.

Solución

Una buena estrategia para comercialización es la exportación del fréjol, los productores de estos sectores tendrán mayores réditos, sean estos económicos por los ingresos más altos y un buen precio por el producto, además de réditos sociales para el desarrollo de esta zona ya que generará un trabajo mancomunado entre las familias, parientes, amigos y conocidos; fomentando así el progreso para este sector, ya que un efecto será la demanda de mano de obra, contribuyendo con la disminución del índice de desempleo en un pequeño porcentaje; además de esto, el proyecto contribuirá al incremento de la balanza comercial de exportaciones ya que existirá un aporte positivo teniendo un saldo a favor.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Descripción

El presente estudio sobre las técnicas y formas de comercialización del fréjol se realizó en el Valle de Chota y Pimampiro, lugar en donde existe la mayor producción en la provincia de Imbabura según datos del Ministerio de Agricultura en el censo agrícola del 2010.

La información primaria se obtuvo específicamente de la encuesta que se aplicó a 97 productores de fréjol de un universo de 130 que conforman las asociaciones del Valle del Chota y Pimampiro, quienes poseen de una a cinco hectáreas.

Para la obtención de la información se utilizaron tres técnicas que nos proporciona la metodología de la investigación científica.

La Encuesta, la cual nos permitió obtener información primaria a través del muestreo, el cual se aplicó a los 97 productores de la muestra de quienes se obtuvo información muy relevante sobre la cantidad de producción, las formas de comercialización el destino de la producción, los mecanismos para financiar la producción y las técnicas para comercialización.

La Observación, a través de la cual se pudo obtener información de primera mano sobre las formas de cultivo, sus técnicas, las personas involucradas en la producción y la venta anticipada del producto a intermediarios.

Documental, la cual nos permitió realizar un análisis sobre las variedades de producción, la fijación de precios para el fréjol, la situación de la balanza comercial de este producto, los tipos de certificaciones y permisos necesarios para la exportación, entre otros.

Una vez diseñado el cuestionario en base a las variables, se procedió a aplicar la misma durante 12 días en el sector del Valle del Chota y Pimampiro; además de obtener información primaria a través de la observación de los mecanismos de comercialización del fréjol.

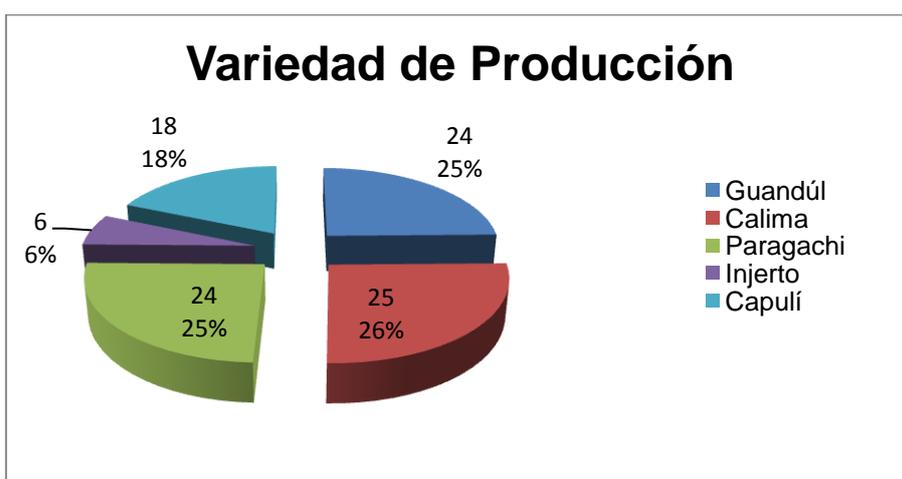
Una vez obtenida la información, se realizó la sistematización de la misma a través de una matriz la cual nos permitió clasificar los resultados, para posteriormente diseñar gráficos para la exposición y análisis que se detallarán a continuación en este capítulo.

4.2 Interpretación y Discusión de Resultados

Encuesta aplicada a 97 productores de fréjol de Valle del Chota y Pimampiro.

Grafico 1: Variedad de producción de fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Guandúl	24	25
Calima	25	26
Paragachi	24	25
Injerto	6	6
Capulí	18	19
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

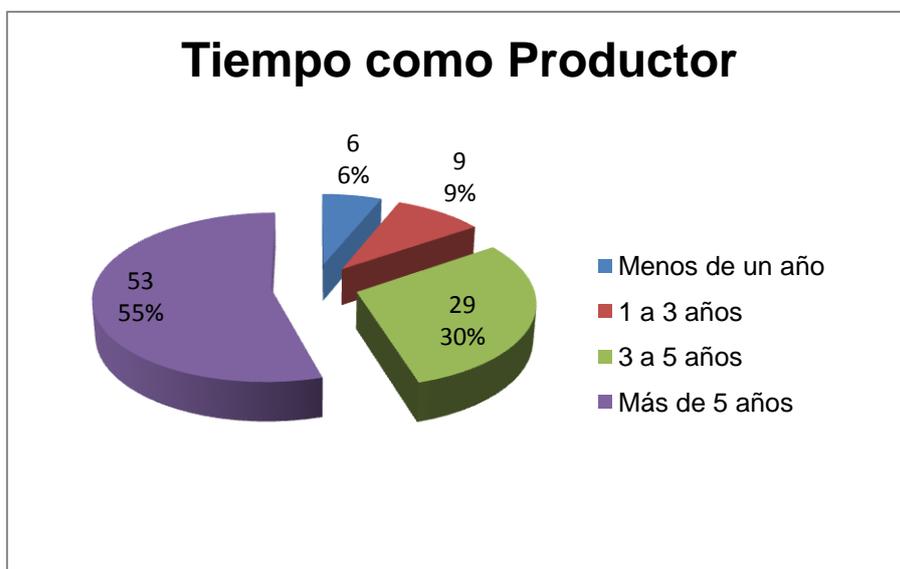
Elaborado por el Investigador

Análisis

De los resultados obtenidos en la encuesta se pudo determinar que la mayoría de productores de las zonas del Valle de Chota y Pimampiro producen fréjol de diferentes variedades, de los cuales la característica particular es que es rojo moteado. Dentro de la investigación se pudo determinar que durante varios años han recibido apoyo por parte del INIAP en cuanto al mejoramiento de variedades y semillas; es así que se pudo determinar que en estas zonas se producen las siguientes variedades: guandúl, calima, paragachi, injerto y capulí.

Gráfico 2: Tiempo como productor de fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Menos de un año	6	6
1 a 3 años	9	9
3 a 5 años	29	30
Más de 5 años	53	55
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

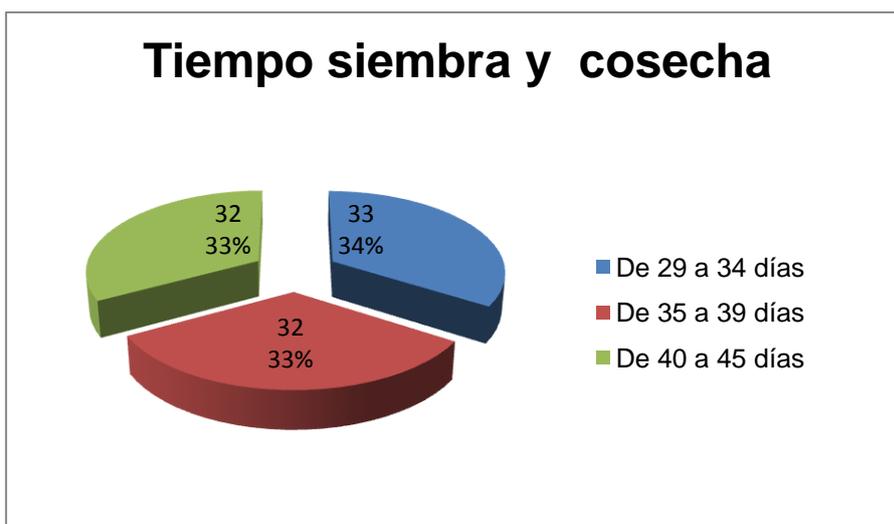
Análisis

De acuerdo con la información obtenida, se determina que la mayoría de personas dedicadas al cultivo del fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro, se han dedicado a esta actividad durante toda su vida desde la niñez, debido a que es un trabajo hereditario y que se remonta a la época de la revolución agraria, cuando la población afro ecuatoriana tomó posesión de tierras en las zonas donde se encontraban asentadas; por tal motivo la mayoría de los encuestados estarían siguiendo los pasos de sus familiares.

Esto demuestra que los productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro tienen amplia experiencia en sistemas de producción tradicional, lo que garantiza la calidad de la misma.

Gráfico 3: Tiempo de siembra y cosecha del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 29 a 34 días	33	34
De 35 a 39 días	32	33
De 40 a 45 días	32	33
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

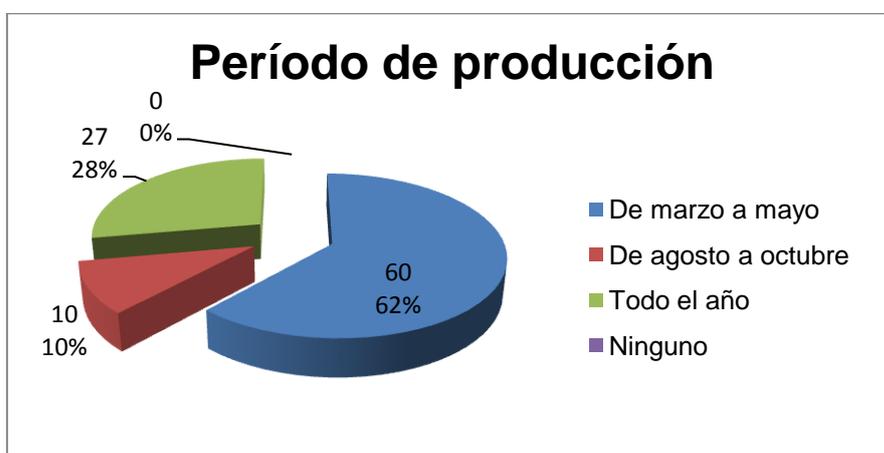
Elaborado por el investigador

Análisis

En la indagación se pudo determinar que los productores de la zona del Valle de Chota y Pimampiro utilizan agua de riego para la producción del fréjol; además en el Valle del Chota se da una elevada intensificación y dependencia de agroquímicos para la producción. Otro punto importante que acotar es que para trabajar en la siembra y cosecha en algunos casos, solo lo hace la mano de obra familiar y en otros contratan mano de obra de la zona para los picos de trabajo; así como también algunos productores contratan mano de obra para todas las actividades agrícolas. Dentro de esta investigación se determinó que algunos de los productores realizan otras actividades fuera de su finca como el jornal en la zona, la carpintería y hasta en ocasiones la migración a las zonas urbanas, por tal motivo el tiempo de siembra y cosecha va de un mes y medio a dos meses, dependiendo de los factores mencionados anteriormente.

Gráfico 4: Periodo producción del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
De marzo a mayo	60	62
De agosto a octubre	10	10
Todo el año	27	28
Ninguno	0	0
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

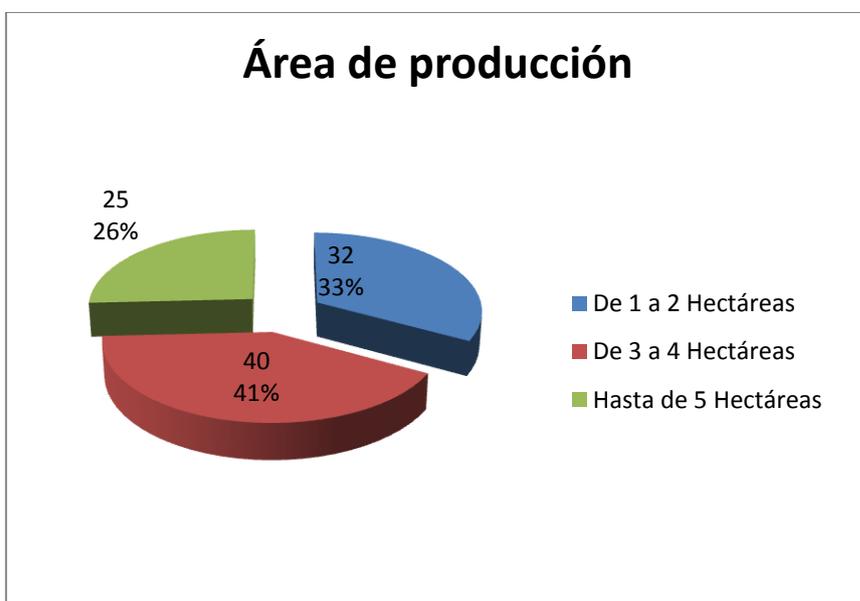
Elaborado por el investigador

Análisis

La mayoría de los productores del fréjol del Valle del Chota y Pimampiro se dedican a la agricultura todo el año, por lo que la mayoría de la producción en estas zonas es frecuente, y va acompañada de la producción de otros productos como: la yuca, tomate de árbol, ají, cebolla, pepinillo, pepinos, pimiento y caña. Esta condición permite entender que en la actualidad, el cultivo de fréjol constituye la principal fuente de proteína en la dieta alimenticia de las familias y es uno de los principales rubros de producción de la zona, contribuyendo de manera importante en la composición de sus ingresos familiares.

Gráfico 5: Área de producción destinada al fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 1 a 2 Hectáreas	32	33
De 3 a 4 Hectáreas	40	41
Hasta 5 Hectáreas	25	26
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

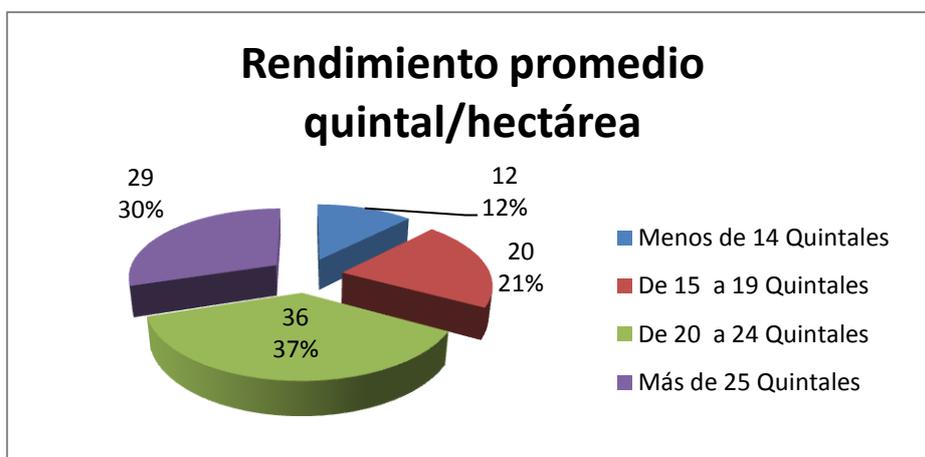
Elaborado por el investigador

Análisis

Durante muchos años las tierras ubicadas en el Valle del Chota y Pimampiro han sido destinadas a la producción de fréjol, ya que este producto es parte importante de los sistemas de cultivo. Es así que algunos de los productores entregan las tierras a agricultores de la zona a través del negocio denominado “al partir”, de tal forma que el dueño proporciona la tierra y el agricultor coloca la semilla, encargándose de la siembra y la cosecha; como resultado final se dividen en partes iguales las ganancias. Es muy importante señalar que según datos del proyecto SICA del Banco Mundial, la superficie de cultivo de fréjol en las provincias de Imbabura y Carchi supera las 26.000 hectáreas, siendo las provincias con mayor producción a nivel nacional.

Gráfico 6: Rendimiento promedio quintal/hectárea

DETALLE	FRECUENCIA	%
Menos de 14 Quintales	12	12
De 15 a 19 Quintales	20	21
De 20 a 24 Quintales	36	37
Más de 25 Quintales	29	30
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

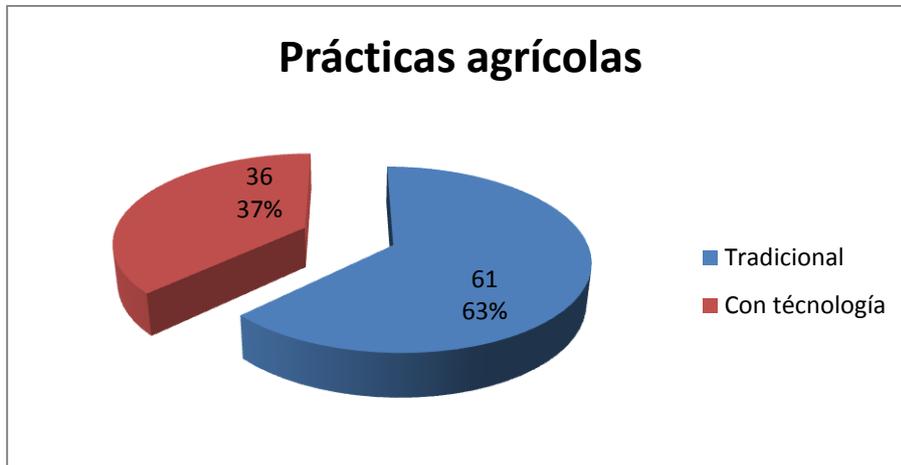
Elaborado por el investigador

Análisis

En el diálogo con los productores sobre el rendimiento de la producción en quintales por hectárea, señalan que varía por algunos factores como la alta intensificación y dependencia de agroquímicos que ocasiona el deterioro de la fertilidad del suelo y que hace imposible una producción “rentable” de este cultivo, en pocos casos los productores desconocen las enfermedades y plagas, por lo que no utilizan sistemas de control perdiendo una parte de la producción, además señalan que en los años 80 una hectárea llegaba a producir hasta 30 quintales, mientras que en la actualidad rinde un promedio de 18 quintales; lo que denota la crisis de una economía familiar campesina que depende del cultivo del fréjol.

Gráfico 7: Prácticas agrícolas utilizadas para la producción

DETALLE	FRECUENCIA	%
Tradicional	61	63
Con tecnología	36	37
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

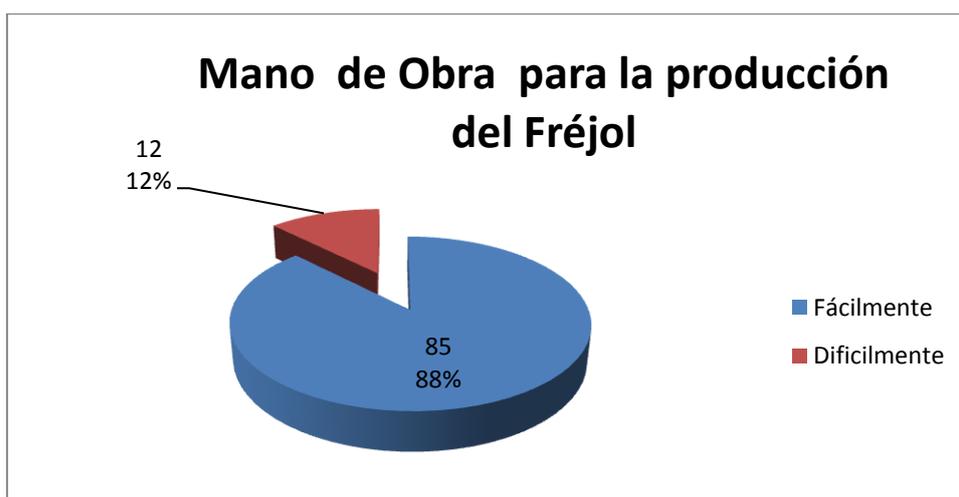
Análisis

Al conversar con los productores de fréjol del Valle de Chota y Pimampiro, señalan que algunos siguen utilizando las mismas técnicas de producción tradicional es que les enseñaron sus padres hace muchos años, las cuales

evidentemente muestran una mayor cantidad de rendimiento en la producción; cuentan que actualmente tienen que adquirir agroquímicos nuevos que causan más daño y deterioro al fréjol y al suelo. Otra parte de los productores han implementado nuevas prácticas agrícolas con la utilización de sistemas de producción que reducen la mano de obra, dañando al suelo y agravando la situación productiva.

Gráfico 8: Mano de obra necesaria para la producción del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Fácilmente	85	88
Difícilmente	12	12
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el Investigador

Análisis

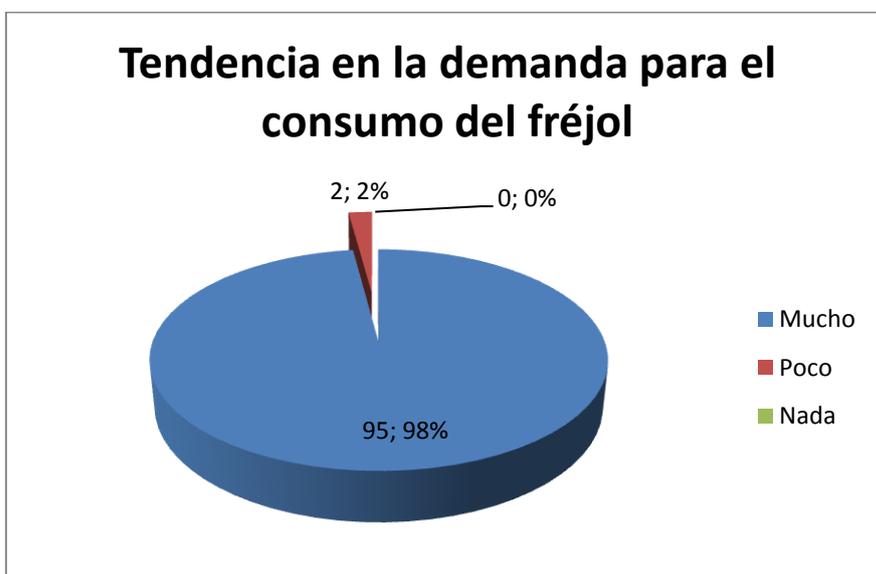
La producción de fréjol demanda mano de obra para su siembra, cosecha y el último proceso denominado trillar. Como es una actividad agrícola a la cual la mayoría de los habitantes de las zonas se han dedicado desde hace muchos años, es muy fácil encontrar mano de obra, cuando la remuneración es aceptable. En cuanto al proceso del trillado en donde los productores llevan el fréjol hacia la

carretera, específicamente a la panamericana norte para exponerlo al sol y luego trillar a golpes el fréjol utilizando barrillas; este proceso lo realizan en cada cosecha, a pesar de que gracias a la cooperación internacional del gobierno de España, recibieron espacios físicos apropiados contruidos para trillar el fréjol.

Es evidente que los productores no utilizan estos espacios ya que señalan que el asfalto de la panamericana permite trillar de una mejor manera al fréjol, por tal motivo será muy importante proponer a los productores el arreglo de estos espacios físicos, para que no se encuentren inutilizados y además no ocupen la mitad de la carretera ya que pueden ocasionar accidentes porque es un espacio destinado al trasporte de vehículos y no del trillado.

Gráfico 9: Tendencia en la demanda para el consumo del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mucho	95	98
Poco	2	2
Nada	0	0
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

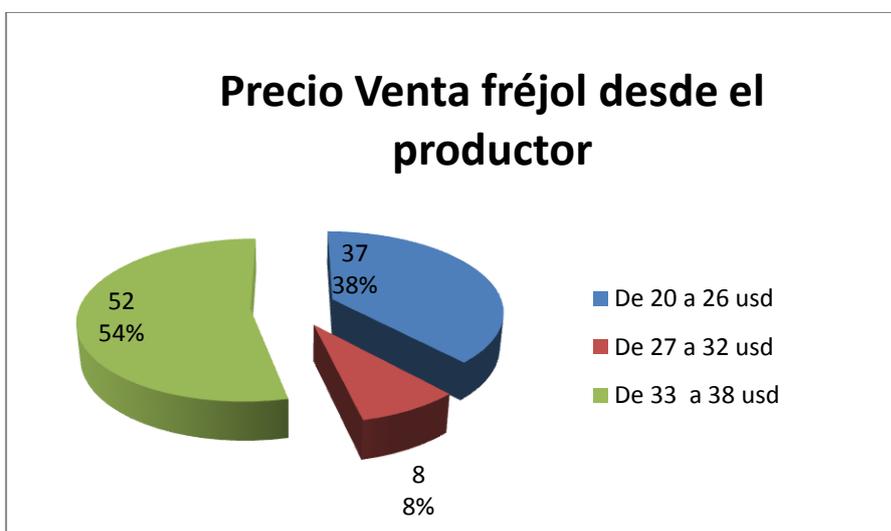
Elaborado por el Investigador

Análisis

El fréjol es uno de los componentes nutricionales en la dieta alimenticia de la mayoría de los ecuatorianos y colombianos por los beneficios nutricionales que genera, lo que ocasiona una demanda constante del producto durante todo año. Además es introducido en los sistemas de cultivo de la zona del Valle del Chota y Pimampiro, definiéndose como una respuesta al requerimiento para la generación de ingresos económicos y autoconsumo familiar, sobre todo por la baja inversión respecto a otros cultivos como: tomate, pimiento y cebolla.

Gráfico 10: Precio de Venta del fréjol desde el productor

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 20 a 26 Usd	37	38
De 27 a 32 Usd	8	8
De 33 a 38 Usd	52	54
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el Investigador

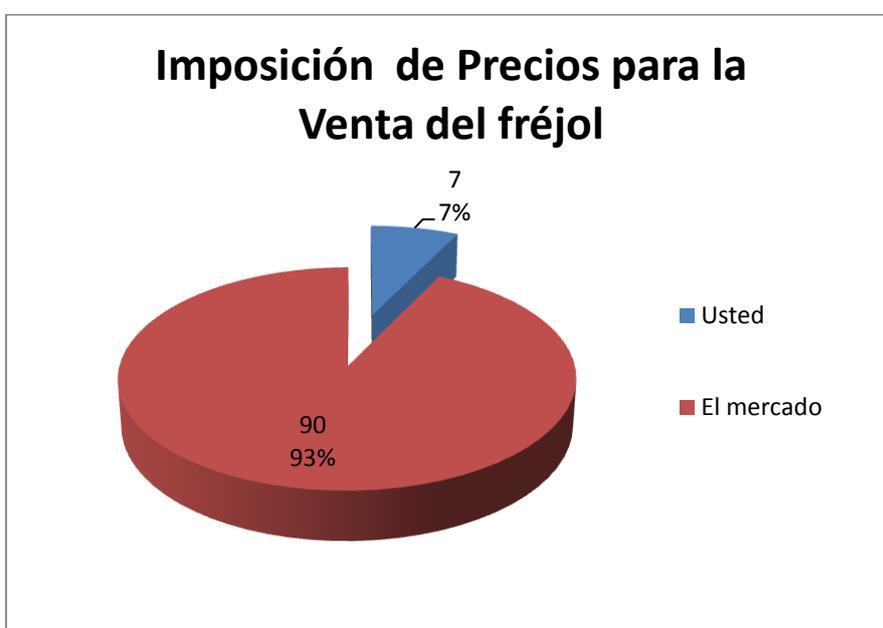
Análisis

Es muy importante anotar que en las zonas de producción del Valle de Chota y Pimampiro el rendimiento del terreno varía de acuerdo al tipo de suelo, la

aplicación de agroquímicos, los días de trabajo y el costo de mano de obra; siendo estos factores los determinantes en el precio de venta por quintal.

Gráfico 11: Imposición de precios para la venta del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Usted	7	7
El mercado	90	93
Otros	0	0
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el Investigador

Análisis

Cerca del 93% de la producción de fréjol en la zona del Valle del Chota y Pimampiro es vendida a los intermediarios locales, bien sea que se entregue en los mercados locales de Mira, Pimampiro e Ibarra, en las bodegas de acopio de los intermediarios, y en algunos casos los intermediarios lleguen en su propio transporte hasta las fincas de los productores a retirar el fréjol; un 7% de la producción es comercializada en forma directa por organizaciones de pequeños productores(as) de las zonas.

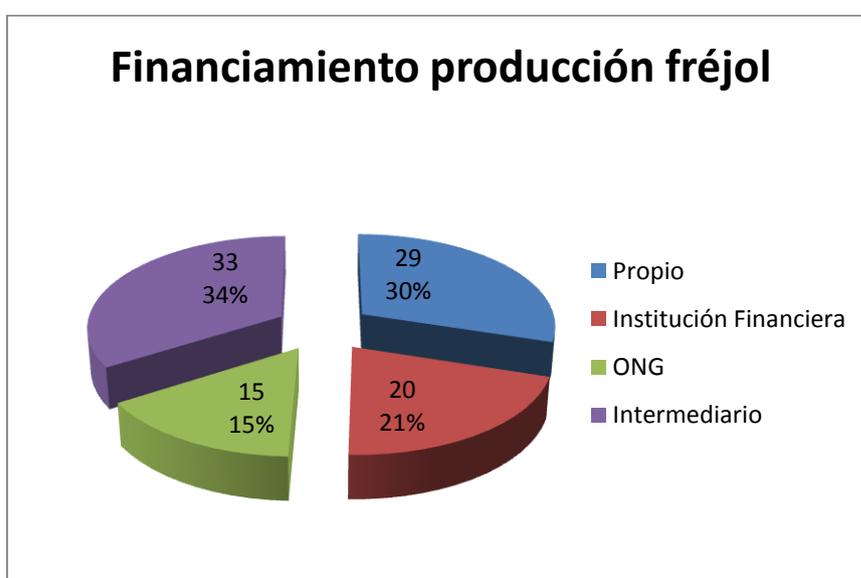
La formación del precio en finca depende de tres factores:

1. Precio frontera colombiana;
2. Ligado íntimamente al tipo de cambio; y,
3. Época de cosecha de producto.

Sin embargo, sea cual sea la situación de la frontera los intermediarios (locales y mayoristas) mantienen sus márgenes netos de utilidad, en este escenario el productor tiene poca capacidad de negociación e incidencia en el precio local.

Gráfico 12: Tipo de financiamiento para el cultivo de fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Propio	29	30
Institución Financiera	20	21
ONG	15	15
Intermediario	33	34
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

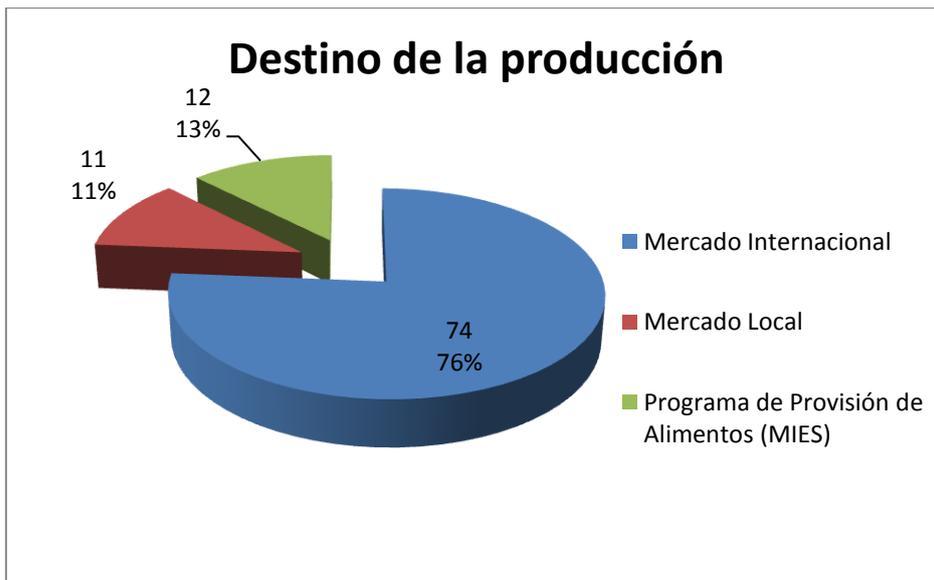
Elaborado por el Investigador

Análisis

Al realizar la indagación a los productores del Valle del Chota y Pimampiro sobre el financiamiento del cultivo del fréjol, señalan que una buena parte realiza sus préstamos agrícolas en el Banco Nacional de Fomento quien hipoteca una parte del terrero o en su totalidad, este dinero sirve para compra de semillas y abonos; otra parte de los productores financian la producción a través de los intermediarios, quienes entregan una cantidad de dinero a los productores generando poca posibilidades de incidencia en la definición del precio y distribución de la riqueza entre los actores. Entre los factores que dificultan la consolidación de propuestas de comercialización asociativa de fréjol se encuentran: la poca capacidad de maniobra que tienen los pequeños productores para actuar como actores decisores en la cadena frente a la capacidad financiera de los intermediarios locales; menor capacidad de manejo de la información de las plazas locales; y, limitados contactos con actores claves del mercado de la frontera norte.

Gráfico 13: Destino de la producción de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mercado Internacional	74	76
Mercado Local	11	11
Programa de Provisión de Alimentos (MIES)	12	12
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

Análisis

Según datos del INIAP, un 80% de la producción de fréjol del Valle del Chota, se dirige a la frontera norte, mientras que el 20% se lo destina al mercado interno.

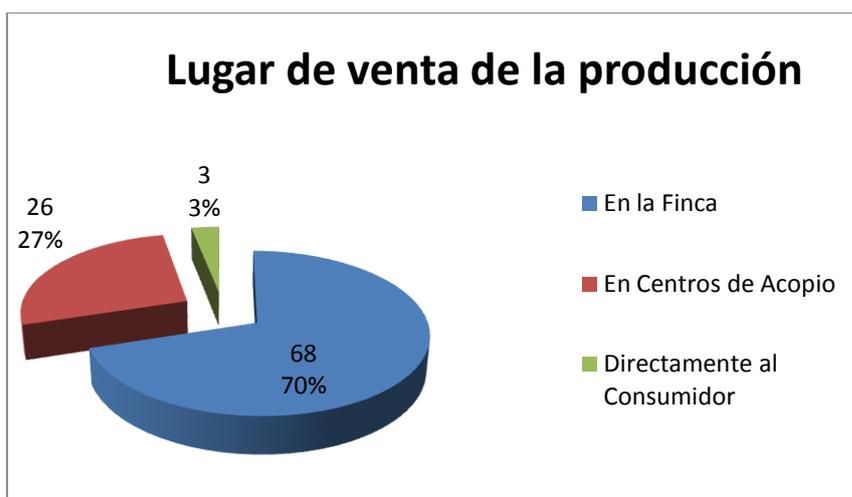
El destino principal del fréjol acopiado por intermediarios locales es:

- De las bodegas de Mira y Pimampiro va para los intermediarios mayoristas de Tulcán y luego al mercado colombiano;
- De las bodegas de Ibarra va al interior del país (Quito y Ambato), para el mercado local en Ibarra, Otavalo y Cayambe.

De esta manera, se configuran sistemas de acopio tradicionales manejados por intermediarios locales, quienes en su mayoría dependen de canales de comercialización colombianos; situación que incrementa el riesgo económico de las familias afro campesinas por la alta vulnerabilidad en las condiciones sociales, políticas y económicas en la frontera norte, además es importante denotar que el agricultor tienen poca capacidad de negociación e incidencia en la definición del precio en finca.

Gráfico 14: Lugares en donde se vende la producción del fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
En la Finca	68	70
En Centros de acopio	26	27
Directamente al consumidor	3	3
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

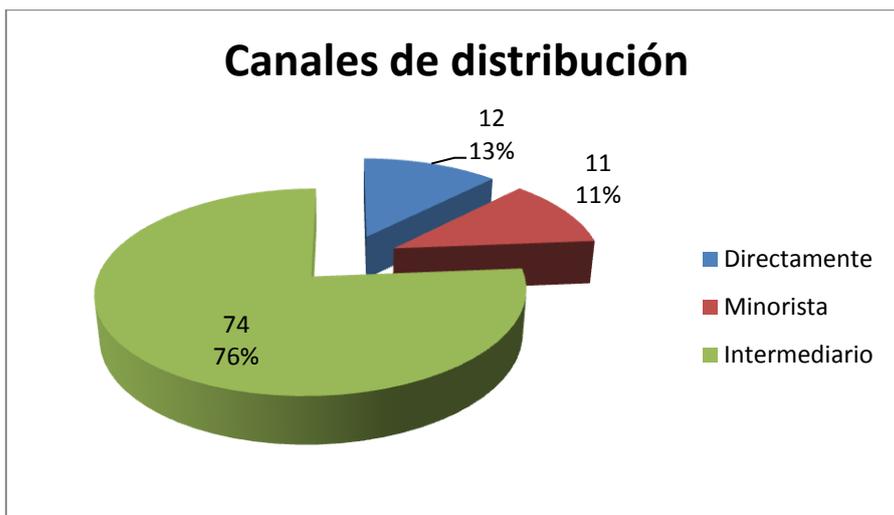
Elaborado por el investigador

Análisis

Frecuentemente los finqueros optan por vender la producción del fréjol directamente a los intermediarios para evitar gastos extras de transporte, carga y descarga, además los intermediarios han diseñado una red de compras en el sector encargándose de retirar el fréjol directamente desde las fincas, para transportar a las bodegas ubicadas en la ciudad de Tulcán.

Gráfico 15: Canal de distribución del fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro

DETALLE	FRECUENCIA	%
Directamente	12	12
Minorista	11	11
Intermediario	74	76
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

Análisis

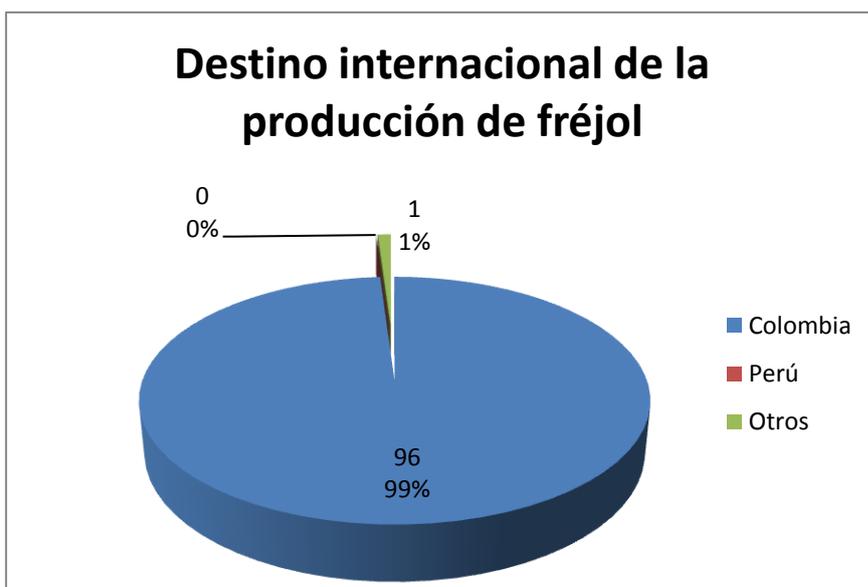
La mayoría de la producción de fréjol de las zonas del Valle del Chota y Pimampiro es vendida a los intermediarios locales, bien sea que se entregue en los mercados locales de Mira, Pimampiro, e Ibarra, mientras que en otros casos los intermediarios llegan en su propio transporte hasta la finca a retirar el producto.

En cuanto a un mínimo de productores quienes se han calificado en el MIES y en el sistema de compras públicas venden su producción al Programa de Provisión de Alimentos del MIES el cual se encarga de proveer varios programas a través de los cuales las instituciones del gobierno entregan alimentos a sectores de los grupos de atención prioritaria, entre ellos podemos citar:

- Programa Aliméntate Ecuador (PAE);
- Programa Nacional de Alimentación (PAN);
- Programa de Alimentación Escolar, dirigido a los niños y niñas de escuelas y colegios fiscales; y,
- Programa Mundial de Alimentos que se lleva a cabo con apoyo del PNUD.

Gráfico 16: Destino internacional del la producción de fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Colombia	96	99
Perú	0	0
Otros	1	1
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

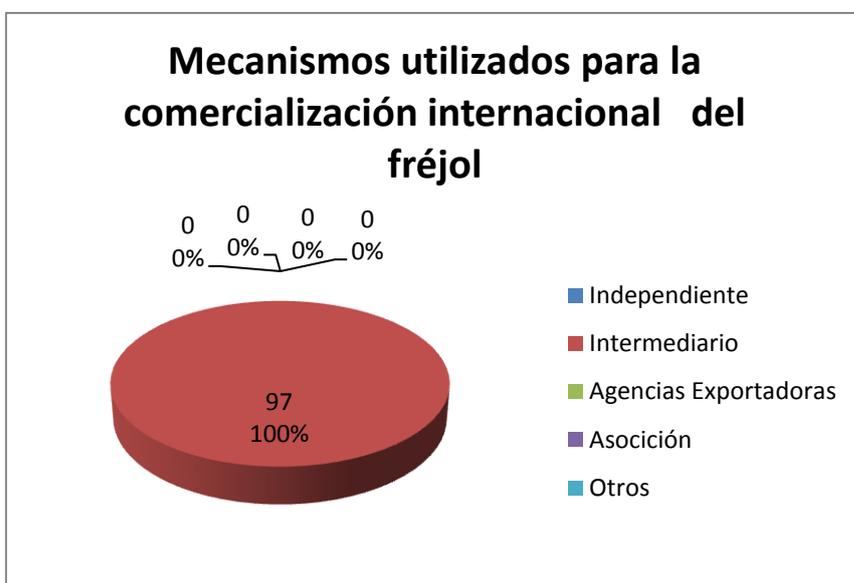
Elaborado por el investigador

Análisis

Casi en su totalidad, el destino de la producción de fréjol de Valle de Chota y Pimampiro tiene como destino final las ciudades ubicadas en el vecino país de Colombia, esto ya que el fréjol es muy apetecido porque es un componente fundamental en la dieta alimenticia de las personas.

Gráfico 17: Mecanismo utilizados para comercialización Internacional del fréjol producido en el Valle del Chota y Pimampiro

DETALLE	FRECUENCIA	%
Independiente	0	0
Intermediario	97	100
Agencias Exportadoras	0	0
Asociación	0	0
Otros	0	0
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

Análisis

Es muy importante denotar que el único sistema para la comercialización que se utiliza en el Valle del Chota y Pimampiro es a través de los intermediarios, quienes a su vez venden el producto en la ciudad de Tulcán, en donde intermediarios poseen contactos comerciales con importadores de fréjol en Colombia.

En cuanto a las asociaciones gremiales de productores de fréjol de estas zonas, existen algunas como el Consorcio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios del Valle de Imbabura y Carchi COVCAVIC; las

cuales abarcan las siguientes comunidades: Valle del Chota, San Rafael, El Tambo, Tumbatú, Pusir, Carpuela, Ambuquí, San Clemente, Juncal, Chalguyacu, Caldera, Piquiucho, Mascarilla, San Vicente de Pusir. Esta asociación se encuentra en el mercado desde el 2006, mantiene canales de venta con empresas de Quito (CAMARI, MCCH, Rantin Pak, Granos del Campo y otras) y con intermediarios mayoristas de Tulcán, quienes les han permitido acopiar el fréjol de asociados /as y no asociados; además han realizado pocas exportaciones directas a Cali – Colombia.

En Pimampiro existe la Asociación Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta UCICMA, la cual abarca las siguientes comunidades: El Inca, El Tejar, Los Árboles, Rumipamba, Buenos Aires, Guanupamba y San Juan, la cual se ha fortalecido solo en temas de producción.

Gráfico 18: Conocimiento de procedimientos del cultivo del fréjol para certificación orgánica.

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	20	21
No	77	79
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

Análisis

La mayoría de los productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro, señalan que en lo referente al abonado de las tierras, compran productos químicos y fungicidas a empresas quienes les entregan directamente los productos y señalan que son orgánicos; en el diálogo con los productores nos pudimos dar cuenta que la mayoría no conoce absolutamente nada de certificaciones de ningún tipo, peor aún de las certificaciones orgánicas; esto debido a que los intermediarios nunca solicitan este tipo de certificaciones, solo realizan transacciones económicas de la producción del fréjol cuando está listo para su consumo.

Gráfico 19: Participación en organizaciones y asociaciones de productores de fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro.

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	96	99
No	1	1
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

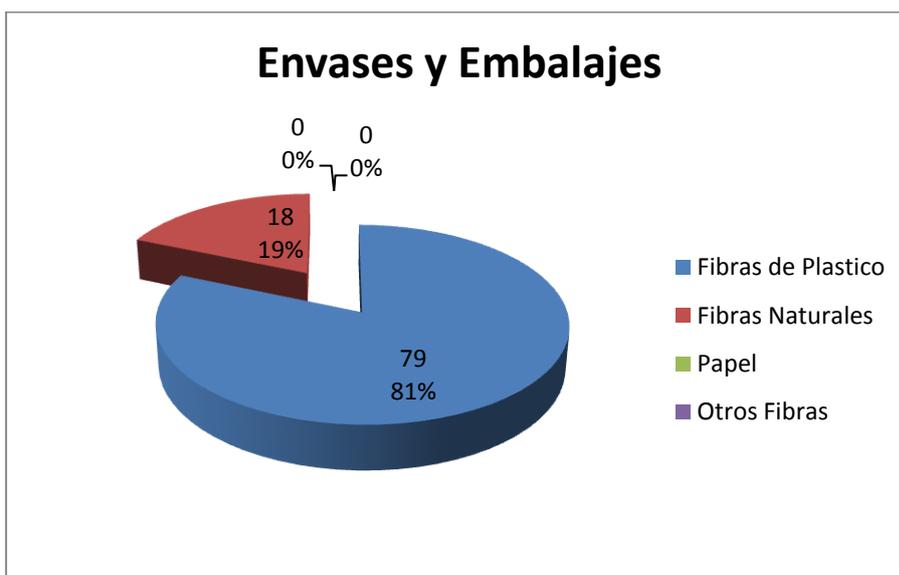
Elaborado por el investigador

Análisis

Los procesos asociativos y gremiales en las zonas del Valle del Chota y Pimampiro están muy bien consolidados, ya que existen gran cantidad de asociaciones de productores del fréjol.

Gráfico 20: Envases y embalajes utilizados para el fréjol

DETALLE	FRECUENCIA	%
Fibras de Plástico	79	81
Fibras Naturales	18	19
Papel	0	0
Otros Fibras	0	0
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

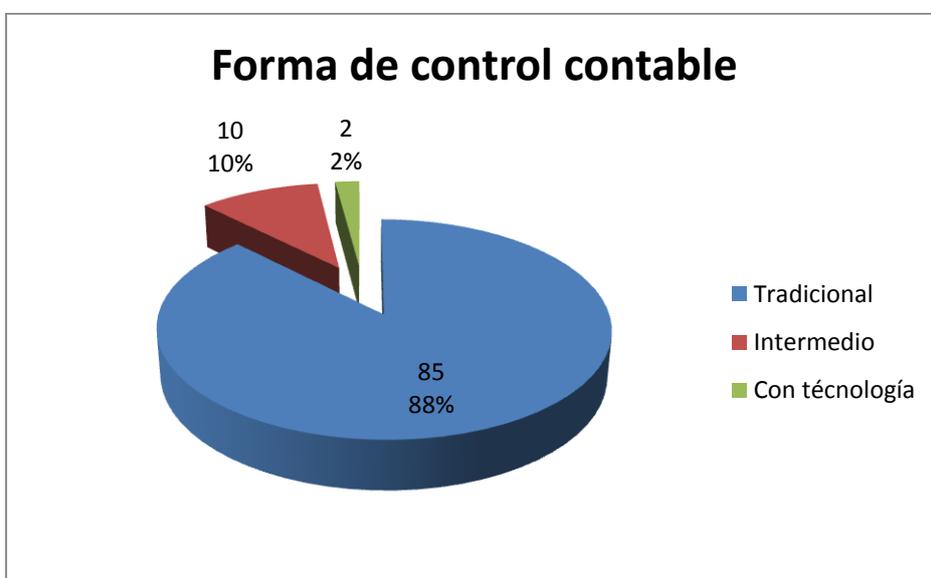
Análisis

En cuanto a los procesos de envasado y embalaje para el fréjol, los productores utilizan el sistema tradicional manual de forma que pesan el quintal y lo cierran; los quintales que más utilizan para el envase son los de fibras de plástico ya que

su costo es más económico y más fácil de encontrar en el mercado. Una pequeña cantidad de productores los envasan en costales de fibras naturales.

Gráfico 21: Utilización de alguna forma de control contable

DETALLE	FRECUENCIA	%
Tradicional	85	88
Intermedio	10	10
Con tecnología	2	2
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

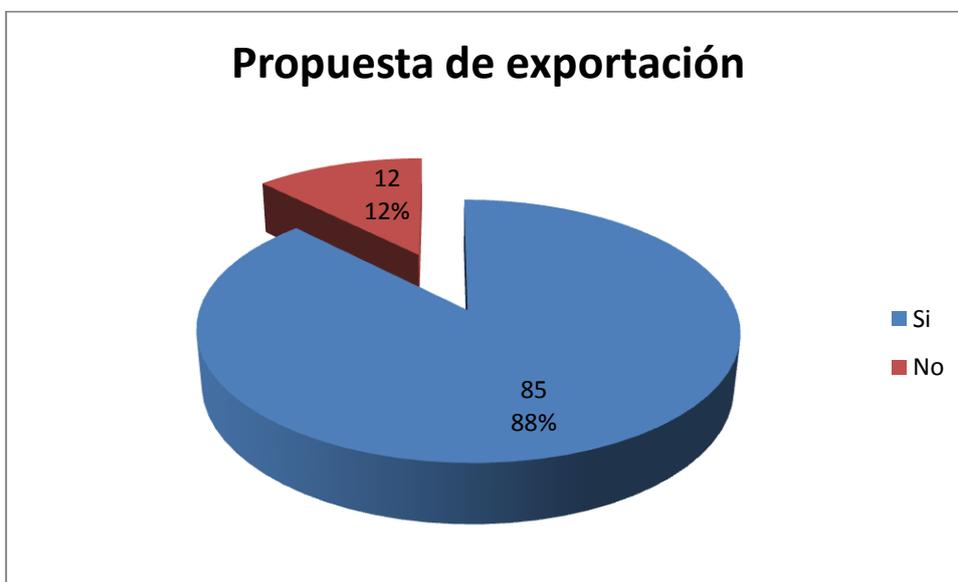
Análisis

La mayor parte de los productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro realizan sus transacciones contables de una forma tradicional y muchas veces sin apuntar sus ingresos y peor aún los egresos, esto ya que un buen porcentaje de productores tiene niveles de educación de primaria, un mínimo grupo de productores contrata contadores para que realicen sus trámites tributarios, así

como también un mínimo grupo lo realiza por su cuenta ya que sus familiares han adquirido una profesión.

Gráfico 22: Determinación para la decisión de exportar el fréjol producido en el Valle del Chota y Pimampiro.

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	85	88
No	12	12
TOTAL	97	100



Fuente: Encuesta productores fréjol, febrero 2011

Elaborado por el investigador

Análisis

Los productores señalan que una gran parte de la producción del fréjol de Imbabura y Carchi es destinada al mercado colombiano; sin embargo la mayor parte de productores no realiza la exportación ya que reconocen la poca capacidad de maniobra que tienen para actuar como actores decisores en la cadena frente a la capacidad financiera de los intermediarios locales; además

tiene muy poca capacidad de manejo de la información de las plazas locales y limitados contactos con actores claves del mercado de la frontera norte.

Es así que ellos señalan que estarían dispuestos a destinar toda su producción a la exportación, ya que pueden obtener ganancias directas y un muy buen pago por el quintal de fréjol, acabando de esta manera con los intermediarios quienes se aprovechan de sus necesidades más inmediatas, financiando la producción y pagando precios que no corresponden a los del mercado.

4.3 Discusión del Resultado de la Investigación

Es muy importante retroceder el análisis una época atrás para entender el proceso de producción del fréjol en los sectores del Valle del Chota y Pimampiro, en donde desde la década de los años 70, la aplicación de la Reforma Agraria facilitó la parcelación de las haciendas permitiendo la conformación de cooperativas las cuales puedan acceder a las tierras hasta 5 ha en el Valle de Chota y Juncal y 22 ha a las cooperativas de Pimampiro. En la década de los años 80, la crisis del Ingenio Azucarero presente en este sector y la construcción de un sistema de riego por parte del Estado, son factores que provocan la configuración de un nuevo tipo de productor campesino afro ecuatoriano, altamente ligado al mercado a través de cultivos de ciclo corto; ya en los últimos diez años se brinda el acceso a créditos del IERAC y BNF.

Este escenario es en el que se configuran cambios en los sistemas de producción que incorporan nuevos cultivos, entre estos el fréjol, frutales y hortalizas, definiéndose sistemas intensivos basados en el incremento del uso de abonos químicos, plaguicidas e insecticidas que generan lo que se denomina “agricultura campesina convencional”. El fréjol es introducido en los sistemas de cultivo de la zona definiéndose como una respuesta al requerimiento de generar ingresos económicos y autoconsumo familiar, sobre todo por la baja inversión respecto a otros cultivos (tomate, pimiento, cebolla). De esta manera, la incorporación del cultivo del fréjol en los sistemas de producción campesinos en reconstitución por efecto del acceso a tierras (aplicación de primera y segunda ley de reforma

agraria o compra de tierras a través de cooperativas campesinas), es uno de los elementos que se asocia a la caracterización de una agricultura campesina convencional.

En tal virtud, a raíz de estos cambios y nuevas oportunidades, se presenta una transición de sistemas de producción del fréjol, en donde a través del apoyo de instituciones del Estado encargadas de la investigación de nuevas semillas de mejor calidad se implementan nuevas variedades de semillas desarrolladas en centros de investigación del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias INIAP, las cuales tienen nombres propios de la zona como: injerto, capulí, paragachi, calima, blanco Imbabura y el imbabello; dentro de este análisis también se puede señalar que anteriormente se dio un uso excesivo de plaguicidas además de la intensificación de los sistemas de producción a través del incremento del uso de agroquímicos, lo que ha deteriorado las tierras provocando la disminución de los rendimientos de producción por hectárea.

Según datos del Sistema de Información y Censo Agropecuario del Banco Mundial, el cultivo de fréjol en el Ecuador se desarrolla mayoritariamente en pequeñas Unidades Productivas (UPAS), menores a 5 hectáreas y la superficie de cultivo en las provincias de Imbabura y Carchi supera las 26.000 hectáreas, siendo las provincias con la mayor producción a nivel nacional, con fréjol de buena la calidad el cual podría destinarse a la exportación a través de las asociaciones existentes en el Valle del Chota y Pimampiro; lo que permitirá crear un centro de acopio con un manejo desde los productores con orientación efectiva sobre procesos de exportación, así como también buscar el apoyo de organizaciones como la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversión (CORPEI), quienes tienen consultores y redes de contactos para la venta de productos elaborados en el Ecuador.

En cuanto a los procesos de comercialización cerca del 76% de la producción de la zona es vendida a los intermediarios locales, bien sea que se entregue en los mercados locales de Mira, Pimampiro e Ibarra, en las bodegas de acopio de los intermediarios, o bien sea que estos lleguen en su propio transporte hasta la finca a retirar el producto. El 11% es comercializado a minoristas en mercados locales

y un 12% de la producción es comercializada en forma directa por pequeños productores(as) al Programa de Provisión de Alimentos del MIES.

Según datos obtenidos del Ministerio de Agricultura en el 2009, sólo se logró comercializar aproximadamente 3.200 quintales de fréjol producido en el Valle de Chota y Pimampiro; el destino del fréjol acopiado por intermediarios locales fue:

- De las bodegas de Mira y Pimampiro va para los intermediarios mayoristas de Tulcán y luego al mercado colombiano,
- De las bodegas de Ibarra va al interior del país (Quito y Ambato), para el mercado local en Ibarra, Otavalo y Cayambe, y en menor proporción es enviado a Tulcán.

Es así que, de la información obtenida de los productores, un 76% de la producción del Valle del Chota y Pimampiro se exporta al mercado colombiano y apenas el 24% al consumo interno.

De esta manera, se establecen sistemas de acopio tradicionales manejados por intermediarios locales que en su mayoría dependen de canales de comercialización colombianos; situación que incrementa el riesgo económico de las familias campesinas afro ecuatorianas por la alta vulnerabilidad en las condiciones sociales, políticas y económicas en la frontera norte, además que los productores tienen poca capacidad de negociación e incidencia en la definición del precio en finca.

Al analizar la distribución de la riqueza generada en el sistema de acopio, poscosecha, comercialización y distribución de precios, podemos determinar que la imposición del precio en finca depende de tres factores principales:

- El precio del fréjol en la frontera colombiana.
- El tipo de cambio que afecta la determinación de los precios; y,
- Las épocas de cosecha de producto.

Sin embargo, cualquiera que sea la situación que determine la fijación de los precios, los intermediarios (locales y mayoristas) mantienen sus márgenes netos de utilidad, en este escenario el productor tiene poca capacidad de negociación e incidencia en el precio local.

Según una consultaría realizada en el 2009 por la corporación para el desarrollo “Tiempo Social” sobre la cadena de valor, señala que el productor de fréjol al realizar la transacción obtiene un margen neto del 30.34% por el trabajo de tres meses; mientras que los acopiadores de las bodegas locales obtienen 14.82% por 5 días de trabajo y los distribuidores mayoristas de la frontera colombiana en Pasto obtienen un 10.54% perdiendo 25.36% del precio de venta en la exportación, debido a la poca capacidad de negociación del precio de los productores.

Es así que la propuesta para la exportación del fréjol del Valle del Chota y Pimampiro constituye una gran alternativa para que los productores obtengan precios justos por su producción, mejorando la calidad de vida de los productores, creando más plazas de empleo necesarias para la comercialización.

4.4 Contratación de Preguntas de Investigación del Problema con los Resultados

Luego de realizar la tabulación y análisis de la información primaria obtenida con los productores directos de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro se procede a realizar la siguiente contratación de las preguntas de Investigación:

- ¿Cuál será la cantidad de oferta exportable de fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro y también cual será la demanda existente en Colombia?

Al realizar una análisis sobre la cantidad de producción de fréjol se puede determinar que esta ha ido incrementando cada año en cantidades moderadas ya que los productores han recibido constante apoyo del Instituto Nacional Autónomo

de Investigaciones Agropecuarias INIAP, quienes han entregado nuevas semillas mejoradas así como capacitación constante en técnicas para la siembra y el cultivo, lo que ha permitido mejorar la calidad del fréjol cumpliendo con las características técnicas para la exportación.

Al conversar con los productores de fréjol de la zona se pudo determinar que se produce un promedio de 6680 quintales de fréjol anuales los cuales se podrían destinar a las exportaciones, eso fuera de los pequeños productores que son quienes destinan su producción al mercado local.

Dentro de esta investigación se pudo determinar que existe un promedio similar o igual de producción de fréjol en el cantón Mira, el cual pertenece a la provincia del Carchi, en donde de igual forma se destina más de un 80% a la venta a intermediarios quienes se encargan de llevarlo y exportarlo a Colombia.

En lo que respecta al análisis sobre la demanda del fréjol desde Colombia se pudo notar que es un importante alimento en la dieta de los colombianos, debido a su alto nivel nutricional y a su bajo precio, además de ser complemento diario de sus menús alimenticios; además del conocimiento histórico de los productores sobre el destino final de la producto, en cual es el vecino país de Colombia.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia en el 2010, señala que la producción nacional en Colombia no satisface la demanda interna, por lo que se debe importar fréjol. El principal proveedor de las importaciones es Ecuador, debido a su excedente en la producción y a su cercanía geográfica y comercial (CAN).

Las importaciones entran a Colombia durante todo el año, ya que durante el segundo semestre, la producción nacional satisface la demanda interna; la producción de fréjol se da en dos ciclos durante el año.

Según datos del DIAN al 2010, el 40% del fréjol seco importado entra por Buenaventura, Ipiales 37%, Cartagena 17.7% y Barranquilla el 4%, con una cantidad de 31.786 toneladas importadas anualmente, es decir la demanda anual de fréjol desde Colombia. Los principales mercados de destino de estas importaciones son: Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca el Atlántico.

Las variedades de fréjol más importadas por el vecino país son: el Injerto, Capulí, Guandúl y Paragachi que provienen principalmente de Ecuador; y otras variedades de México, Estados Unidos, Canadá y China.

Es así que Colombia es importador de fréjol y no cuenta obviamente con oferta exportable. Por lo que el diseño de un plan para la exportación del fréjol producido en el Valle del Chota y Pimampiro permitirá ofrecer la producción de calidad de esta zona aprovechando la oferta exportable y la ventaja comercial por la cercanía de los dos países; además de las preferencias arancelarias al pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

- ¿Quiénes se beneficiarían directa e indirectamente con la comercialización y exportación del fréjol?

De los resultados obtenidos en la investigación se puede determinar que los beneficiarios directos de la utilidad al desarrollar el proceso de exportación son los intermediarios locales, quienes poseen bodegas de acopio en Pimampiro, Mira e Ibarra; quienes posteriormente lo trasladan a intermediarios mayoristas ubicados en el Pasto-Colombia, el cual sería la última persona que recibe réditos económicos, los cuales les corresponderían a los productores del fréjol del Valle del Choya y Pimampiro quienes producen y entregan su esfuerzo de trabajo.

Además algo que contribuye a favor de los intermediarios en el proceso de comercialización y exportación del fréjol; es la poca capacidad de negociación que tiene el productor, el cual no incide en la definición del precio que le pagan, situación que origina variaciones monetarias y un escenario de incertidumbre en sus márgenes netos.

Dentro de estos procesos de comercialización surgen varios beneficiarios indirectos, entre ellos los transportistas quienes son contratados para llevar el fréjol hasta la frontera, además de los detallistas en el vecino país Colombia, quienes adquieren el fréjol para luego venderlo al consumidor final.

- ¿Cuáles serán las estrategias y mecanismos de comercialización los más adecuados para establecer los nichos de mercado?

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los productores, se identifica la necesidad de poseer un centro de acopio que sea manejado por los miembros de las asociaciones de productores, quienes serán los que oferten el fréjol a los clientes del mercado internacional; evitando de esa forma la presencia de intermediarios quienes fijan los precios de acuerdo a su conveniencia y beneficio propio ya que dentro del proceso de la definición del precio para el canal del fréjol, los intermediarios ganan un buen porcentaje al realizar la venta en el vecino país de Colombia, es así que el Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, hacia el mercado Colombiano, permitirá identificar mecanismo y estrategias para la exportación.

En cuanto a la búsqueda y establecimiento de nichos de mercado, los productores al estar asociados y poseer un centro de acopio podrán encontrar compradores en el vecino país de Colombia muy fácilmente, ya que son ellos quienes poseen el producto, además trabajaran directamente con asesores comerciales de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversión CORPEI, quienes tiene agentes comerciales en todo el mundo, con el objetivo de apoyar a la comercialización y exportación de los productos ecuatorianos.

- ¿Cuáles serán los procedimientos, requisitos y trámites de exportación para el fréjol, los más convenientes para comercializarlo al mercado internacional?

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (2011), las exportaciones deberán estar acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2011), el trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

La Fase de Pre-embarque: En donde se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

La Fase Post-Embarque: En esta fase se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), definitivo (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El Sistema Interactivo de Comercio Exterior validará la información de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU), contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU).

Numerada la Declaración Aduanera de Exportación (DAU9, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera de Exportación (DAU), impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- Corporación para la promoción de exportaciones e inversión (CORPEI).

CAPITULO V

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

Propuesta para la Implementación de un Centro de Acopio de fréjol en el Valle del Chota para su exportación a Colombia

5.1 Antecedentes

El fréjol es la leguminosa de grano de consumo humano directo más importante en el planeta; ocupa el octavo lugar entre las leguminosas sembradas en el mundo según datos del proyecto SICA del Banco Mundial. Para la población ecuatoriana constituye una de las principales fuentes de proteína y carbohidratos.

Según la Corporación para la promoción de Exportaciones e Inversión (CORPEI), al 2009, en el Ecuador, principalmente en la región sierra, las leguminosas son componentes de los sistemas de producción, ya que son cultivadas en asociación, intercaladas, en monocultivos o en rotación con otros cultivos; por tal motivo juega un papel muy importante en el manejo sostenible de la agricultura y la alimentación, por lo que genera empleo, alimento e ingresos económicos a pequeños, medianos y grandes agricultores, que tratan de satisfacer la demanda interna y externa. Este producto es componente principal en la dieta alimenticia de la población y participa con el 57% de la oferta mundial de leguminosas.

Actualmente el fréjol se ha constituido en un rubro muy dinámico en nuestro país, debido a ello su cultivo representa una importante alternativa de producción para miles de agricultores de la sierra, costa y oriente de nuestro país; sin embargo, una serie de limitaciones derivadas al escaso uso de técnicas adecuadas para la comercialización, hacen que no se aprovechen eficientemente

las condiciones agro climáticas excepcionales que ofrece nuestro país para producir y ofertar productos alimenticios de gran calidad al mercado internacional.

Aunque el fréjol nacional es apetecido en el mercado externo por su gran calidad, las exportaciones de fréjol desde el Ecuador son poco representativas, ya que la producción nacional es adquirida por intermediarios locales y de la región norte del Ecuador, quienes se encargan de exportarlo al vecino país de Colombia.

Según Agricultural Products in Brasil, Datamonitor, Market Line, el mercado global de fréjol generó un ingreso total de 3,480 millones de dólares en el 2008, además las tendencias de consumo de fréjol en algunos países como México y Brasil se ubican entre los 12 y 15 kilogramos por persona en un año; según PROEXPOR Colombia, en este país el consumo se ubica en los 3,86 kilogramos por persona al año; sin embargo, existen algunas regiones del país como el departamento de Antioquia donde el consumo promedio puede alcanzar los 12 kilogramos al año.

Las ciudades que más consumen fréjol en Colombia son: Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla, en algunos casos como el de Medellín, su producción no satisface las necesidades del mercado, por ello deben comprar el grano a otras regiones.

Además el fréjol está considerado dentro de la canasta básica familiar por su alto contenido de proteínas, carbohidratos y minerales; sus granos contienen proteínas, vitaminas, minerales y fibras solubles (pectinas), los cuales poseen efectos en la prevención de enfermedades del corazón, obesidad y tubo digestivo. Es por ello, que importantes instituciones médicas a nivel mundial vienen promoviendo su consumo convirtiéndolo en un producto comercialmente atractivo.

Existen numerosas razones por las cuales la comercialización del fréjol se presenta como una gran oportunidad para incursionar por primera vez en el mercado internacional, pero como todo negocio, requiere de preparación, esfuerzo y colaboración para realizarlo con éxito.

5.2 Justificación

Los productores de fréjol del Valle de Chota y Pimampiro reconocen que la presencia de los comerciantes intermediarios afecta el proceso de comercialización debido a la buena calidad del fréjol que producen, ya que entregan el producto a intermediarios que ofrecen un precio atractivo para el productor, quienes castigan en el precio al producto. Esto se debe a la falta de una organización adecuada que permita comercializar los volúmenes producidos en mercados seguros, con precios estables para que no disminuya el ingreso de la familia campesina.

Por tal motivo, las perspectivas para la exportación de fréjol son muy amplias debido a las facilidades geográficas con Colombia y a los acuerdos alcanzados en la Comunidad Andina de Naciones, los cuales favorecen los productos de los países miembros.

Es así que se propone el desarrollo de un Plan para la Exportación del fréjol producido en el Valle del Chota y Pimampiro cuyo destino principal es el país de Colombia, y se plantea ingresar este grano dentro de los productos no tradicionales de exportaciones ecuatorianas para satisfacer la demanda de fréjol en el mercado colombiano.

En tal virtud, se ha visto la necesidad de realizar un Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, hacia el mercado colombiano, puesto que se considera una muy buena alternativa de exportación para esta región.

La realidad macroeconómica ecuatoriana ha experimentado una indiscutible mejora a raíz de la adopción de nuevas políticas por parte del Estado para la producción, a través del fortalecimiento técnico a los productores así como también las nuevas alternativas de financiamiento directo y concursables, las cuales permitirán que este sector sea más competitivo.

Considerando la situación actual de la producción de fréjol en la región norte de nuestro país, se vuelve imprescindible volcar todos los esfuerzos para el incremento de las exportaciones en este sector.

Se hace necesaria entonces, la elaboración de estrategias que permitan garantizar un desarrollo sostenido del sector productivo y exportador del fréjol.

5.3 Base Teórica de la Propuesta

El Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano, se sustenta en los principios del Comercio Internacional según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, específicamente en el régimen de la exportación a consumo, el cual clarifica la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio ecuatoriano, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

5.4 Objetivos

General

- Articular eficientemente los procesos para la comercialización del fréjol mediante la implementación de un centro de acopio, para su exportación a Colombia.

Específicos

- Establecer la estructura de un centro de acopio determinando la misión, visión y políticas, estableciendo el manual de funciones y flujograma de procesos para la exportación del fréjol dentro de la asociación de productores del Valle del Chota y Pimampiro.
- Desarrollar un análisis de la balanza comercial de fréjol con el vecino país de Colombia, evaluar los países exportadores, importadores, las imposiciones

arancelarias y los estándares de calidad y certificaciones sanitarias necesarias para su exportación.

- Determinar los procedimientos, mecanismos y requisitos necesarios para la exportación del fréjol hacia el mercado colombiano.
- Establecer un análisis económico financiero para la implementación del centro de acopio.

5.5 Descripción de la Propuesta

La propuesta que se plantea para solucionar el problema, es un Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano, en el cual se detallarán los pasos a seguirse secuencialmente para la exportación de fréjol hacia el vecino país de Colombia, así como también las funciones y procesos para la implementación de un centro de acopio.

En cuanto al proceso de exportación, se realizó el análisis de la balanza comercial del fréjol entre Ecuador y Colombia, la partida arancelaria, la evaluación de la demanda de fréjol desde el vecino país de Colombia, los tipos de envases y embalajes necesarios para la exportación, las certificaciones de calidad y orgánicas, así como los requisitos para ser exportador y los procedimientos de exportación en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Como complemento de la parte administrativa, se elaboraron flujogramas de procesos para el centro de acopio así como para la exportación definitiva, un manual de funciones, el diseño de la infraestructura necesaria para la puesta en marcha del centro de acopio y la evaluación económica y financiera.

5.6 Beneficiarios

Con la implementación del proyecto, se pretende llegar a más de 130 productores de fréjol que poseen desde una hectárea hasta cinco hectáreas en el Valle del Chota y Pimampiro, pertenecientes a las asociaciones COPCAVIC en el Valle del Chota y UCICMA en Pimampiro.

5.7 Diseño Técnico de la Propuesta

5.7.1 Colombia

5.7.1.1 Datos geográficos

Según la enciclopedia Wikipedia, la República de Colombia posee una superficie de 1.141.748 km², de los que algo menos del 45% de su superficie es destinada a la agricultura, dedicada en una quinta parte al cultivo del café. Está situada en el extremo noroeste de América del Sur. Es el cuarto país en extensión del continente y el único cuyas costas (2.900 km) están bañadas a la vez por el mar Caribe al norte y el océano Pacífico al oeste. Pertenecen a Colombia dos islas en el Caribe: San Andrés y Providencia. El relieve colombiano se caracteriza fundamentalmente por las tres cadenas montañosas del sistema andino que atraviesan el país de norte a sur en su mitad oriental, cubriendo más de la tercera parte de la superficie.

Colombia es un país urbano, según el censo realizado en 2005, la cifra total de personas que residen habitualmente en el país es de 41.242.948. Adicionalmente, la cifra de colombianos que residen en el exterior es de 3.331.107 habitantes.

5.7.1.2 Marco político

Colombia es un país con un sistema democrático regulado por la Constitución de 1991. La Constitución colombiana establece un régimen descentralizado con 32 Departamentos, 1024 Municipios, un Distrito Capital (Bogotá) y los territorios indígenas.

Existen tres ramas del poder público que son autónomas e independientes entre sí. La rama Ejecutiva está representada por el Presidente de la República, figura que agrupa las funciones de Jefe de Estado, Jefe de Gobierno y la primera autoridad administrativa. Es elegido por voto popular del pueblo colombiano para un período de cuatro años no renovable. El gabinete de ministros es nombrado por el Presidente de la República.

La rama Legislativa, es la encargada de elaborar las leyes y ejercer el control político sobre el Gobierno y la Administración. Su órgano exclusivo es el Congreso, integrado por el Senado y la Cámara de Representantes. Los congresistas son elegidos por voto popular por un período de cuatro años. En los Departamentos existen las llamadas Asambleas Departamentales y en los Municipios los Consejos Municipales.

La rama Judicial es la encargada de administrar la justicia. Tres son los órganos que la encabezan: la Corte Suprema de Justicia (máximo tribunal de la justicia ordinaria), la Corte Constitucional (que vela por el cumplimiento de la Constitución) y el Consejo de Estado (máximo tribunal de la jurisdicción contencioso - administrativa).

5.7.1.3 Información general de Colombia

Para un período de permanencia en Colombia inferior a 90 días, en el país no es necesario visado. En este caso, lo conceden al llegar al aeropuerto, las autoridades de inmigración, previa presentación del pasaporte en vigor, y puede prorrogarse mediante solicitud presentada a la Dirección de Extranjería en Bogotá o a cualquier Dirección Seccional en cualquier capital de departamento del país. Si la estancia es superior a ese período, es necesario solicitar visado ante la Embajada o Consulados de Colombia.

No se exige el pago de ninguna tasa de entrada; a la salida debe pagarse una tasa en el aeropuerto de aproximadamente 26 dólares, cuando la estancia en el país ha sido inferior a 2 meses y de 52 dólares si ha sido superior.

La totalidad del territorio colombiano comparte un mismo horario. El horario general de oficinas es de 8:00 a 12:00 y de 13:00 a 17:30.

El peso colombiano es la moneda colombiana (PS o \$). Existen billetes de 1.000, 2.000, 5.000, 10.000, 20.000 y 50.000 pesos y monedas de 50, 100, 200, y 500 pesos.

5.7.1.4 Relaciones multilaterales

Colombia mantiene unas estrechas relaciones con las principales zonas económicas mundiales, incluyendo Estados Unidos su principal socio comercial, la Unión Europea y Ecuador su país vecino. Además, el país ha favorecido e impulsado acuerdos comerciales con terceros países y diversos procesos de integración regional.

Al ser vecino país de Ecuador, siempre ha existido una relación comercial tanto de importaciones como exportaciones entre las dos naciones y una de ellas ha sido desde algunos años la exportación de fréjol.

5.7.2 Bloques económicos

5.7.2.1 La Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Según su publicación en marzo de 2011 en su página web, es una organización subregional con personalidad jurídica internacional. Está formada por Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, además de los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración (SAI). Sus antecedentes se remontan a 1969 cuando se firmó el Acuerdo de Cartagena, también conocido como Pacto Andino. La CAN inició sus funciones en agosto de 1997.

La CAN ha llevado a cabo una integración comercial caracterizada por: zona de libre comercio, arancel externo común, normas de origen, competencia, normas técnicas, normas sanitarias, instrumentos aduaneros, franjas de precios, sector automotor y liberalización del comercio de servicios.

En el campo de las relaciones externas, la CAN mantiene negociaciones con: Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Panamá, Centroamérica y la Comunidad del Caribe (CARICOM); relaciones con la Unión Europea, Canadá y EEUU; participa en el Área de Libre Comercio (ALCA) y en la Organización Mundial de Comercio (OMC); todos los países miembros tienen una política exterior común.

Asimismo, este organismo ha realizado grandes esfuerzos para conseguir una integración física y fronteriza en materia de transporte, infraestructura, desarrollo fronterizo y telecomunicaciones, además de una integración cultural, educativa y social.

La CAN realiza tareas de coordinación de políticas macroeconómicas, propiedad intelectual, inversiones, compras del sector público y política agropecuaria común.

5.7.2.2 Asociación Latinoamericana de Integración ALADI

Son países originarios de la ALADI signatarios del Tratado de Montevideo de 1980: la República Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, la República Federativa del Brasil, la República de Chile, la República de Colombia, la República del Ecuador, los Estados Unidos Mexicanos, la República del Paraguay, la República del Perú, la República Oriental del Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela.

Posteriormente, el 6 de noviembre de 1998, la República de Cuba fue aceptada como país miembro en la décima reunión del Consejo de Ministros por la resolución 51, pasando a ser miembro pleno de la ALADI el 26 de agosto de 1999, luego de haber cumplido las formalidades pertinentes.

Pueden ser parte de la ALADI aquellos países latinoamericanos que así lo soliciten (Artículo 58 del TM80) y sean aceptados, previa negociación con los países miembros, conforme al procedimiento establecido por la resolución 239 del Comité de Representantes.

Corresponde al Consejo de Ministros aceptar la adhesión de un país como miembro de la ALADI, decisión tomada por el voto afirmativo de los dos tercios de los países miembros y sin que exista voto negativo.

5.7.3 Análisis del la balanza comercial del fréjol

5.7.3.1 Exportaciones ecuatorianas

Según datos obtenidos de las estadísticas del Banco Central del Ecuador hasta octubre del 2011, las exportaciones de fréjol en los últimos cinco años decrecieron a un promedio anual del -84,90% en valores FOB, pasando de USD 1.432,39 millones exportados en el 2010 a USD 216,65 millones hasta octubre del 2011.

El año 2010 fue el de mayor exportación, cuando se exportaron USD 1.432,39 millones equivalente a un incremento del 96,12% con respecto al año 2009. El número de toneladas exportadas fue mayor de 1.327,77 mil.

Cuadro 3 Exportaciones ecuatorianas de fréjol

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FRÉJOL				
PERIODO	VALOR FOB (MILES DE USD)	TONELADAS	VARIACIÓN FOB	VARIACIÓN TONELADAS
2007	9	15		
2008	3	6	-6	-9
2009	688	579	685	573
2010	1432	1328	744	749
oct-11	217	144	-1216	-1184

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por el investigador

5.7.3.2 Partida arancelaria

Para este análisis estadístico hemos identificado la partida arancelaria del fréjol en el arancel nacional basado en la decisión 507 de la Comisión de la comunidad Andina, publicado en la página web del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, el cual se encuentra en el capítulo 07, con las partidas arancelarias

correspondientes a: hortalizas, plantas, raíces y tubérculos que se detalla a continuación.

Cuadro 4 Partida arancelaria del fréjol

Partida	Descripción
0713.33	Frijol (fréjol, poroto, alubia, judía) común (<i>Phaseolus vulgaris</i>):
Subpartidas:	
	Los demás

Fuente: Aduanas del Ecuador

Elaborado por el investigador

5.7.3.3 Principal destino de las exportaciones de fréjol ecuatoriano

Según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, el 85,58% de las exportaciones de fréjol entre 2007-2011 se dirigieron al mercado colombiano, al mismo que se ha exportado USD 13494 millones en este mismo periodo.

El restante 6% de las exportaciones ecuatorianas se destinan a mercados tales como: Estados Unidos con un 4.98% y República dominicana con el 3.67%.

Cuadro 5 Principal destino de las exportaciones de fréjol ecuatoriano

Principales destinos de las exportaciones ecuatorianas de fréjol					
Valor FOB, Miles de USD					
País	2007	2008	2009	2010	2011
Colombia	8867	3723	164	645	96
Estados Unidos	38	176	174	332	65
República Dominicana	165	138	36	240	0
Puerto Rico	0	0	56	86	24
Trinidad y Tobago	0	0	110	0	0
Perú	124	75	0	0	0
España	75	25	0	0	1
Alemania	25	0	0	0	0
Canadá	0	0	31	52	0
Guadalupe	0	0	117	53	31

Antillas Holandesas	0	0	0	26	0
TOTAL GENERAL	9294	4137	688	1432	217

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por el Investigador

Como aporte al análisis anterior, se presentan a continuación los datos obtenidos de International Trade Centre, sobre los 2 principales destinos de fréjol ecuatoriano, en donde se observa concordancia con los datos presentados en la gráfica anterior, donde Colombia es el principal destino en el año 2010, vemos además que el fréjol ecuatoriano representa el 97% de las importaciones colombianas y el 3% de las importaciones estadounidenses.

Cuadro 6 Principales mercados importadores de fréjol producido en el Ecuador.

Principales mercados del fréjol					
Indicadores comerciales					
Importadores	Participación de las exportaciones para Ecuador (%)	Cantidad exportada en 2010	Valor unitario (USD/unidad)	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2006-2010
Total	100	31	3194	100	3
Colombia	97	30	3200	16	5
Estados Unidos	3	1	3000	4	4

Fuente: TRADE MAP

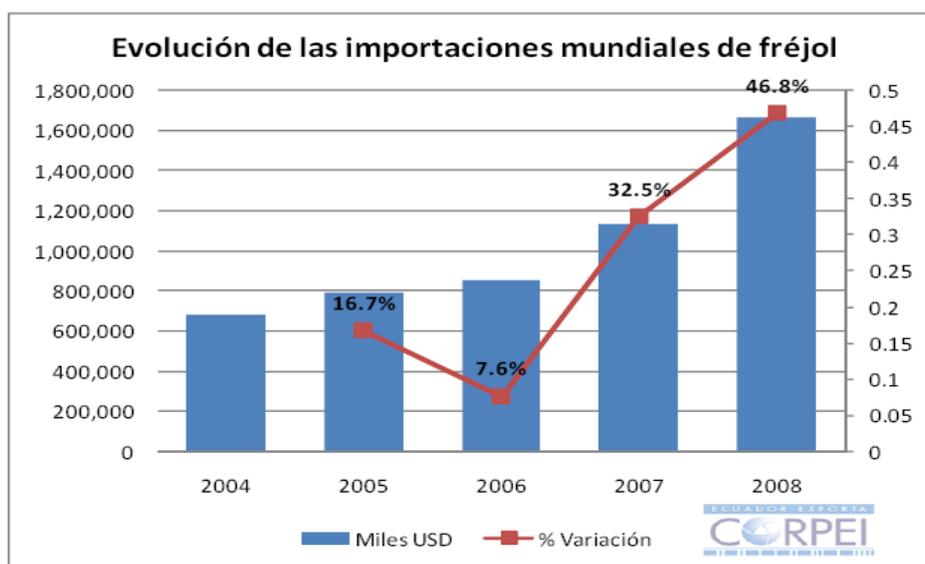
Elaborado por el investigador

5.7.3.4 Importaciones Mundiales de fréjol

Según la International Trade Center de la Organización de las Naciones Unidas para el comercio, las importaciones mundiales de fréjol crecieron de USD 681.9

millones en el 2004 a USD 1.67 billones en el 2008, con un crecimiento promedio anual del 29%. Fue particularmente importante el crecimiento registrado en el año 2008 (46.8%), donde las exportaciones fueron de USD 530 millones más que el año 2007. Se han exportado un total de USD 5.33 billones en el periodo 2004-2008 por concepto de este producto.

Gráfico 23 Evolución de las importaciones mundiales de fréjol



Fuente: TRADE MAP

Elaboración: CICO-CORPEI

5.7.3.5 Principales Países Importadores

Según la International Trade Center de la organización de las Naciones Unidas para el comercio, de los USD 788 millones exportados en el 2010, Francia es el principal importador mundial, con USD 120 millones (15.3% del mercado mundial); Reino Unido es el siguiente importador en el mundo, con USD 112.4 millones y una participación del 14.2% de las importaciones mundiales. Otros mercados importantes son España y Países bajos, que participan del 12.9% y 11.6% de las importaciones mundiales, respectivamente. Estados Unidos importó USD 89 millones, mientras que Bélgica USD 59 millones.

De los principales exportadores restantes: Canadá, Alemania, Italia, Suiza, Singapur, Portugal y Japón, representan cantidades similares entre un 3% y 4% de las importaciones mundiales.

Cabe señalar que los principales 20 importadores mundiales representan el 76% del Mercado.

Cuadro 7 Análisis de los principales países importadores de fréjol

Principales países importadores de fréjol						
Rank	Importadores	Valor importada en 2010 (miles de USD)	Cantidad importada en 2010	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2010 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2010 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Mundo	788.407	480.504	3	2	100
2	Francia	120.408	46.662	-	2	15
3	Reino Unido	112.141	34.221	(3)	1	14
4	España	101.925	91.746	7	(6)	13
5	Países Bajos (Holanda)	91.593	44.771	9	10	12
6	Estados Unidos de América	89.021	59.112	12	23	11
7	Bélgica	59.074	69.584	(2)	(5)	8
8	Canadá	49.972	24.765	3	2	6
9	Alemania	38.735	19.180	(3)	(10)	5
10	Italia	31.179	15.530	4	(5)	4
11	Suiza	11.023	3.275	7	(1)	1
12	Singapur	10.995	13.174	12	21	1
13	Portugal	8.886	4.815	(14)	(7)	1
14	Japón			7		1

		5.671	1.450		30	
15	Austria	4.912	2.098	-	17	1

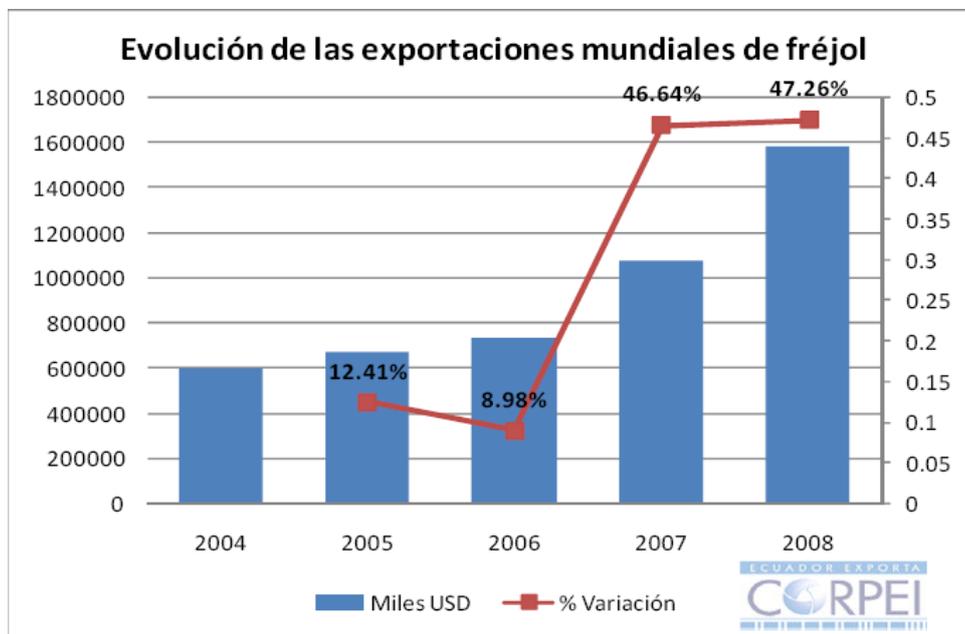
Fuente: TRADE MAP

Elaborado por el investigador

5.7.3.6 Principales competidores exportadores de fréjol a nivel mundial

Las exportaciones mundiales de fréjol han mantenido una tendencia creciente, particularmente realizando un análisis en los años 2006 y 2010, en donde las exportaciones tuvieron una tasa de crecimiento del 3% anual; estas exportaciones pasaron de USD 788.407 millones en el 2010, con una cantidad exportada de 470.504 toneladas.

Gráfico 24 Evolución de las exportaciones mundiales de fréjol



Fuente: TRADE MAP

Elaboración: CICO-CORPEI

5.7.3.7 Principales países exportadores

Según información obtenida de la International Trade Center, Marruecos es el principal exportador mundial de fréjol, este país exportó USD 205.532 millones en el 2010, y ha tenido un crecimiento promedio anual de sus exportaciones de fréjol del 23% en el periodo 2006-2010, representa a su vez, el 30,2% de las exportaciones mundiales. Francia es el segundo exportador mundial, con USD 66.265 millones exportados en el 2010 y una participación del mercado del 9.7%. Egipto con, USD 63,581 millones y Kenya, con USD 57.360 millones, son los siguientes exportadores mundiales, estos países participan con el 9.3% y 8.4%, respectivamente.

Cabe señalar que los principales 11 exportadores mundiales ocupan el 90.4% del mercado mundial de fréjol.

Ecuador ocupa el puesto 77 entre los exportadores mundiales, con una participación del mercado mundial del 0.26%.

Cuadro 8 Análisis principales países exportadores de fréjol

Principales países exportadores de fréjol						
Rank	Exportadores	Valor exportada en 2010 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2010	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2010 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2010 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
	Mundo	680.053	502.998	6	24	100
1	Marruecos	205.532	160.039	23	109	30
2	Francia	66.265	91.773	3	-9	10
3	Egipto	63.581	39.991		9	9
4	Kenya	57.360	18.935	-4	67	8
5	Países Bajos (Holanda)	50.944	33.305	19	5	8
6	Estados Unidos de América	48.815	27.073	4	-18	7
7	Bélgica	35.374	16.070	2	9	5
8	México	34.102	25.553	-2	-2	5
9	España	33.777	17.122	-16	-1	5

10	Alemania	10.131	8.239	3	-13	2
11	Guatemala	9.331	8.048	58	20	1
20	Canadá	3.012	2.698	30	151	0
21	Reino Unido	2.574	2.798	-21	8	0
22	China	2.119	4.240	25	-20	0
77	Ecuador	1.432	1.328	42	96	0

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por el Investigador

5.7.3.8 Comportamiento y tendencias de distribución y comercialización

Según PROEXPORT Colombia, la comercialización de fréjol en un 18% se hace a través de los almacenes de cadena y el 82% restante se realiza a través de plazas de mercado y centrales de abasto.

El proceso de comercialización de fréjol a través de las centrales mayoristas tiene gran importancia debido a su volumen, estas centrales cumplen funciones de acopio y almacenamiento. De igual forma son mayoristas y redistribuidores a todas las zonas del país. En este contexto, se identifican cinco canales de distribución para llevar el producto hasta el consumidor final:

- Acopiador–mayorista– detallista
- Proveedor–mayorista–supermercado
- Productor–supermercado
- Importador–mayorista–detallista
- Importador– agroindustria–detallista.

El canal que va del acopiador al mayorista y de éste al detallista es el más utilizado en la comercialización de fréjol fresco y seco nacional. El acopiador adquiere el producto en las zonas productoras, en la finca o en los mercados locales más cercanos, determinando el precio de compra con base en la oferta y en la expectativa del precio que pueda conseguir en las centrales mayoristas.

En este canal, es frecuente encontrar al transportador que lleva a cabo la función de recoger la carga puesta en carretera, sin ingresar a las fincas o plazas; actúa por contrato con un mayorista o varios productores de la misma zona, recogen el producto y lo transportan a la plaza.

En el canal conformado por el mayorista y el supermercado, los intermediarios se han especializado en proveer a las cadenas. Sin embargo, en los últimos años se ha generalizado la práctica de concentrar las compras en pocos proveedores que puedan manejar grandes volúmenes, con el fin de garantizar el abastecimiento periódico del producto. En el caso del fréjol fresco, el supermercado determina el precio de compra semanalmente con base en la oferta y en el comportamiento de los precios en las centrales mayoristas, mientras que el precio de compra del fréjol seco se fija por períodos de hasta tres meses.

En el canal productor–supermercado–consumidor, el productor actúa como proveedor directo de fréjol fresco del supermercado evitando la intermediación y, por ende, consiguiendo un mejor precio. Aquí el productor recibe el mismo precio que obtiene el mayorista en el canal anterior, pues los dos están actuando como proveedores del supermercado.

El canal importador–mayorista–detallista, está conformado por las empresas importadoras de fréjol seco, los comerciantes mayoristas que abastecen las centrales mayoristas y el mercado institucional (cadenas de supermercados, restaurantes y tiendas de barrio, entre otros).

Finalmente, en el canal importador–agroindustria–detallista, los importadores se han especializado en abastecer a la agroindustria, que adquiere el fréjol seco y lo selecciona, clasifica y empaca en unidades pequeñas, generalmente con una marca comercial, distribuidas después en las cadenas especializadas. En estos dos últimos canales, el precio está determinado por la oferta y la demanda del mercado.

Las cadenas especializadas asignan a sus proveedores cupos semanales, en el caso del producto fresco; y quincenales, en el del seco, mediante acuerdos en los cuales se pacta el volumen, la periodicidad y la forma de pago del producto. Por lo general, los pagos se efectúan quincenalmente.

5.7.3.9 Barreras Arancelarias

En el siguiente cuadro se detallan los aranceles promedio que los principales países importadores de fréjol aplican al producto proveniente de Ecuador para su ingreso.

La tarifa aplicada corresponde a la que el producto efectivamente debe pagar al ingresar al país y la tarifa ad-valorem, es un promedio calculado en base a tarifas específicas, mixtas, antidumping y cuotas.

Cuadro 9 Arancel promedio para la partida correspondiente al fréjol

ARANCEL PROMEDIO PARA LA PARTIDA: 0713.33		
Principales importadores mundiales	Aplicada	Ad-valorem
Italia	0.00%	0.00%
México	93.83%	125.10%
Reino Unido	0.00%	0.00%
Venezuela	0.00%	0.00%
España	0.00%	0.00%
Brasil	0.00%	0.00%
Sudafrica	10.00%	10.00%
Cuba	0.00%	0.00%
Francia	0.00%	0.00%
Argelia	5.00%	5.00%
India	10.00%	10.00%
Turquía	9.65%	19.30%
Países Bajos (Holanda)	0.00%	0.00%
Estados Unidos de América	0.00%	0.00%
Portugal	0.00%	0.00%
Pakistan	0.00%	0.00%
Bélgica	0.00%	0.00%
Emiratos Árabes Unidos	2.50%	5.00%
Colombia	0.00%	0.00%
Grecia	0.00%	0.00%
Republica Dominicana	25.00%	25.00%
Perú	0.00%	0.00%

Fuente: Market Access Map

Elaboración: CORPEI

5.7.3.10 Acuerdos comerciales

En el siguiente cuadro se detallan los acuerdos comerciales suscritos por Ecuador, aplicables a la partida 071333, correspondiente al fréjol y a los cuales se ha exportado.

Cuadro 10 Acuerdos comerciales para la partida arancelaria correspondiente al fréjol

ACUERDOS COMERCIALES PARA LA PARTIDA: 0713.33	
PAIS	ACUERDO
Italia	MFN duties (Applied)
México	MFN duties (Applied)
Reino Unido	MFN duties (Applied)
Venezuela	Preferential tariff for CAN countries
España	MFN duties (Applied)
Brasil	Preferential tariff (AAP.CE59) for Ecuador
Sudafrica	MFN duties (Applied)
Cuba	Preferential tariff (AAP.AG2) for Ecuador / Preferential tariff (AAP.CE46) for Ecuador
Francia	MFN duties (Applied)
Argelia	General tariff
India	MFN duties (Applied)
Turquía	MFN duties (Applied)
Países Bajos (Holanda)	MFN duties (Applied)
Estados Unidos de América	Andean Trade Preference Act / Preferential tariff for GSP countries
Portugal	MFN duties (Applied)
Pakistan	MFN duties (Applied)
Bélgica	MFN duties (Applied)
Emiratos Árabes Unidos	MFN duties (Applied)
Colombia	Preferential tariff for CAN countries
Grecia	MFN duties (Applied)
República Dominicana	MFN duties (Not Applied)
Perú	Preferential tariff for CAN countries

Fuente: Market Access Map

Elaboración: CORPEI

5.7.3.11 Certificación sanitaria y otros requisitos para exportar fréjol a Colombia

Según PROEXPORT Colombia, en lo que respecta al cumplimiento de los requisitos sanitarios específicos, deberá constar en el certificado fitosanitario y en la declaración adicional expedida por el organismo oficial de sanidad agropecuaria del país de origen.

Es importante mencionar que la importación a Colombia de fréjol de los géneros *Phaseolus* spp y *Vigna* spp, tiene riesgo de introducción de algunos insectos, plagas y microorganismos patógenos; por lo que es necesario regular la introducción de materiales de los géneros antes citados para evitar el ingreso al país de problemas fitosanitarios que afectan los cultivos de fréjol en Colombia.

Corresponde al Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), proteger la sanidad agropecuaria del país previniendo la introducción de insectos, plagas y microorganismos patógenos que afectan a los vegetales.

El fréjol debe llegar limpio, sin semillas de otra clase contenidos en envases y embalajes nuevos.

5.7.3.12 Embalajes permitidos e información de etiqueta

No existen regulaciones especiales en cuanto al embalaje a utilizar. Normalmente el empaque más utilizado para el producto fresco es el bulto de 50 kilos, mientras que el empaque del fréjol seco varía entre bultos de 45 y 65 kilos y empaques plásticos de 12,5 kilos (conformados por unidades de un kilo o una libra).

5.7.3.13 Estándares de calidad

Para la exportación del fréjol hacia Colombia, no existen especificaciones particulares en cuanto a la calidad del producto, otro que no sea la exigencia de fumigación del producto

5.7.4 Procedimiento para exportar fréjol

5.7.4.1 Declaración de exportación.

En todas las exportaciones se debe presentar la declaración aduanera única de exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el manual de despacho de exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

5.7.4.2 Documentos a presentar

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de transporte
-

5.7.4.3 Trámite

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

5.7.4.3.1 Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la orden de embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su agente de aduana (Verificar la obligación de utilizar agente de aduana en el art. 168 del reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales), deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la orden de embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se

registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la orden de embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a zona primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

5.7.4.3.2 Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la declaración aduanera de exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a zona primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) validará la información de la Declaración Aduanera de Exportación (DAU) contra la del manifiesto de carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la declaración aduanera de exportación (DAU), el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.

- Orden de embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de transporte.
- Originales de autorizaciones previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI

5.7.4.4 Agente Afianzado de Aduana

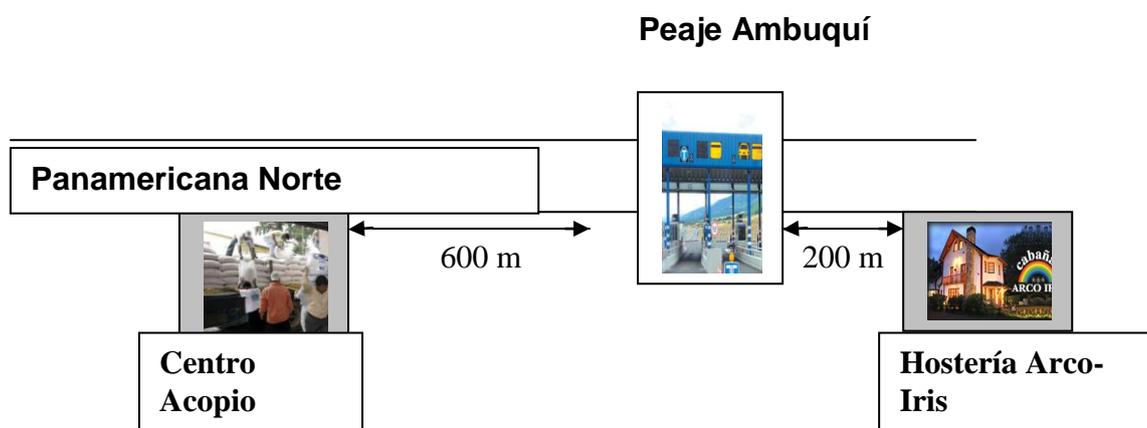
Es obligatoria la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales

5.7.4.5 Requisitos para ser Exportador en la ADUANA

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la página web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
 - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
 - Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

Figura 5 Microlocalización



5.8.2 Centro de Acopio Valle del Chota

La actividad de acopiar y exportar fréjol a Colombia, es el objetivo primordial de esta asociación con el fin de garantizar altos estándares de calidad al exportar.

5.8.2.1 Misión

En “Centro de Acopio Valle del Chota” nos dedicamos a acopiar fréjol del Valle del Chota, y de las zonas cercanas, seleccionando lo mejor del producto con la finalidad de exportarlo a Colombia; incrementando el desarrollo económico de nuestros productores.

5.8.2.2 Visión

Convertirnos en los próximos 5 años en un referente como asociación del sector norte dedicada al acopio y exportación de fréjol de calidad, ampliando el mercado internacional con la confianza de una continua evolución y desarrollo a futuro, complementando con la apertura de más centros de acopio en la región número uno del país.

5.8.2.3 Políticas

- Adquisición del fréjol directamente de los productores.
- Realizar seguimientos permanentes a los productores de fréjol de la zona, para determinar sus necesidades de capacitación técnica en el proceso de siembra y cosecha.
- Dar el tratamiento y selección adecuada del producto antes de proceder a la exportación.
- Incentivar a la población a cambiar las fechas para mantener la siembra y producción durante todo el año, para aprovechar las diferentes escalas de precio que se presentan en el año, estableciendo métodos de diferenciación en producto y precio.
- Capacitar en procedimientos para el envase y embalaje del fréjol para su exportación.
- Capacitar a representantes de la asociación anualmente en procesos de exportación, para que sean ellos quienes se encarguen a futuro de estos procesos.

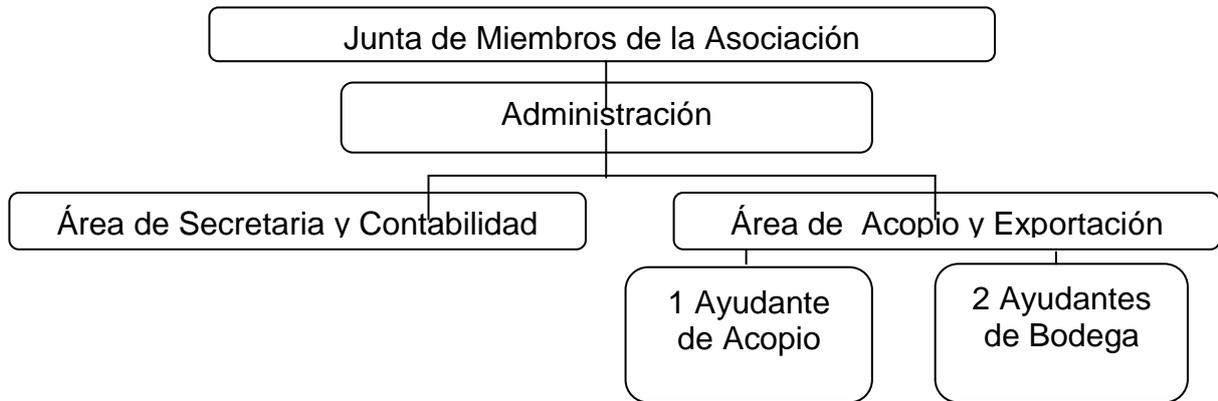
5.8.2.4 Objetivos de la Asociación

- Obtener reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional y en el mercado local, ofertando un producto de calidad y a un precio razonable.
- Contar con un personal especializado en agricultura para capacitar sobre estos procesos a los productores.
- Diseño de canales de distribución y búsqueda de contactos comerciales para facilitar la exportación a Colombia.
- Desarrollar una filosofía que comprometa al mejoramiento continuo del sistema de exportación.
- Generar fuentes de empleo para los habitantes de esta zona.

5.8.2.5 Organigrama Estructural

Se plantea el siguiente organigrama estructural para que la asociación de productores y exportadores del fréjol de Valle del Chota, funcione eficiente y eficazmente.

Figura 6 Organigrama Estructural Centro de Acopio



5.8.2.6 Manual de Funciones

Para cada uno de los cargos que observamos en el organigrama tenemos un manual de funciones:

Cargo: Junta de Miembros de la Asociación

Naturaleza del puesto o trabajo

Estará conformado por cinco representantes de las asociaciones de productores del Valle del Chota y Pimampiro, quienes se encargarán de diseñar y adoptar los estatutos y políticas para la comercialización y exportación del fréjol, además serán los responsables de la contratación del personal, a quien deberán supervisar anualmente.

Funciones y responsabilidades

- Diseñar y aprobar las reformas de los estatutos de la asociación.
- Adoptar las medidas que demande el cumplimiento de los estatutos de la asociación.
- Resolver todo lo relacionado con las cuotas o partes sociales, ingreso de nuevos socios o exclusión de los mismos.
- Búsqueda de medios de promoción para las exportaciones de fréjol a nivel mundial a través de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversión CORPEI y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión PROECUADOR.
- Búsqueda constante de nuevos socios comerciales a nivel local y nacional.
- Examinar, aprobar o reprobar el balance de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir a los socios.
- Los miembros de la junta tendrán una permanencia de dos años en funciones.

Perfil (requisitos mínimos)

Cada socio debe cumplir con lo siguiente:

- Ser miembro activo de una de las asociaciones de productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro, remitido por la misma.
- Poseer estudios superiores y mínimo título de bachiller
- Conocimientos básicos sobre la producción del fréjol
- Alto nivel de Liderazgo
- Capacidad negociadora y de persuasión
- Experiencia en cargos similares de mínimo un año.
- Dispuesta/o a trabajar bajo presión.
- Alta capacidad de análisis y síntesis, agudeza visual, fluidez verbal, capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones

Cargo: Administrador

Naturaleza del puesto o trabajo

Representante legal de la empresa, quien asume obligaciones y responsabilidades de la misma y encargado de maximizar el valor de la acción de la empresa; analizar la viabilidad financiera de entrar en nuevos mercados en base a los requerimientos que establezca el mismo.

Funciones y responsabilidades

- Velar por el bienestar y crecimiento de la empresa
- Idear políticas para el mejor desempeño de la empresa
- Trabajar por la estabilidad y equilibrio
- Buscar oportunidades y alianzas que permitan exportar a nuevos mercados.
- Eliminar debilidades que limitan el desarrollo de la organización.
- Llevar a su grupo de trabajo al cumplimiento de objetivos comunes
- Delegar funciones a cada una de las áreas.
- Encargarse de la elaboración del plan estratégico de la asociación.
- Maximizar las utilidades de los socios.
- Capacidad en la toma de decisiones.
- Toma de dediciones inmediatas
- Indagar posibles fuentes de financiamiento
- Realizar rol de pagos y desembolsos, inherentes a la empresa.
- Estar informado acerca del crecimiento de los productos comercializados en la empresa.
- Establecer políticas de recuperación de cartera.

Perfil (requisitos mínimos)

- Poseer un título superior en áreas administrativas y comerciales
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares

- Alto nivel de Liderazgo

Cargo: Secretaria – Contadora

Naturaleza del puesto o trabajo

La Secretaria Contadora tiene a su cargo, el manejo contable y administrativo de la asociación con el objetivo de que se lleven todos los pagos y cuentas al día, así como también la asistencia administrativa.

Funciones y responsabilidades:

- Receptar llamadas
- Atender a Clientes
- Realizar pagos y recepción de dinero (todas las transacciones financieras).
- Efectúa el análisis y la planeación financiera
- Transformar la información financiera a una forma útil para supervisar la condición financiera de la asociación.
- Administra la política de crédito de la empresa, por medio de los informes que se le presenten.

Perfil (requisitos mínimos)

- Título de bachiller en contabilidad, administración o afines
- Capacidad negociadora y de persuasión
- Experiencia en cargos similares de mínimo un año
- Dispuesta/o a trabajar bajo presión
- Alta capacidad de análisis y síntesis, agudeza visual, fluidez verbal, capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones

Reporta al: Administrador

Cargo: Jefe de Acopio y Exportación

Naturaleza del puesto o trabajo

Será encargado de planificar y supervisar la óptima recolección del producto de todo el Valle del Chota, Pimampiro y sectores aledaños. Ayudará a la elaboración del plan estratégico de la empresa. Llevará un control de inventario del producto que ingresa y se despacha; debe encargarse de realizar los trámites y la exportación del producto a Colombia.

Funciones y responsabilidades:

- Responsable del acopio del fréjol.
- Encargado de ventas y búsqueda de potenciales clientes.
- Analizar las estrategias para exportar el producto.
- Buscar nuevos nichos de mercado.
- Crear y mantener una base de datos de los clientes y canales.
- Buscar el ingreso de nuevos proveedores y socios.
- Controlar el estado de los productos en el centro de acopio.
- Desarrollar informes y controles con registros de las entradas y salidas de los productos.

Perfil (requisitos mínimos)

- Título superior en Comercio Internacional
- Experiencia laboral en temas de exportación de productos agrícolas.
- Conocimiento en técnicas de venta y estrategias de mercadotecnia.
- Manejar buenas relaciones interpersonales.
- Capacidad para cobrar y organizar actividades.
- Dirección y marketing de ventas.
- Técnicas de capacitación.
- Tener conocimiento de manejo de bodegas e inventarios.

Reporta al: Administrador

Cargo: Ayudante Acopio 1

Naturaleza del puesto o trabajo

Acopiar todo el producto de la zona de las personas que formen parte de la asociación.

Funciones y responsabilidades

- Cumplir con la ruta de acopio asignada y en el horario establecido.
- Mantener los niveles de stock adecuados a las proyecciones de venta.

Perfil (requisitos mínimos)

- Conocimiento de manejo de bodegas y acopio de productos.
- Conocimientos en Agronomía
- Conocimientos en atención al cliente.

Reporta al: Jefe de Acopio y Exportación

Cargo: Ayudantes de Bodega (2 dos personas)

Naturaleza del puesto o trabajo

Encargarse del proceso selección del producto

Funciones y responsabilidades

- Recepción de productos en buen estado.
- Dar el tratamiento al producto para ser despachado.
- Ubicar el producto en su respectivo lugar.
- Empacar el producto en envases y embalajes apropiados para la exportación.

Perfil (requisitos mínimos)

- Poseer conocimientos básicos para el tratamiento del fréjol.
- Mostrar permanente responsabilidad en el cumplimiento de las tareas asignadas.

Reporta al: Jefe de Acopio y Exportación

5.8.3 Diagrama del Proceso de Acopio

Figura 7 Diagrama del proceso de acopio



Acopio del fréjol: este proceso se trata de la recepción y acopio del fréjol en cada una de las granjas productoras, es decir en los lugares de producción.

Recepción del fréjol: Una vez receptada la producción de fréjol, será transportado hasta el centro de acopio en donde se recibirá el producto y será almacenado para el siguiente proceso.

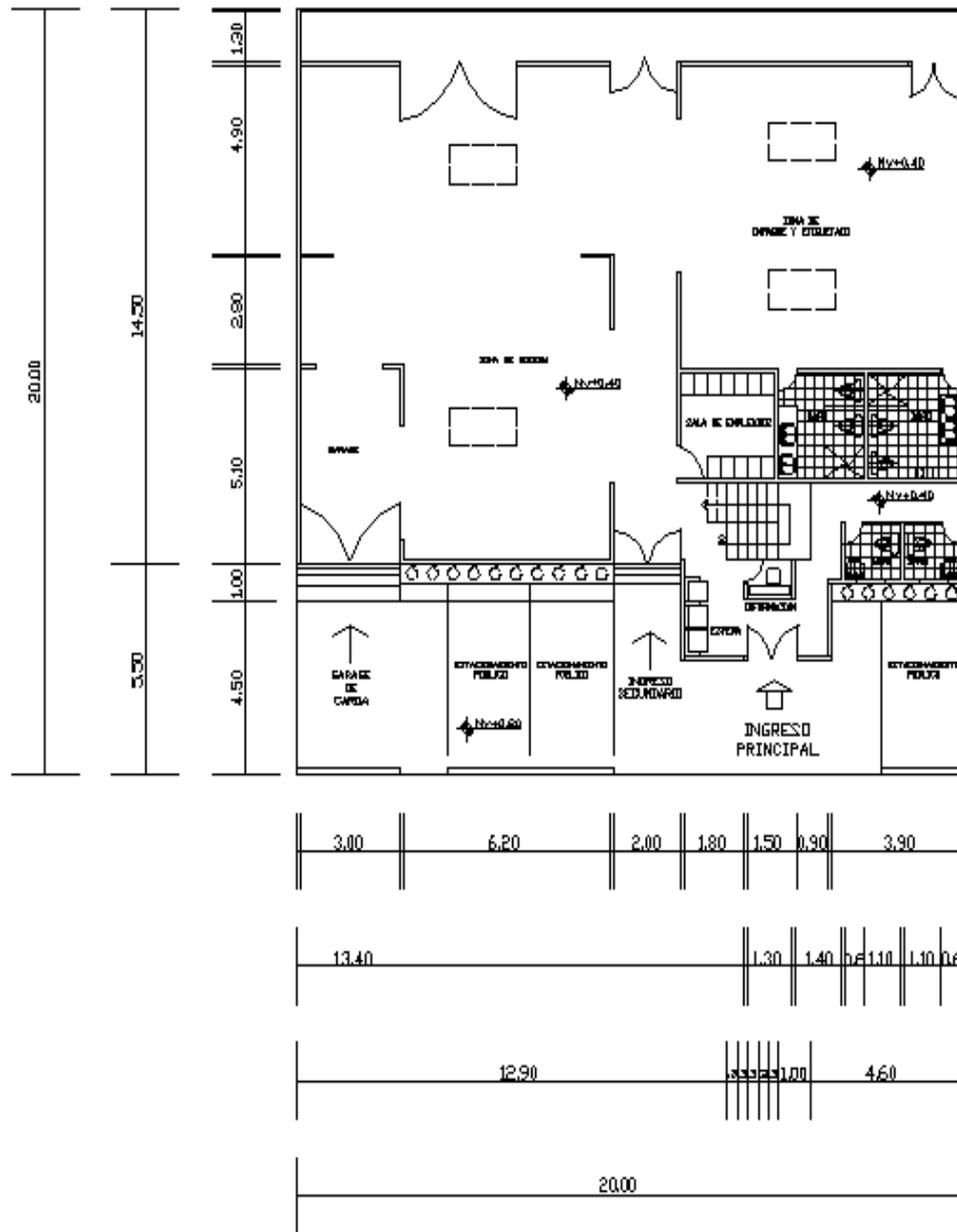
Tratamiento del fréjol: Una vez es almacenado el fréjol en el centro de acopio, pasará por un análisis y comprobación del estado y la calidad del producto, en donde será clasificado nuevamente para la exportación y la comercialización local.

Envase y Embalaje del fréjol: Este proceso se refiere al empaque y embalaje definitivo del fréjol para almacenarlo en la bodega para su exportación definitiva.

Exportación definitiva: Este proceso se realiza en procedimiento de exportación una vez realizada la transacción comercial con el comprador, se determinarán las responsabilidades en cuanto a la entrega de las mercancías, la transmisión de riesgos, los trámites y documentos aduaneros, la distribución de gastos del flete de transporte y seguro.

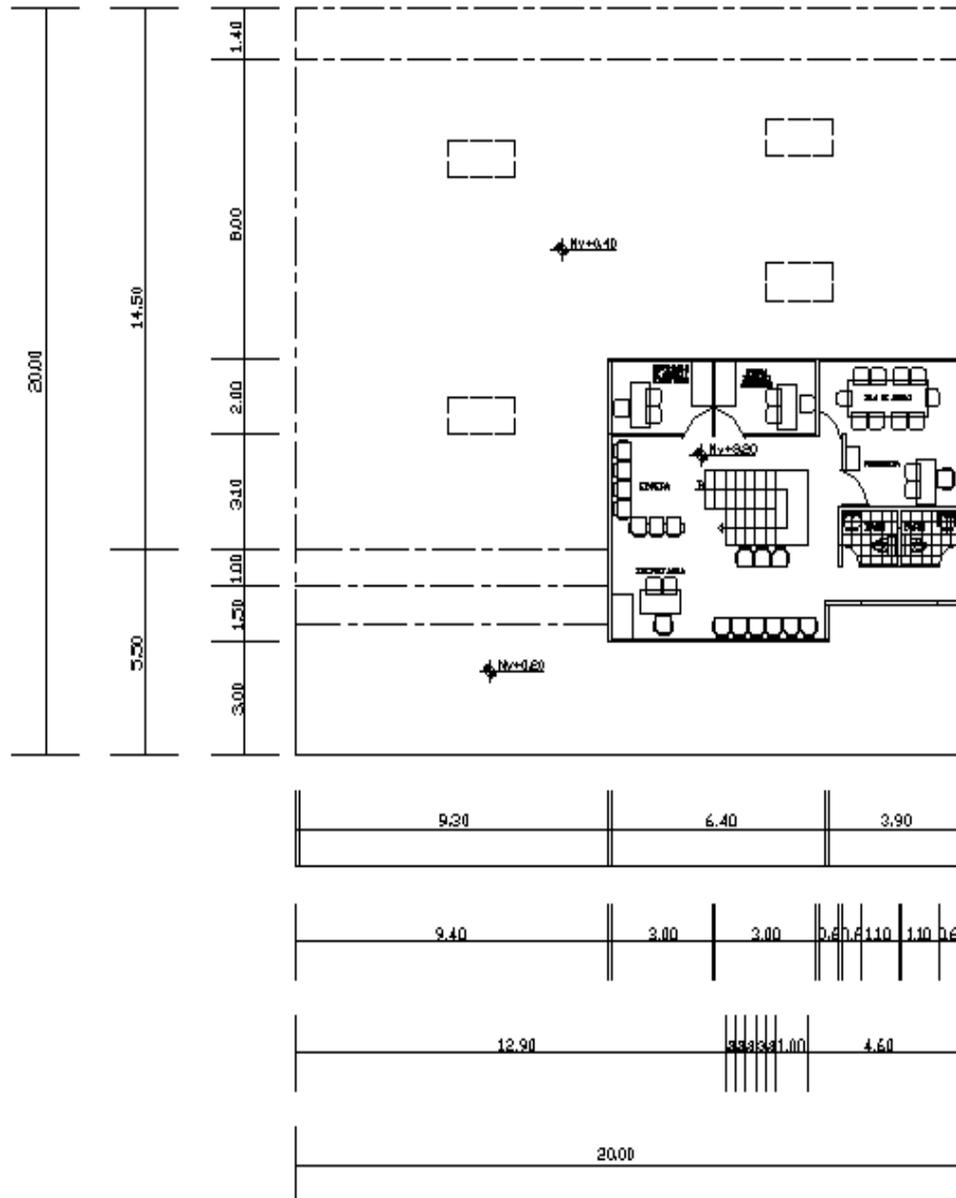
5.8.4 Infraestructura

Figura 8 Planta Baja Centro de Acopio



PLANTA BAJA DEL CENTRO DE ACOPIO DE FRÉJOL
 ESC: _____ 1:100

Figura 9 Planta Alta Centro de Acopio



PLANTA BAJA DEL CENTRO DE ACOPIO DE FRÉJOL
 ESC: _____ 1:100

5.8.5 Equipamiento

11 Cuadro Equipamiento

DETALLE	UNIDAD	CARACTERÍSTICAS
<i>Instalaciones</i>		
Modulares (Madera)	4	200
<i>Muebles y Enseres</i>		
Exhibidores (Madera)	3	150
Mesas	2	Madera duraplac
Escritorio	3	Madera duraplac y vidrio
Anaquele Biblioteca	1	Madera y vidrio
Sillones	2	Base madera y tapizado
Sillas	8	De escritorio
<i>Equipo de Procesos</i>		
Balanzas	2	600
<i>Equipo de Oficina</i>		
Computador	2	Intel Pentium 4 3,0 GHZ
Fax	1	Panasonic kp-161
Resma Papel	1	Papel 75 grs.
Grapadora	3	Grande, metálica
Perforadora	3	Metálica
Tinta de Impresoras	1	Recarga Delta Ink
Bolígrafos	1	1/2 de azul 1/2 negro

5.8.6 Evaluación Económica y Financiera del Proyecto

5.8.6.1 Activos Fijos

a) Terreno

El terreno estará ubicado en el sector del Valle del Chota a 600 metros al norte del peaje de Panavial. Para determinar el lugar más apropiado se aplicó un método para la ponderación del mismo.

12 Cuadro Terreno

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	400 metros	20,00	8000,00
TOTAL			8000,00

Fuente: Propietarios de tierras de la zona

Elaborado por el investigador

b) Infraestructura

La infraestructura fue cotizada con el Ingeniero Civil Gerardo Acosta, con el fin de determinar los espacios más adecuados y necesarios para el centro de acopio destinado a la exportación del fréjol.

13 Cuadro Infraestructura

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PLANTA BAJA (MANUFACTURAS Y ARTESANÍAS)			16.100,00
Zona de Producción 1	1,00	4.200,00	
Zona de Producción 2	1,00	4.200,00	
Área de Empacado	1,00	3.400,00	
Bodega	1,00	3.100,00	
Parqueaderos	3,00	1.200,00	
PLANTA ALTA	1,00		5.000,00
Oficinas	1,00	5.000,00	
OTROS	1,00		6.000,00
Instalaciones Eléctricas, Agua Potable y alcantarillado	1,00	3.500,00	
Adecuaciones, Alumbrado, infraestructura y Limpieza	1,00	2.500,00	
Instalaciones Modúlales	1,00	200,00	200,00
TOTAL			27.300,00

Fuente: Ing. Gerardo Acosta

Elaborado por el investigador

c) Equipo de Bodega

14 Cuadro Equipo Bodega

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza	1,00	600,00	600,00
TOTAL			600,00

Fuente: Proforma

Elaborado por el investigador

d) Equipo de Oficina

15 Cuadro equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	4,00	26,00	104,00
Fax	1,00	120,00	120,00
Grapadora	3,00	0,50	1,50
Perforadora	3,00	1,50	4,50
TOTAL			230,00

Fuente: Proformas

Elaborado por el investigador

e) Equipo de Computación

16 Cuadro equipo de computación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	2,00	700,00	1400,00
Impresora	1,00	140,00	140,00
TOTAL			1540,00

Fuente: Proforma

Elaborado por el investigador

5.8.6.2 Capital de Trabajo

a) Gastos Operativos

17 Cuadro gastos operativos

CONCEPTO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Servicios Básicos	25	300
Sueldos	1918	23018
Transporte	85	1020
Útiles de oficina	16	192
TOTAL		24530

Elaborado por el investigador

b) Muebles y enseres

18 Cuadro Muebles y enseres

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Exhibidores (Madera)	3,00	250,00	750,00
Mesas	2,00	120,00	240,00
Escritorio	3,00	200,00	600,00
Anaquel Biblioteca	1,00	180,00	180,00
Sillones	2,00	150,00	300,00
Sillas	8,00	45,00	360,00
TOTAL			2430,00

Fuente: Proforma

Elaborado por el investigador

c) Equipo de oficina

19 Cuadro equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	1	230	230
TOTAL			230,00

Fuente: Proforma

Elaborado por el investigador

d) Gasto Constitución

20 Cuadro gasto constitución

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gasto Constitución	1	850	850
TOTAL			850,00

Elaborado por el investigador

e) Depreciación

21 Cuadro depreciación

ACTIVO	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEPRECIACIÓN
Inmobiliario	27.300	0,10	2.730
Equipo Bodega	530	0,10	53
Muebles y Enseres	1.415	0,10	142
Equipos de Computación	2.240	0,33	739
TOTAL			3663,70

Elaborado por el investigador

5.8.6.3 Resumen total de la inversión

22 Cuadro resumen total de la inversión

RESUMEN INVERSIÓN		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
FIJA	37670	54
CAPITAL TRABAJO	31704	46
TOTAL	69374	100

Elaborado por el investigador

Costo de Pagos

Para el cálculo y obtención del sueldo unificado se obtuvo información vigente en el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

23 Cuadro costo de pagos

SUELDO UNIFICADO									
CARGO	SALARIO MÍNIMO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA 8,33%	TOTAL INGRESOS MENSUALES	VACACIONES	SUELDO MESUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	400	49	33	22	33	537	1407	489	5864
Secretaría Contadora	272	33	23	22	23	372	977	339	4071
Jefe Acopio y Exportación	350	43	29	22	29	473	1239	430	5164
Ayudante acopio 1	264	32	22	22	22	362	950	330	3960
Ayudante acopio 2	264	32	22	22	22	362	950	330	3960
TOTAL								1918	23018

Elaborado por el investigador

5.8.7 Fuentes de Financiamiento

El 29% del presente proyecto se financiara a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), a través de Instituto de la Económica Popular y Solidaria, ya que ellos se han conformado como organizaciones registradas en esta institución del Estado; el 14% se obtendrá de recursos propios de los productores, sumando esto el 43% de los recursos necesarios; mientras que el 57% será financiado a través de fondos de terceros mediante un préstamo en una institución financiera.

24 Cuadro fuentes de financiamiento

RECUROSOS	VALOR	PORCENTAJE
MIES	20.000	29
Propios	10.000	14
Terceros	39.374	57
TOTAL	69.374	100

Elaborado por el investigador

Amortización de la Deuda

25 Cuadro Amortización de la deuda

Monto	39374
Tasa Interés	11%
Número de años	3
Número de trimestres	9
Cuota Fija Anual	\$ 16.112,36
Cuota Fija trimestral	\$ 5.215,39

Elaborado por el investigador

Tabla de Amortización

Anual

26 Cuadro de amortización anual

Periodos	Capital	Interés	Abono al Capital	Cuota Fija	Saldo
1	39.374	4.331	11.781	16.112	27.593
2	27.593	3.035	13.077	16.112	14.516
3	14.516	1.597	14.516	16.112	0

Elaborado por el investigador

Trimestral

27 Cuadro de amortización trimestral

Periodos	Capital	Interés	Abono al Capital	Cuota Fija	Saldo
1	39.374	1.444	3.772	5.215	35.602
2	35.602	1.305	3.910	5.215	31.692
3	31.692	1.162	4.053	5.215	27.639
4	27.639	1.013	4.202	5.215	23.437
5	23.437	859	4.356	5.215	19.081
6	19.081	700	4.516	5.215	14.565
7	14.565	534	4.681	5.215	9.884
8	9.884	362	4.853	5.215	5.031
9	5.031	184	5.031	5.215	0

Elaborado por el investigador

5.8.8 Ventas Pronosticadas

Para la determinación del volumen de ventas y precio del quintal de fréjol, se obtuvo la información de primera mano a través de los productores.

28 Cuadro ventas pronosticadas

Volumen (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fréjol	6880	6948,8	7018,29	7088,47	7159,36
Precio Unitario (dólares)					
fréjol (quintal)	38	38,494	38,99	39,50	40,01
TOTAL VENTAS NETAS	261.440	267.487	273.674	280.004	286.481

Elaborado por el investigador

Para determinar el incremento anual de la producción, precio de venta y los gastos, se tomaron los siguientes porcentajes y sus fuentes, los cuales se detallan a continuación:

29 Cuadro variables financieras

1. Variables Externas	%	FUENTE:
Inflación Anual	4%	Banco Central del Ecuador
Tasa de Interés (activa)	11%	Superintendencia de Bancos y Compañías
Impuesto a la Renta	24%	Código de la Producción (menos 1% anual)
2. Variables Internas		
Incremento anual en ventas:		
Volumen	1,30%	Productores de fréjol
Precios	1%	Banco Central del Ecuador
Incremento anual en materiales y gastos	4,0%	Banco Central del Ecuador

Elaborado por el investigador

5.8.9 Estado de Resultados

30 Cuadro estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
EN DOLARES					
CUENTAS	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS					
INGRESOS POR VENTAS	261.440	267.487	273.674	280.004	286.481
TOTLA INGRESOS	261.440	267.487	273.674	280.004	286.481
EGRESOS					
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS	23.018	23.939	24.897	25.892	26.928
SERVICIOS BÁSICOS	300	312	324	337	351
TRANSPORTE	1.020	1.061	1.103	1.147	1.193
UTILES DE OFICINA	192	200	208	216	225
ENSERES	2.430	0	0	0	0
G. CONSTITUCIÓN	850	0	0	0	0
SUB TOTAL EGRESOS	27.810	25.511	26.532	27.593	28.697
DEPRECIACIÓN	3.687	3.650	3.650	2.874	2.106
TOTAL EGRESOS	24.124	21.862	22.882	24.719	26.591
UTILIDAD EN OPERACIÓN	237.316	245.625	250.792	255.285	259.890
INTERÉS	4.331	3.035	1.597	0	0
UTILDAD ANTES PART, TRABAJADORES	232.985	242.590	249.195	255.285	259.890
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	34.948	36.389	37.379	38.293	38.984
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	198.038	206.202	211.816	216.993	220.907
24% IMPUESTO A LA RENTA	47.529	47.426	46.600	45.568	44.181
UTILIDAD NETA	150.509	158.775	165.217	171.424	176.725

5.8.10 Flujo de Caja

31 Cuadro flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
EN DOLARES					
CUENTAS	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS DE EFECTIVO					
INGRESOS POR VENTAS	261.440	267.487	273.674	280.004	286.481
TOTAL INGRESOS	261.440	267.487	273.674	280.004	286.481
EGRESOS DE EFECTIVO					
DESEMBOLSO DE LA INVERSIÓN	30.000				
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS	23.018	23.939	24.897	25.892	26.928
SERVICIOS BÁSICOS	300	312	324	337	351
TRANSPORTE	1.020	1.061	1.103	1.147	1.193
UTILES DE OFICINA	192	200	208	216	225
ENSERES	2.430	0	0	0	0
G. CONSTITUCIÓN	850	0	0	0	0
INTERÉS	4.308	3.019	1.588	0	0
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO	11.781	13.077	14.516	0	0
15% PART. TRABAJADORES	34.948	36.389	37.379	38.293	38.984
24% IMP. A LA RENTA	47.529	47.426	46.600	45.568	44.181
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO	156.376	125.423	126.615	111.454	111.862
FLUJO NETO	105.064	142.064	147.059	168.550	174.619

Elaborado por el investigador

5.8.11 Evaluación Económica del proyecto

a) Costo de Oportunidad

32 Cuadro costo de oportunidad

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE	TASA MERCADO	PONDERACIÓN
MIES	29	0,05	1,51
Propios	14	0,05	0,75
Ajenos	57	0,11	6,46
TOTAL			8,73

Elaborado por el investigador

El costo de oportunidad es de 8,73%. Para el cálculo se utilizó la tasa pasiva promedio de los depósitos a plazo fijo de 361 días o más en los bancos privados del país en los últimos seis meses, información obtenida del Banco Central del Ecuador.

b) Valor Actual Neto

33 Cuadro valor actual neto

VALOR ACTUAL NETO VAN					
FLUJOS NETOS DE FONDOS	105.064	142.064	147.059	168.550	174.619
TASA REAL	13,52%				
VALOR ACTUAL NETO VAN	497.435				
(-) INVERSIÓN TOTAL	69.374				
TOTAL VAN	428.061				

Elaborado por el investigador

El valor actual neto del proyecto dio como resultado 428.061, valor superior a cero; por lo tanto el proyecto es factible realizarlo económica y financieramente.

c) Tasa Interna de Retorno

34 Cuadro tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
INVERSIÓN TOTAL	Inicial	-69.374
FLUJOS NETOS DE FONDOS	Año 1	105.064
	Año 2	142.064
	Año 3	147.059
	Año 4	168.550
	Año 5	174.619
TIR		172%

Elaborado por el investigador

La tasa interna de retorno del proyecto, arrojó como resultado el 172%, valor superior al costo del Capital del Proyecto; por lo tanto, el proyecto es factible realizarlo económica y financieramente.

d) Periodo de Recuperación de la Inversión

35 Cuadro periodo de recuperación de la inversión

	Inversión Total	Año	Utilidad Neta
PERÍODO DE RECUPERACIÓN		1	105.064
		2	142.064
		3	147.059
		4	168.550
		5	174.619
TOTAL	69.374		737.356
TOTAL PERÍODO DE RECUPERACIÓN	0,094084811		

Elaborado por el investigador

$$0,094084811*5 = 0,47$$

El capital, se estima se recuperará en un período de aproximadamente cinco meses en el primer año.

5.9 Determinación de Impactos

Los impactos del proyecto fueron evaluados por los dos representantes de las asociaciones de productores del Valle del Chota y Pimampiro la UCICMA y la COPCAVIC, en la medida que influya en su ejecución; para ello se utilizará su respectiva matriz de impacto en la que constarán cada uno de los elementos de análisis.

La técnica consiste en valorar los elementos de cada aspecto sujeto de análisis y así poder determinar su impacto en cada aspecto analizado. Este análisis consiste en justificar por medio de matrices las razones, causas y circunstancias, identificando el origen de cada uno de los indicadores. Su valoración se registra según el nivel de impacto que arroje su análisis, para ello se detalla la siguiente tabla que nos permite identificarlos:

5.9.1 Niveles de Impacto

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Luego al asignar valores dentro de estos rangos a cada elemento del aspecto general de análisis, se realiza una sumatoria de los mismos y ese valor se lo divide para el número de elementos sometidos a juicio, obteniendo de esta manera el impacto que la realización del proyecto dejará sobre el aspecto y sus elementos de análisis.

Después de organizar y analizar todos los aspectos relacionados al impacto que el proyecto otorgue sobre su entorno de influencia, se podrá determinar el impacto general del mismo, aspecto fundamental para tomar la decisión de ejecutar o no del proyecto.

5.9.2 Impacto Económico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Generación de nuevas actividades.						X	
2. Rentabilidad.							X
3. Efecto multiplicador.							X
4. Generación de impuestos.							X
Total						1	9

Elaborado por el investigador

Nivel de Impacto Económico = $(\sum \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 10/4 = 2,5 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

5.9.2.1 Análisis

Contribuirá en la generación de nuevas actividades, ya que la comercialización de fréjol creará actividad directa e indirecta con los sectores productivos que se interrelacionan, ya que esto conlleva realizar actividades de exportación directa, generando una dinamización económica en la zona; es así que la propuesta para la exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro es un puntal fuerte para el crecimiento de las economías tanto ecuatoriana como colombiana y hace visible el potencial comercial que tiene nuestro país.

Los productores de fréjol lograrán rentabilidad, debido a la exportación del producto, ya que obtendrá un incremento en las ganancias desapareciendo al

intermediario; además el centro de acopio estará en constante crecimiento e innovándose periódicamente, siendo este el reflejo de su rentabilidad, el cual como fin último provocará la rentabilidad a todos los productores que formarán parte de la junta de socios del centro de acopio.

El presente proyecto contribuirá con un efecto multiplicador; primero una persona jurídica o asociación que realizará actividades productivas de acopio del fréjol y exportación del mismo, mejorando sus actividades comerciales y su rentabilidad; segundo se producirá la réplica por aquellos que no lo hacen, pertenecientes a la provincia del Carchi.

Para terminar, el presente proyecto aportará mensualmente en la generación de nuevos impuestos provocados por el acopio del fréjol y su exportación.

5.9.3 Impacto Social

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Generación de empleo						X	
2. Estabilidad familiar							X
3. Mejoramiento del nivel de vida							X
Total						2	6

Elaborado por el investigador

Nivel de Impacto Social = $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 8/3 = 2,67 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

5.9.3.1 Análisis

Es indudable que con la creación de una asociación dedicada al acopio y exportación de fréjol, se ocasionará la generación de nuevas plazas de empleo. Las necesidades de mano de obra para estas plazas de trabajo son calificadas,

por tanto incentiva a la capacitación y por ello conlleva a mejorar sus ingresos, en estas condiciones las plazas de empleo generadas son estables y por tanto contarán con todos los beneficios de ley.

Se produce estabilidad familiar de manera directa para los productores y las personas involucradas con el acopio y la exportación del fréjol, ya que ocuparán puestos estables debido a las relaciones comerciales, lo que les permitirá satisfacer las necesidades de sus hogares, al mismo tiempo a los usuarios del fréjol ya que exportarán un producto de calidad.

Los niveles de vida de los productores y de los habitantes de las zonas del Valle del Chota y Pimampiro mejorarán; pues podrán solventar sus necesidades básicas, lo cual les permitirá tener una vida más digna sin tener que incurrir en problemas sociales y dejarían de pertenecer a un grupo de atención prioritaria.

5.9.4 Impacto Empresarial

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Organización Social							X
2. Organización Económica						X	
3. Relaciones Comerciales							X
Total						2	6

Elaborado por el investigador

Nivel de Impacto Social = $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 8/3 = 2,67 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

5.9.4.1 Análisis

El impacto a nivel empresarial comprenderá los efectos en el medio empresarial, el cual permitirá la organización económica, donde sus integrantes colectivamente desarrollarán procesos de comercialización y exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto.

Permitirá garantizar el ordenamiento organizacional de las funciones y responsabilidades de los miembros, así como el beneficio de incentivos para fines productivos.

De igual forma, permitirá generar relaciones comerciales directas entre productores nacionales y extranjeros, a partir del centro de acopio.

5.9.5 Impacto Educativo

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Aplicación de conocimientos							X
2. Fuente de investigación						X	
3. Generación de propuestas						X	
Total						4	3

Elaborado por el investigador

Nivel de Impacto Educativo = $(\sum \text{ Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 7/3 = 2,33 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

5.9.5.1 Análisis

El impacto y evaluación a nivel educativo, comprenderá tanto las repercusiones en el medio comercial (efectos comerciales) como en el medio social (efectos socio - económicos), que permitirán garantizar nuevos procesos de comercialización en donde intervendrán los productores y los habitantes de las zonas del Valle del Chota, Juncal y Pimampiro.

Con esto se pretende incentivar y continuar con los estudios para mejorar los procesos de comercialización así como la incursión y formación de exportadores. Esta edición servirá de material bibliográfico para las generaciones siguientes, ya que en ella encontrarán una guía de cómo realizar un proyecto de investigación.

5.10 Validación de la Propuesta

El plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano, involucra directamente a los productores del valle de Chota, así como también a los productores de Pimampiro; por lo que se puso a consideración al representante del Consorcio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios del Valle de Chota en Imbabura y Carchi; también a la Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta.

Para la validación se procedió de la siguiente manera:

- A cada una de las personas seleccionadas para que realicen la validación se entregó la propuesta impresa y se explicó el contenido de la misma con el fin de que sea analizada.
- Cada persona entregó las observaciones a la propuesta y se realizó una reunión en donde se analizó y discutió en detalle el contenido de la propuesta, determinándose todas las observaciones y correcciones que se requerían realizar.
- Realizadas las correcciones se efectuó un nuevo análisis del documento, con lo que se obtuvo la propuesta aprobada por todas las personas que lo validaron.

Los comentarios realizados al Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano, emitidos por las personas que validaron el documento se presenta a continuación:

“Ing. Esteban, permítame felicitarle por la iniciativa de socializar el “Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano”; además de que participemos en la evaluación de dicho documento, el cual permitirá mejorar las condiciones de

comercialización del fréjol, al mismo tiempo mejorará las condiciones económicas de la zona.

Rolando Iles Salazar

100298295-5

Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta (UCICMA)

He recibido y he revisado “El Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado Colombiano” por parte del Ing. Esteban y nos parece una muy buena propuesta para nuestro sector, ya que tenemos capacidad de producción y hemos recibido asistencia del Gobierno solo en lo relacionado a la producción; además esto nos permitirá tener una nueva visión de la comercialización, pudiendo llegar a ser exportadores directos, lo cual acarreará muchos beneficios para nuestras comunidades.

Sr. Teodoro Méndez

040064608-9

Consorcio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios del Valle de Imbabura y Carchi (COPCAVIC).

5.11 Contrastación de las preguntas de investigación con la validación de la propuesta.

1. ¿Cuál será la cantidad de oferta exportable de fréjol en el Valle del Chota y Pimampiro y también cual será la demanda existente en Colombia?

Se ha determinado que existe una gran cantidad de fréjol que se produce en el Valle del Chota y Pimampiro, el cual se podría destinar a la exportación directa; el inconveniente es que la mayor parte de la producción se vende a intermediarios quienes imponen los precios.

En cuanto a la demanda según datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas de Colombia (DIAN), Colombia anualmente importa 31786 toneladas, ya que su producción no abastece el consumo interno.

2. ¿Quiénes se beneficiarán directa e indirectamente con la comercialización y exportación del fréjol?

Actualmente los que se benefician directamente de la exportación del fréjol son los intermediarios quienes fijan el precio de acuerdo al mercado internacional, pero al implementar la propuesta del Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano, permitirá que los productores de la zona manejen un centro de acopio y exporten directamente, generando empleo como estibadores, clasificadores, etc.

3. ¿Cuáles serán las estrategias y mecanismos de comercialización y exportación más adecuadas para establecer los nichos de mercado?

La estrategia que se propone para comercializar directamente la producción de fréjol, es a través de la implementación de un centro de acopio destinado solo para la exportación de este producto, donde posteriormente se pueda trabajar con un técnico en Comercio Internacional, cuya función será el apoyo en normas técnicas para la exportación; así como también en la presentación de los documentos aduaneros respectivos y la búsqueda de instituciones de apoyo y promoción a las exportaciones como la Corporación para Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, quienes fortalecerán los procesos con la búsqueda de socios comerciales en el vecino país y a futuro, en otros países del mundo.

4. ¿Cuáles serán los procedimientos, requisitos y trámites de exportación para el fréjol más convenientes para comercializarlo al mercado internacional?

Los procedimientos y requisitos más adecuados para la exportación del fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro, serán los establecidos por el Servicio Nacional de Aduana de Ecuador, a través de dos fases: la fase de pre-embarque, en donde se inicia con la transmisión y presentación de la orden de embarque a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior, el cual envía la orden para el ingreso de las mercancías a zona primaria para embarcarlas en el medio de transporte; posteriormente se continúa con la fase pos-embarque en donde el exportador tiene quince días hábiles para regularizar la exportación y deber presentar los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera de Exportación (DAU)
- Orden de embarque impresa
- Factura comercial definitiva
- Documentos de transporte
- Originales de autorizaciones previas
- Pago CORPEI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. El contenido del presente trabajo corresponde a la Propuesta para la Implementación de un Centro de Acopio de fréjol en el Valle del Chota para su exportación a Colombia, mismo que constituye un instrumento útil para el Valle de Chota, Pimampiro y sus zonas aledañas, permitiendo fortalecer la operación comercial de la producción del fréjol a través de la generación de procedimientos para la exportación, determinación de los medios de transporte más adecuados, clasificación arancelaria, envases y embalajes para la exportación, flujogramas, manual de funciones y la infraestructura adecuada para la puesta en marcha.
2. La esencia de la propuesta para la Implementación de un Centro de Acopio de fréjol para su exportación a Colombia, predispone la implementación de nuevos conocimientos para los miembros de la comunidad productora de fréjol, contribuyendo al mejoramiento de las relaciones comerciales con las disposiciones legales establecidas por los organismos de control en cuanto a la exportación y al comercio internacional.
3. La implementación de un Centro de Acopio de fréjol para su exportación a Colombia, servirá para generar un cúmulo de conocimientos y experiencias para las asociaciones de productores del Valle del Chota y también a los productores de las zonas cercanas, siendo la exportación una herramienta eficaz para comercializar directamente el fréjol, reduciendo considerablemente la presencia de intermediarios quienes se aprovechaban de los productores por su limitado poder de negociación; así como también por el desconocimiento de técnicas para la exportación, manipulando precios a su conveniencia.

4. Será responsabilidad de cada uno de los miembros de las asociaciones la implementación y creación del Centro de Acopio para la exportación de la producción de fréjol del Valle de Chota, Pimampiro y sus sectores aledaños; además de velar para que se ejecuten los procedimientos para la exportación, determinación de medios de transporte más adecuados, sus envases y embalajes y la determinación de la partida arancelaria.
5. La propuesta para la implementación de un Centro de Acopio de fréjol en el Valle del Chota para su exportación a Colombia, se realizó con una expectativa de innovación, desarrollo y cambio, con un enfoque de mejorar positivamente las condiciones comerciales de este producto, así como las condiciones socio económicas de los productores y habitantes de estas zonas, contribuyendo al progreso de esta comunidad.
6. Se realizó un estudio sistemático y analítico de la producción del fréjol tomando en cuenta cantidades, personas involucradas, la balanza comercial entre Ecuador y Colombia, los procedimientos para exportar, transportes, envases y embalajes, certificaciones, demanda, partida arancelaria y los países exportadores; permitiendo tener un esquema ordenado para comercializar el fréjol con el diseño de una propuesta administrativa eficiente para la implementación del centro de acopio.

Recomendaciones

1. La producción de fréjol de la zona norte del país específicamente de Imbabura y Carchi, es reconocida como la de mayor producción en todo Ecuador, lo que ha permitido que la calidad de su producción se presente como eficiente frente a otros productores del país, por lo que se recomienda a los productores se mantenga bajo el mismo esquema, a fin de cumplir con las exigencias que demanda el mercado internacional.
2. Se recomienda dar a conocer el potencial de producción de fréjol de estas zonas a instituciones del Gobierno que fomentan la exportación, ya que el desconocimiento incurre en una escasa intervención y aplicación de políticas de trabajo que fomenten la comercialización justa.
3. Es necesario considerar como insumo vital la participación activa que tienen los productores de fréjol de Valle del Chota y Pimampiro, para llevar adelante los cambios requeridos para la implementación de buenas prácticas de comercialización a mercados internacionales, ya que al ser parte de un proceso de cambio, desde su comienzo forman parte integrante del mismo evitando la negligencia en sus actividades.
4. Se debe motivar a los productores de fréjol a manejar el sistema de comercialización propuesto, el cual les permitirá lograr con el tiempo una consolidación para ser más competitivos y los líderes en la comercialización de fréjol.
5. Debido a la no existencia de un plan para determinar mecanismos de comercialización y exportación del fréjol, se recomienda implementar la propuesta que consta en el presente trabajo ya que al momento las actividades encaminadas a la comercialización de fréjol en los

mercados internacionales, se realizan a través de intermediarios locales y de la provincia del Carchi.

BIBLIOGRAFÍA

Amorós, M. 1984. Horticultura, Guía Práctica. Primera Edición. Alsina L. Editorial Milagro S.A. Pág. 189 - 298.

Brassel, Frank y otros. ¿Reforma Agraria en el Ecuador? viejos temas, nuevos argumentos. SIPAE, agosto 2008.

Burbano, Gonzalo. 1996. Diccionario de Términos del Comercio Internacional. Editorial hemisferio.

Cerda, Hugo. 1999, Cómo Elaborar Proyectos, Tercera Edición, Edit. Magisterio, Colombia.

CIAT, 1984. Morfología de la planta de fréjol común, pp. 49

Cifuentes, William. Estudio de la Cadena de Valor y Potencialidades del Mercado del Fréjol en la Sierra Norte del Ecuador. FORCAFRÉJOL, octubre 2009.

Código de la producción, registro oficial, 2010.

Enciclopedia Agropecuaria Terranova, 1995. Producción Agrícola Santa Fe de Bogotá DC Colombia. Pp. 124.

Equipo Proyecto FORCAFRÉJOL. Estudio de Línea Base y Sistemas de Producción en la zona de intervención del proyecto FORCAFRÉJOL, junio 2009.

Estrada, Luis y Raúl. 2003. Lo que se debe conocer para Exportar, Impresores MYL Quito, Ecuador.

FORCAFRÉJOL. Documento de Proyecto Fortalecimiento de la cadena del fréjol en la Sierra Norte del Ecuador FORCAFRE, julio 2008.

Guerrero, Roberto y otros. Estudio: Problemas y Potencialidades del Comercio Justo – Situación Ecuador. Corporación para el Desarrollo Tiempo Social, julio 2009.

INIAP, 1994. Producción de semilla de Fréjol Voluble o Trepador. Publicación miscelánea N 63 p 32.

Monar, C. 2007. Informe anual de labores. INIAP. Guaranda, Ecuador. PP. 22.

Murillo, A. Peralta, E. Pinzón, J. Monar, C. 2007. INIAP 427 Libertador, Rojo moteado. Variedad de fréjol arbustivo para la zona de Guaranda, Chimbo y San Miguel de Bolívar. Plegable No. 284. Quito-Ecuador.

Murillo, A. Peralta, E. Pinzón, J. Monar, C. 2007. INIAP 428 Canario Guarandeño. Variedad de fréjol arbustivo para la zona de Guaranda, Chimbo y San Miguel de Bolívar. Plegable No. 285. Quito-Ecuador.

Larrea, Fernando. Políticas Agrarias y Economías Campesinas en el Ecuador. Brasil, abril 1998.

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, Registro oficial, 14 de abril de 2011.

Peralta, Eduardo. Estudio de la Producción, Poscosecha, Mercadeo y Consumo de Fréjol Arbustivo en el Valle del Chota. INIAP, mayo 2001.

Kotler M, 2007. Marketing 1. Publicaciones Innova. P 267.

Rincón, O. 1984. El cultivo de fréjol TOA. P. 139.

Rodríguez, L. 1994. “Tenencia de la tierra en los Valles del Chota y de Salinas”. Cuaderno de Investigación No 4. Fondo Ecuatoriano Popularium Progressio (FEPP). Quito, Ecuador. 144 p.

Scott, G; Herrera, J. 1991. Mercadeo Agrícola: Metodologías de Investigación. Selección de Ponencias presentadas en el “Taller Latinoamericano sobre métodos para Estudios la comercialización Agrícola”, realizada en el CIP, Lima, Perú, del 11 al 13 de Junio de 1990; en colaboración con IICA. 503 p.

LINKOGRAFÍA:

- ADUANA DEL ECUADOR www.aduana.gov.ec
- ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) www.aladi.org
- AMS (Agricultural Marketing Service) <http://www.ams.usda.gov>
- BCE (Banco Central Del Ecuador) www.bce.fin.ec
- CAN (Comunidad Andina de Naciones) www.comunidadandina.org
- CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones) www.Ecuadorexporta.org
- EPA (Environmental Protection Agency) <http://www.epa.gov>
- FAO (Food and Agricultural Organization) www.fao.org
- FDA (Food and Drug Administration) www.fda.org
- FEDEXPORT www.fedexpor.com
- ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) www.icex.es
- INEC www.inec.gov.ec
- INFOAGRO www.infoagro.go.cr
- INIAP <http://www.iniap-Ecuador.gov.ec>
- MACMAP www.macmap.org
- MAGAP www.sica.gov.ec, www.mag.gov.ec
- PROEXPORT www.proexport.com.co
- CFSAN (Center for Food Safety and Applied Nutrition) <http://www.fda.gov/food/default.htm>
- TRADE MAP <http://www.trademap.org>
- USDA (United States Department of Agriculture) www.usda.gov.ec

ANEXOS:

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE FRÉJOL



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO
Maestría en Administración de Negocios



Objetivo: Recoger información en torno a la producción y comercialización de Fréjol, en la perspectiva de un estudio de carácter científico, dentro de un programa de posgrado, con el afán de generar un nuevo conocimiento para el sector del Valle del Chota y Pimampiro.

Instrucciones: La presente Encuesta tiene 22 ítems, todos de selección múltiple; la encuesta tiene preguntas que tiene una validación cuali-cuantitativa, sírvase señalar con una X. Además va a encontrar opciones de validación por favor seleccione una sola de las opciones.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué variedad de Fréjol usted produce?

- Guandúl.....
- Calima.....
- Paragachi.....
- Injerto.....
- Capulí.....

2. ¿Qué tiempo lleva en la producción de Fréjol?

- Menos de un año.....
- 1 a 3 años.....
- 3 a 5 años.....
- Más de 5 años.....

3. ¿Cuál es el tiempo que se demora en sembrar y cosechar el Fréjol?

- De 29 a 34 días.....
- De 35 a 39 días.....
- De 40 a 45 días.....

4. ¿En qué periodo del año usted produce el Fréjol?

- De Marzo a Mayo.....
- De Agosto a Octubre.....
- Todo el año.....
- Ninguno.....

5. ¿Cuál es el área que Usted destina a la producción de Fréjol?

- De 1 a 2 Hectáreas.....
- De 3 a 4 Hectáreas.....
- Más de 5 Hectáreas.....

6. ¿Cuál es el rendimiento promedio de producción de fréjol por Hectárea?

- Menos de 14 Quintales.....
- De 15 a 19 Quintales.....

- De 20 a 24 Quintales.....
- Más de 25 Quintales.....

7. ¿Qué tipo de técnicas utiliza para el cultivo de Fréjol?

- Tradicional.....
- Con tecnología.....

8. ¿Se encuentra mano de obra para la producción de fréjol?

- Fácilmente.....
- Difícilmente.....

9. ¿Existe demanda de Fréjol durante el año?

- Mucho.....
- Poco.....
- Nada.....

10. ¿A como vende el quintal de Fréjol?

- De 20 a 26 Usd.....
- De 27 a 32 Usd.....
- De 33 a 38 Usd.....

11. ¿Quién impone los precios para la venta del Fréjol?

- Usted.....
- El Mercado.....

- Otros.....

12. ¿De qué forma financia la producción del Fréjol?

- Propio.....
- Institución Financiera.....
- ONG.....
- Intermediario.....

13. ¿Cuál es el destino de la producción de Fréjol del Valle del Chota y Pimampiro?

- Mercado Internacional.....
- Mercado Local.....
- Programa de Provisión de Alimentos (MIES).....

14. ¿En donde vende la producción del Fréjol?

- En la Finca.....
- Centro de Acopio.....
- Directamente a Consumidor.....

15. ¿Cuál es el canal de comercialización que usted utiliza para el Fréjol?

- Directamente.....
- Minorista.....
- Intermediario.....

16. ¿A qué país cree usted que se destina principalmente la producción de fréjol?

- Colombia.....
- Perú.....
- Otros.....

17. ¿De qué forma conoce usted se comercializa internacionalmente la producción de fréjol de su zona?

- Independiente.....
- Intermediario.....
- Agencias Exportadoras.....
- Asociación.....
- Otros.....

18. ¿Conoce y utiliza técnicas de cultivo orgánicas para la producción de Fréjol?

- Si.....
- No.....

19. ¿Pertenece a alguna asociación de productores?

- Si.....
- No.....

20. ¿Qué tipo de envases y embalajes utiliza para la comercialización de fréjol?

- Fibras plásticas.....
- Fibras naturales.....
- Papel.....

- Otras Fibras.....

21. ¿Utiliza algún sistema de control contable para sus ingresos y gastos?

- Tradicional.....
- Intermedio.....
- Con tecnología.....

22. ¿Estaría dispuesto a exportar el fréjol que usted produce?

- Si.....
- No.....

Muchas Gracias por su Colaboración

ANEXO 2

FICHAS DE OBSERVACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE			
INSTITUTO DE POSTGRADOS			
Observación de: Producción del fréjol en los sectores del Valle del Chota y Pimampiro.			
Fecha:	25 de Enero de 2011		
Ficha:	1		
Objetivo: Recoger información relacionada a la producción del fréjol en sector del Valle del Chota y Pimampiro.			
INDICADORES	SI	NO	EN PARTE
Se dispone de áreas de producción	X		
La cantidad de producción es habitual	X		
Existe variedad de producción	X		
Las actividades de producción se realizan en intervalos de tiempo	X		
Trabajan con técnicas de cultivo	X		
Son utilizados insumos orgánicos para la producción			X

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSTGRADOS

Observación de: Personas involucradas en la producción del fréjol de los sectores del Valle del Chota y Pimampiro.

Fecha: 25 de Enero de 2011

Ficha: 2

Objetivo: Recoger información referente a la realidad social de las personas involucradas en la producción del fréjol en sector del Valle del Chota y Pimampiro.

ALTERNATIVAS	SI	NO	EN PARTE
INDICADORES			
Existe mano de obra para la producción	X		
Los productores son miembros de alguna asociación	X		
Trabajan todos los miembros de la familia en la producción de fréjol.			X
La demanda de la mano de obra es por periodos de producción	X		

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSTGRADOS

Observación de: Comercialización de la producción del fréjol en los sectores del Valle del Chota y Pimampiro.

Fecha: 25 de Enero de 2011

Ficha: 3

Objetivo: Recoger información de primera mano sobre las formas de comercialización utilizadas por los productores fréjol en sector del Valle del Chota y Pimampiro.

ALTERNATIVAS	SI	NO	EN PARTE
INDICADORES			
La comercialización es a través de intermediarios.	X		
La imposición de los precios es fijada por los productores		X	
El principal destino de la producción es Colombia	X		
El lugar de venta del fréjol es en la finca	X		
Los intermediarios financian la producción			X

ANEXO 3

MÉTODO DE PONDERACIÓN PARA UBICAR LA MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN.

Tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar el lugar donde se obtendrá la máxima ganancia y disponibilidad de recursos o el mínimo costo unitario ya que se trata de un proyecto comunitario.

Método de Ponderación para ubicar la Macro y Micro localización. MÉTODO DE PONDERACION PARA UBICAR LA MACRO Y MICROLOCALIZACION					
ELEMENTO	P (%)	A	P	B	P
1) Acceso a Mercados	19	5	95	5	95
2) Acceso al producto	23	5	115	4	92
3) Disponibilidad de:					
Mano de Obra Calificada	8	4	32	4	32
Mano de Obra no Calificada	6	3	18	3	18
4) Costo de mano de Obra					
Calificada	8	4	32	3	24
No calificada.	6	4	24	3	18
5) Transporte					
Disponibilidad	4	4	16	3	12
Costos	4	4	16	4	16
6) Agua	2	5	10	4	8

7) Energía Eléctrica	2	5	10	4	8
8) Combustible	2	5	10	5	10
9) Apoyos Legales	1	5	5	5	5
10) Drenaje	1	5	5	4	4
11) Servicios Médicos	2	3	6	3	6
12) Servicios de Seguridad	1	5	5	4	4
13) Educación	1	4	4	4	4
14) Clima	1	5	5	4	4
15) Infraestructura					
Espacio	3	5	15	4	12
Costo	2	4	8	4	8
16) Actitud de la comunidad	3	5	15	4	12
17) Restricciones Ambientales	1	2	2	2	2
18) Otros	0	0	0	0	0
SUMAN	100	91	448	80	394

Fuente: Junta Parroquial Valle de Chota, Juncal y Pimampiro
Elaborado por el Investigador

P = Ponderación en % de los factores.

ABC = Valor comparativo de los lugares con respecto a los demás.

P = Calificación ponderada de los diversos lugares.

A = Valle del Chota

B = Juncal

C= Pimampiro

Según la ponderación el lugar más idóneo para la implementación de un centro de acopio para la exportación del fréjol, es el Valle de chota de acuerdo al análisis de los recursos disponibles en este sector.

ANEXO 4

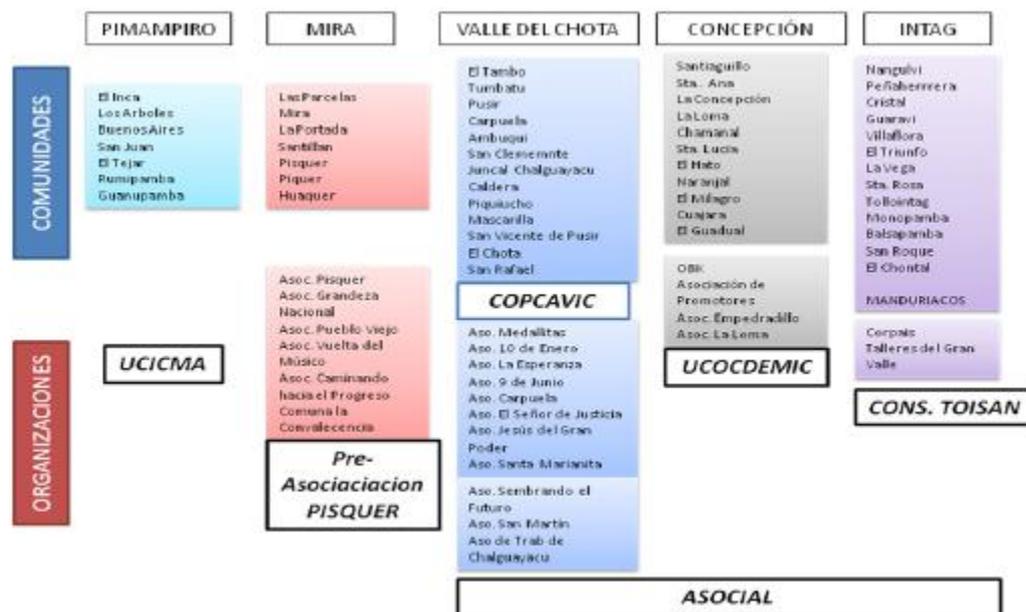
HISTORIA AGRARIA DE LA REGIÓN

	<i>Antes de la década de los 60</i>	<i>Décadas de los 60 y 70</i>	<i>Década de los 80 y 90</i>	<i>Finales de los 90 y la actualidad</i>
Eventos Históricos	Época de la hacienda	Primera y segunda ley de Reforma Agraria Formación de Cooperativas	Diversificación e Intensificación de Sistemas de Cultivo Apoyo de ONG Formación Asociaciones	Inserción en mercados con criterios de competitividad. Formación Consorcios.
Acceso a la Tierra y Agua	Grandes propietarios manejan tierra en diferentes pisos climáticos y agua de riego.	Acceso a Tierra: - Entrega de tierras a ex huasipungueros. - Compra a través de cooperativas. ← IERAC BNF - Anticipación de hacendados.	Diversificación de tamaño de propiedad: reparto por herencias, mercado de la tierra. Acceso a concesiones de agua o sistemas de riego.	Continuidad de la diversificación del tamaño de la propiedad. Incremento frontera agrícola,.
Producción agropecuaria	Sistemas tradicionales: fréjol nativo, maíz, cebada, trigo, papa, cultivo extensivo de caña de azúcar. Crianza extensiva de ganado vacuno.	Cambios e intensificación sistemas de producción: - Introducción fréjol - Comercialización producción. - Diversificación de huertas.	Introducción de nuevos cultivos: frutales., hortalizas. Comercio de productos agrícolas; incremento monocultivo. Desmedida aplicación de agroquímico, aparición de plagas.	Especialización de territorios en cadenas productivas largas (efectos reprimarización agricultura): retoma fréjol, incremento frutales y hortalizas, café, cacao.
Mano de Obra	Trabajo en relación con el sistema de hacienda como peones o partidarios.	Mano de obra familiar. Afrodescendientes. Indígenas. Campesino – Mestizo.	Mano de obra familiar. Inicio de migración.	Mano de obra familiar . Diversificación de las actividades de ocupación familiar. Incremento migración: población joven.

Fuente: Línea de Base Proyecto FORCAFRÉJOL, Equipo de Proyecto, 2009.
Elaboración: Roberto Guerrero.

ANEXO 5

ORGANIZACIÓN Y ASOCIATIVIDAD CADENA DEL FRÉJOL



Fuente: Informe técnico FORCAFRÉJOL, enero 2009.
Elaboración: Álvaro Salazar.

ANEXO 6

PRINCIPALES SISTEMAS DE CULTIVO POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTOR

ZONA	TIPOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES SISTEMAS DE CULTIVO
MIRA	Tipo I	Grandes extensiones de terreno con riego (más de 10 ha). Contrata mano de obra de la zona para realizar todas las actividades agropecuarias.	Maíz, fréjol, frutales como aguacate, cítricos, durazno.
	Tipo II	Extensiones de terreno con riego que van en un rango de 6 a 9 ha. Dedicar mano de obra familiar a ciertas actividades y contrata mano de obra para los picos de trabajo.	Maíz, fréjol.
	Tipo III	Pequeñas extensiones de terreno con riego (menos de 5 ha). El mayor porcentaje de la mano de obra que utiliza es familiar y mínimo contratada. Realiza otras actividades fuera de su finca (jornal en la zona, albañilería, carpintería; etc.)	Maíz, fréjol.
LA CONCEPCIÓN	Tipo I	Grandes extensiones de terreno con riego y otras sin riego (más de 10 ha). Contrata mano de obra de la zona para realizar todas las actividades agropecuarias.	Morocho+fréjol; fréjol, hortalizas como tomate - pimiento - ají.
	Tipo II	Extensiones de terreno con riego que van en un rango de 3 a 9 ha. Dedicar mano de obra familiar a ciertas actividades y contrata mano de obra para los picos de trabajo.	Morocho+fréjol; fréjol, hortalizas como tomate - pimiento - ají.
	Tipo III	Pequeñas extensiones de terreno con riego (menos de 3 ha). El mayor porcentaje de la mano de obra que utiliza es familiar y mínimo contratada. Realiza otras actividades fuera de su finca (jornal en la zona, albañilería, carpintería; etc.)	Morocho+fréjol; fréjol, hortalizas como tomate - pimiento - ají.
PIMAMPIRO	Tipo I	Grandes extensiones de terreno con riego (más de 3 ha). Contrata mano de obra de la zona para realizar todas las actividades agropecuarias.	Maíz suave; fréjol; tomate de árbol y hortalizas
	Tipo II	Extensiones de terreno con riego que van en un rango de 2 a 3 ha. Dedicar mano de obra familiar a ciertas actividades y contrata mano de obra para los picos de trabajo.	Maíz suave; fréjol; tomate de árbol y hortalizas
	Tipo III	Pequeñas extensiones de terreno con riego (menos de 2 ha). El mayor porcentaje de la mano de obra que utiliza es familiar y mínimo contratada. Realiza otras actividades fuera de su finca (jornal en la zona, albañilería, carpintería; etc.)	Maíz suave; fréjol y hortalizas
SUBBUENCA DEL CHOTA	Tipo I	Extensiones de terreno con riego (más de 5 ha). Contrata mano de obra de la zona para realizar todas las actividades agropecuarias.	Cañía; fréjol; tomate riñón; pimiento; ají; aguacate.
	Tipo II	Extensiones de terreno con riego que van en un rango de 3 a 4 ha. Dedicar mano de obra familiar a ciertas actividades y contrata mano de obra para los picos de trabajo.	Fréjol; tomate riñón, pimiento; ají; cebolla; anís y aguacate.
	Tipo III	Extensiones de terreno con riego (menos de 2 ha). El mayor porcentaje de la mano de obra que utiliza es familiar y mínimo contratada. Realiza otras actividades fuera de su finca (jornal en la zona y migración)	Fréjol; tomate riñón, pimiento; ají; cebolla; pepinillo, vainita.
INTAG	Tipo I	Grandes extensiones de terreno sin riego (más de 30 ha). Contrata mano de obra de la zona para realizar todas las actividades agropecuarias.	Morocho; fréjol; huertas con productos como: yuca, café, plátano, cítricos y bosques.
	Tipo II	Extensiones de terreno sin riego que van en un rango de 10 a 30 ha. Dedicar mano de obra familiar a ciertas actividades y contrata mano de obra para los picos de trabajo.	Morocho; fréjol; huertas con productos como: yuca, café, plátano.
	Tipo III	Extensiones de terreno sin riego (menos de 10 ha). El mayor porcentaje de la mano de obra que utiliza es familiar y mínimo contratada. Realiza otras actividades fuera de su finca (jornal en la zona y migración)	Morocho; fréjol; yuca; tomate riñón.

Fuente: Línea de Base Proyecto FORCAFRÉJOL, Equipo FORCAFRÉJOL, 2009.
Elaboración: Roberto Guerrero.

ANEXO 7

CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL FRÉJOL POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTOR

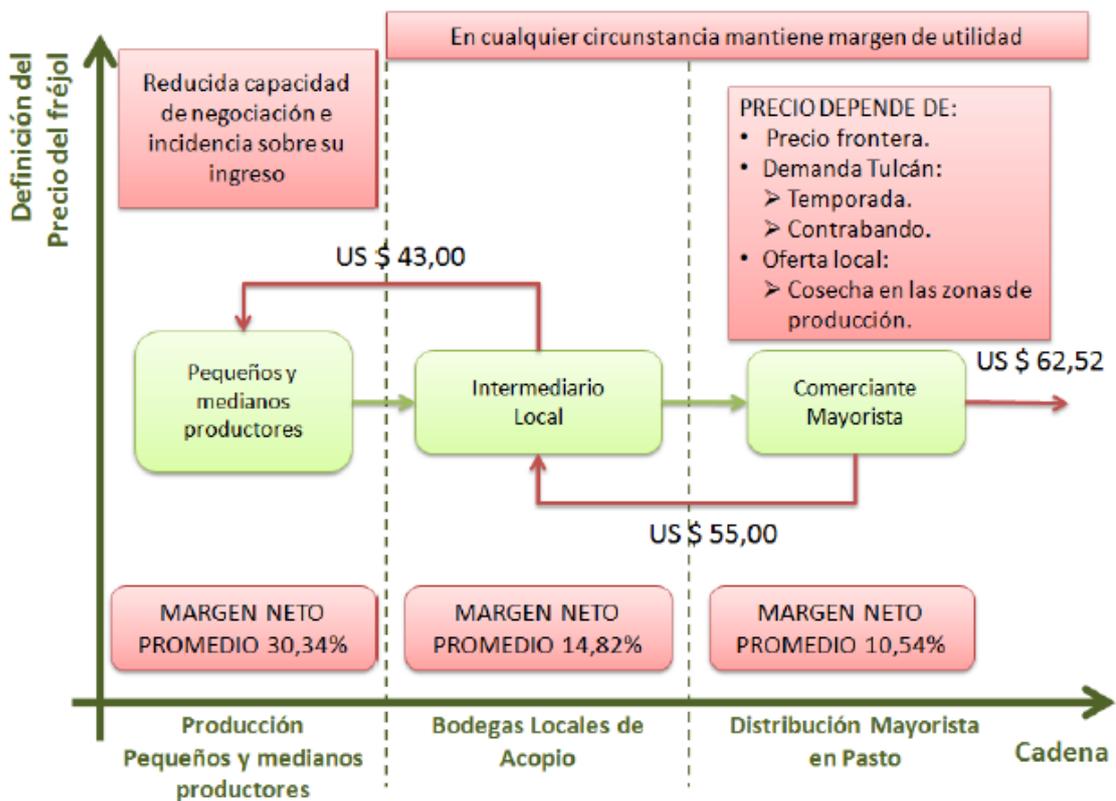
Zona	Tipología	Peso del fréjol en la composición del Ingreso Familiar	Por hectárea					
			Consumos Intermedios (USD)	Días de Trabajo Invertido	Costo Mano de Obra (USD)	Rendimiento Promedio (qq/ha)	Total Costo de Inversión (USD)	Punto de Equilibrio (USD/qq)
Mira	Tipo I	53%	530	44	440	30	970	32
	Tipo II	71%	370	32	320	20	690	35
	Tipo III	73%	261	31	310	16	571	36
La Concepción	Tipo I	49%	570	35	245	22	815	37
	Tipo II	52%	250	35	245	13	495	38
	Tipo III	53%	157	38	266	11	423	38
Pimampiro	Tipo I	24%	138	38	266	20	404	20
	Tipo II	47%	105	33	231	16	336	21
	Tipo III	42%	95	29	203	13	298	23
Subcuenca del Chota	Tipo I	71%	580	46	322	27	902	33
	Tipo II	26%	524	34	238	22	762	35
	Tipo III	23%	290	32	224	14	514	37
Intag	Tipo I	38%	200	29	203	20	403	20
	Tipo II	51%	150	15	105	10	255	26
	Tipo III	50%	170	17	119	13	289	22

Fuente: Línea de Base Proyecto FORCAFRÉJOL, Equipo FORCAFRÉJOL, 2009.
Elaboración: Diego Larrea.

ANEXO 8

CADENA FRÉJOL EN LA SIERRA NORTE

Definición del Precio en la Cadena del Fréjol



Fuente: Estudio de la Cadena de Valor y potencialidades del Mercado de Fréjol.
Elaboración: Roberto Guerrero.

ANEXO 9

Acta de Validación de la Propuesta

En atención al requerimiento del Instituto de Postgrado de la Universidad Técnica del Norte, se procede a levantar la presente acta que formará parte integrante de la Tesis “Plan para la Comercialización y Exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano”.

Con la participación de los representantes de las asociaciones de productores de fréjol del Valle del Chota y Pimampiro quienes tienen relación directa con la implementación y ejecución de la propuesta para la implementación de un centro de acopio para la comercialización y exportación de fréjol hacia el mercado colombiano; para este efecto se llevaron a cabo reuniones que permitieron analizar en detalle la propuesta, corregir aspectos que se determinó se requerían realizar, para finalmente validar la misma. Los directivos de las asociaciones que intervienen son:

- Rolando Iles Salazar
- Teodoro Méndez

Para realizar la validación se procede de la siguiente manera:

- El investigador entrega la propuesta impresa y explica el contenido de la misma a los dos dirigentes, con el fin de que la analicen en detalle.
- Se realiza una nueva reunión con los dirigentes de las asociaciones de productores de fréjol para analizar y discutir el contenido de la propuesta, determinándose observaciones y correcciones que se requieren realizar.
- Se realizan las correcciones y se lleva a cabo un nuevo análisis y discusión conjunta, determinando que, con las correcciones realizadas, el documento se encuentra listo.

Luego de las actividades indicadas y que la propuesta recoge las observaciones y han sido corregidos los aspectos que así lo requieren, se emiten los siguientes criterios.

“Ing. Esteban permítame felicitarle por la iniciativa de socializar el “Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano”; además de que participemos en la evaluación de dicho documento, el cual permitirá mejorar las condiciones de comercialización del fréjol, al mismo tiempo mejorarán las condiciones económicas de la zona.

Sr. Rolando Iles Salazar

100298295-5

Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta (UCICMA)

He recibido y revisado el “Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano” por parte del Ing. Esteban y nos parece una muy buena propuesta para nuestro sector, ya que tenemos capacidad de producción y hemos recibido asistencia del Gobierno solo en lo relacionado a la producción; además esto nos permitirá tener una nueva visión de la comercialización, pudiendo llegar a ser exportadores directos, lo cual acarreará muchos beneficios para nuestras comunidades.

Sr. Teodoro Méndez

040064608-9

Consorcio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios del Valle de Imbabura y Carchi (COPCAVIC).

Ibarra, 16 de junio de 2011

Para constancia de lo expuesto, firman:



Sr. Teodoro Méndez

040064608-9

Consortio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y
Pecuarios del Valle de Imbabura y Carchi (COPCAVIC).



Sr. Rolando Iles Salazar

100298295-5

Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta (UCICMA)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Con la finalidad de mejorar los sistemas de comercialización del fréjol, se ha elaborado la propuesta referente a un "Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector de Valle de Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano".

Solicito a usted se digne emitir una opinión acerca de la misma. Para el efecto, se detallan una serie de aspectos a evaluar, en los cuales deberá manifestar su acuerdo o desacuerdo mediante la adjudicación de un valor entre 0 y 10.

ASPECTOS A EVALUAR	PUNTUACIÓN
La propuesta es clara.	10
Contribuye a la solución del problema.	10
El sistema propuesto es adecuado.	10
Con la propuesta se logrará mejorar los niveles de eficiencia y productividad en el sector.	9
La propuesta incluye una metodología que permita a los usuarios implementar el sistema planteado.	10
Total	49

Juicio del representante de la asociación,

Se felicita esta iniciativa

Lugar y Fecha:

Chota, 14 de Octubre del 2011

Firma.

Teodoro Méndez

Nombres y Apellidos:

Sr. Teodoro Méndez (COPCAVIC).



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Con la finalidad de mejorar los sistemas de comercialización del fréjol, se ha elaborado la propuesta referente a un "Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector de Valle de Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano".

Solicito a usted se digne emitir una opinión acerca de la misma. Para el efecto, se detallan una serie de aspectos a evaluar, en los cuales deberá manifestar su acuerdo o desacuerdo mediante la adjudicación de un valor entre 0 y 10.

ASPECTOS A EVALUAR	PUNTUACIÓN
La propuesta es clara.	10
Contribuye a la solución del problema.	9
El sistema propuesto es adecuado.	9
Con la propuesta se logrará mejorar los niveles de eficiencia y productividad en el sector.	10
La propuesta incluye una metodología que permita a los usuarios implementar el sistema planteado.	10
Total	48

Juicio del representante de la asociación,

Se felicita la propuesta presentada ya que aportará al progreso de nuestras comunidades.

Lugar y Fecha:

Pimampiro, 13 de Octubre del 2011

Firma

Rolando Iles

Nombres y Apellidos

Sr. Rolando Iles Salazar (UCICMA).

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Para realizar la validación de la propuesta, adicionalmente se solicitó a representantes de las asociaciones de productores del Valle del Chota y Pimampiro, manifiesten su acuerdo o desacuerdo con el sistema propuesto mediante la adjudicación de un valor entre 0 y 10 puntos.

Los representantes de las asociaciones que manifestaron su opinión se detallan a continuación:

1. Sr. Teodoro Méndez
2. Sr. Rolando Iles Salazar

ASPECTOS A EVALUAR	EXPERTOS		PROMEDIO
	01	02	
La propuesta es clara.	10	10	10
Contribuye a la solución del problema.	10	09	9.5
El sistema propuesto es adecuado.	10	09	9.5
Con la propuesta se logrará mejorar los niveles de eficiencia y productividad en el sector.	09	10	9.5
La propuesta incluye una metodología que permita a los usuarios implementar el sistema planteado.	10	10	10
Total	49	48	48.5

De acuerdo al criterio de los representantes de las asociaciones, la propuesta contribuye a la solución del problema y presenta una metodología que permita a los productores implementar el “Plan para la comercialización y exportación de fréjol producido en el sector del Valle del Chota y Pimampiro hacia el mercado colombiano”.

