



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE ING. EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**ESTUDIO DE MERCADO DE EXPORTACIÓN DE PALMITO EN
CONSERVA A SINGAPUR**

CAMPAÑA MINCHONG SONIA MARÍA

TUTOR:

DAVID COELLO CAZAR

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ING. EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Sonia María Campaña Minchong** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ing. en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR (A)

David Coello Cazar

REVISOR(ES)

Nestor Morán Murillo

Teresa Knezevich Pilay

DIRECTORA DE LA CARRERA

Eco. María Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los 27 del mes de marzo del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ING. EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Sonia María Campaña Minchong**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de mercado de exportación de palmito en conserva a Singapur**, previa a la obtención del Título de **Ing. en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 del mes de marzo del año 2014

EL AUTOR (A)

Sonia María Campaña Minchong



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ING. EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Sonia María Campaña Minchong**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de mercado de exportación de palmito en conserva a Singapur**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 del mes de marzo del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Sonia María Campaña Minchong

AGRADECIMIENTO

La realización de la presente investigación habría sido imposible de realizar sin el apoyo y participación de algunas personas, para las cuales me tomo este espacio para manifestarles mis más sinceros agradecimientos. En primer lugar a Dios, quien me ha ayudado a llegar hasta éste término de mi vida universitaria, y me ha enseñado a valorar lo que tenemos cada día más, en segundo lugar a mi familia, quien con su apoyo y esfuerzo han permitido que continúe mis estudios guiándome para que sea una buena profesional, a Instituciones públicas, tales como PRO ECUADOR y MAGAP, así como a la empresa PROCECONSA, quienes brindaron recursos para poder realizar la investigación, a mi tutor David Coello quien me supo guiar y orientar en la elaboración de la tesis, y a amigos cercanos, que de igual manera me brindaron su apoyo.

SONIA CAMPAÑA

DEDICATORIA

Me permito tomar este espacio para dedicar la presente investigación a Dios, por brindarme sabiduría, concentración, y paciencia, para culminar el trabajo de tesis, y a mi familia, por su apoyo incondicional, ya que siempre han estado dispuestos a ayudarme en lo que necesite para la elaboración de la tesis.

SONIA CAMPAÑA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN
(Se colocan los espacios necesarios)

DAVID COELLO CAZAR
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

(NOMBRES Y APELLIDOS)
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE ING. EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

**DAVID COELLO CAZAR
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN/ANTECEDENTES	15
JUSTIFICACIÓN	19
OBJETIVO GENERAL	20
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	21
HIPÓTESIS.....	29
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	30
CAPÍTULO I.....	31
1. EL MERCADO.....	31
1.1 Mercado interno: Ecuador.....	31
1.1.1 Orígenes del palmito en el país.	31
1.1.2 Principales zonas de cultivo en el país.	32
1.1.3 Principales industrias que se dedican a la producción y exportación de palmito en conserva.....	35
1.1.4 Oferta disponible de Ecuador hacia ese país del producto (palmito en conserva).....	36
1.1.5 Histórico de exportaciones en el mundo desde el país.	37
1.1.6 FODA de la industria (procesadora de alimentos en conserva)	39
1.1.6.1 Análisis interno.- Fortalezas y Debilidades.....	39
1.1.6.1.1 Fortalezas.....	39
1.1.6.1.2 Debilidades.....	40
1.1.6.2 Análisis externo.-Oportunidades y Amenazas.....	40
1.1.6.2.1 Oportunidades	40
1.1.6.2.2 Amenazas.....	40
1.1.7 Fuerzas de Porter de la Industria (procesadora de alimentos en conserva).....	41
1.1.7.1 Poder de negociación de los Compradores o Clientes.....	41
1.1.7.2 Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.....	47
1.1.7.3 Amenaza de nuevos entrantes	48

1.1.7.4 Amenaza de productos sustitutos:	52
1.1.7.5 Rivalidad entre los competidores	54
1.2 Mercado externo: Singapur y los competidores de Ecuador	54
1.2.1 Análisis PESTA.....	54
1.2.1.1 Político:.....	54
1.2.1.1.1 Legislación antimonopolio.....	56
1.2.1.1.2 Sistema de impuestos de Singapur.....	58
1.2.1.1.3 Regulación sobre el comercio exterior	61
1.2.1.1.4 Regulación sobre el empleo.....	67
1.2.1.1.5 Promoción de la actividad empresarial.....	69
1.2.1.1.6 Estabilidad gubernamental.....	70
1.2.1.2 Económico	71
1.2.1.2.1 Ciclo económico	71
1.2.1.2.2 Producto Interno Bruto	74
1.2.1.2.3 PIB per cápita	75
1.2.1.2.4 Gastos de Consumo Privado	76
1.2.1.2.5 Balanza de pagos	77
1.2.1.2.6 Ingreso Bruto Nacional	77
1.2.1.2.7 Ingreso Bruto Nacional per cápita	78
1.2.1.2.8 Tipo de Cambio del Dólar Singapurense.....	79
1.2.1.2.9 Tasa de Interés de Singapur.....	79
1.2.1.2.10 Empleo y desempleo.....	80
1.2.1.2.11 Índice de Precio al Consumidor	82
1.2.1.3 Socio Culturales.....	83
1.2.1.3.1 Población	83
1.2.1.3.2 Educación	87
1.2.1.4 Tecnológico	88
1.2.1.5 Ambiental.....	90
1.2.2 Balanza Comercial.....	91
1.2.3 Países proveedores de palmito a Singapur.....	94
1.2.4 Barreras arancelarias y para arancelarias	98
1.2.4.1 Arancelarias.....	98
1.2.4.1.1 Trato Preferencial	99

1.2.4.2 Para arancelarias.....	101
1.2.4.2.1 Regulaciones de Singapur	101
1.2.4.2.1.1 Registro de la empresa.....	101
1.2.4.2.1.2 Notificación previa de llegada PAN	104
1.2.4.2.1.3 Notificación de llegada NOA	104
1.2.4.2.1.4 Despacho de aduana.....	105
1.2.4.2.1.5 Permiso de entrada.....	106
1.2.4.2.1.6 Factura comercial	109
1.2.4.2.1.7 Lista de empaque	109
1.2.4.2.1.8 Documento de transporte.....	110
1.2.4.2.1.9 Registro de importadores en AVA.....	110
1.2.4.2.1.10 Requisito de etiquetado	114
CAPÍTULO II	117
2. ESTRATEGIA COMERCIAL DEL ECUADOR	117
2.1 ESTUDIO LOGÍSTICO	117
2.1.1 Tiempos de producción y envío	117
2.1.1.1 Tiempo y proceso de producción de palmito en lata	117
2.1.1.1.1 Flujograma de proceso de producción de palmito en conserva.....	119
2.1.1.1.2 Precio FOB de exportación	120
2.1.1.2 Tiempos de trámites aduaneros.....	121
2.1.1.3 Tiempo de tránsito o de traslado.....	122
2.1.1.4 Tiempo de desaduanización en el mercado destino	123
2.1.2 Estrategia de Ecuador para optimizar estos procesos	123
2.2 Estudio de mercado	125
2.2.1 Estrategia de penetración en el mercado de Singapur.....	125
2.2.2 Políticas de negociación	126
2.2.3 Proyecciones y análisis Costo / Beneficio	127
2.2.3.1 Valores proyectados de importaciones de ese país	127
2.2.3.2 Relación Costo / Beneficio	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	131
Conclusiones	131
Recomendaciones	131
FUENTES DE INFORMACIÓN	159

Fuentes bibliográficas	159
Otras fuentes	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Tabla de composición nutricional de palmito en conserva	23
Tabla No. 2: Principales 10 países exportadores de palmitos, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial según el Valor Total Exportado 2008-2012, valores expresados en miles de dólares.....	24
Tabla No. 3: Principales 10 países compradores de palmitos, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial según el Valor Total Importado 2008-2012, valores expresados en miles de dólares.....	26
Tabla No. 4: Superficie cosechada de palmito durante el período 2006-2010. 33	
Tabla No. 5: Producción en tallo fresco de palmito, durante el período 2006-2010, expresado en toneladas	35
Tabla No. 6: Principales 9 empresas exportadoras de palmito en conserva desde el Ecuador, durante el período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares	36
Tabla No. 7: Principales 10 destinos de exportación de palmito preparados o conservados desde el Ecuador, durante el período 2009-2013, valores expresados en miles USD, Incoterm FOB.....	37
Tabla No. 8: Promedio mensual de gasto por familia expresado en dólares singapurenses 2007-2008.....	42
Tabla No. 9: Ingreso promedio mensual por hogar por Quintil de Ingresos, expresado en dólares singapurenses.....	43
Tabla No. 10: Índice Doing Business 2013.....	58
Tabla No. 11: Criterios de Doing Business de Singapur 2013, 2014	59
Tabla No. 12: Índice de pago de impuestos de Singapur–Doing Business 2013, 2014.....	59
Tabla No. 13: Exportaciones desde Singapur hacia el mundo 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos	62
Tabla No. 14: Principales mercados de exportaciones desde Singapur, valores expresados en millones de dólares americanos en Incoterm FOB.....	62
Tabla No. 15: Productos exportados desde Singapur durante el año 2012, valores expresados en millones de dólares americanos	63

Tabla No. 16: Importaciones petroleras y no petroleras de Singapur durante el año 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos	63
Tabla No. 17: Principales mercados proveedores de Singapur durante el año 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos	64
Tabla No. 18: Principales 10 países con los puntajes más altos del LPI del período 2011.....	66
Tabla No. 19: Producto Interno Bruto de Singapur desglosado por industria expresado en millones de dólares singapurenses, período 2009 - 2013	74
Tabla No. 20: Tasa de variación del Producto Interno Bruto de Singapur desglosado por industria, período 2009 – 2013, expresado en porcentaje.....	75
Tabla No. 21: Producto Interno Bruto per cápita de Singapur período 2000-2012, valores expresados en dólares singapurenses / americanos.....	76
Tabla No. 22: Gastos de consumo privado en Singapur período 2008-2012, valores expresados en millones de dólares singapurenses.....	77
Tabla No. 23: Ingreso Bruto Nacional período 2000-2012, valores expresados millones de dólares singapurenses / americanos	78
Tabla No. 24: Ingreso Bruto Nacional per cápita período 2000-2012, valores expresados en dólares singapurenses / americanos.....	78
Tabla No. 25: Tipo de cambio del dólar singapurense en relación con otras monedas, período 2009-2013	79
Tabla No. 26: Tasa de Interés de Singapur, período 2008-2012, expresado en porcentaje	80
Tabla No. 27: Número de personas residentes en Singapur empleadas y desempleadas, expresado en miles de habitantes	80
Tabla No. 28: Porcentaje de desempleo personas residentes y no residentes período 2002-2013.....	81
Tabla No. 29: Porcentaje de desempleo personas residentes y no residentes período 2002-2013, expresado en miles de habitantes	81
Tabla No. 30: Índice de Precio al Consumidor período 2009 - 2012.....	82
Tabla No. 31: Porcentaje de variación del índice de Precio al Consumidor período 2009-2013.....	83
Tabla No. 32: Población de Singapur, período 2008-2012, expresado en miles de habitantes	84

Tabla No. 33: Población residente y no residente, período 2008-2013, expresado en miles de habitantes (hasta junio 2013)	85
Tabla No. 34: Composición étnica de población residente hasta junio 2013, expresado en miles de habitantes (hasta junio 2013)	86
Tabla No. 35: Población residente clasificada por género, (hasta junio del año 2013), expresado en miles de habitantes.....	87
Tabla No. 36: Población residente clasificada por edad, (hasta junio del año 2013), expresado en miles de habitantes.....	87
Tabla No. 37: Índices de alfabetización de población residente, período 2012, expresado en porcentaje.....	88
Tabla No. 38: Gasto realizado referente al rubro de Investigación y Desarrollo, clasificado por área de Investigación, período 2011, expresado en millones de dólares singapurenses	89
Tabla No. 39: Gastos realizados clasificados por sector, período 2005-2011, valores expresados en millones de dólares singapurenses.....	89
Tabla No. 40: Balanza Comercial Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB.....	92
Tabla No. 41: Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB	92
Tabla No. 42: Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB	93
Tabla No. 43: Países proveedores de palmito preparados o conservados a Singapur, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB	95
Tabla No. 44: Principales 10 destinos de exportación de Singapur de palmitos preparados o conservados, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB.....	97
Tabla No. 45: Diferencia entre Valor Importado y Valor Exportado desde Singapur, de palmitos preparados o conservados, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos	98
Tabla No. 46: Tarifa Ad Valorem aplicada por Singapur, para la importación de palmito preparado o conservado procedente de Ecuador	100
Tabla No. 47: Código de producto para alimentos procesados	109

Tabla No. 48: Presentación de mix de palmito en conserva con otros productos	119
Tabla No. 49: Información nutricional del producto palmito en conserva por porción de 100 gramos	120
Tabla No. 50: Precio FOB de un contenedor de 20' de palmito en conserva.	120
Tabla No. 51: Número de unidades de cajas, latas y tallos de palmito por contenedor de 20 pies.....	121
Tabla No. 52: Itinerario exportación de palmito en conserva Guayaquil - Singapur vía Hong Kong	123
Tabla No. 53: Valores proyectados de importaciones de Singapur período 2008-2017.....	128
Tabla No. 54: Análisis de Costo/Beneficio.....	130
Tabla No. 55: Relación Costo/Beneficio	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Principales 10 países exportadores de palmitos, preparados o conservados a nivel mundial, según el Valor Total Exportado 2008-2011	25
Gráfico No. 2: Principales 10 países compradores de palmito, preparados o conservados a nivel mundial, según el Valor Total Importado 2008-2012	27
Gráfico No. 3: Principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador desde el año 2009 hasta el año 2013 del producto palmito preparados o conservados, según su tonelada.....	38
Gráfico No. 4: Principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador desde el año 2009 hasta el año 2013 del producto palmito preparados o conservados, según su precio FOB de exportación	38
Gráfico No. 5: 5 Fuerzas de Porter.....	41
Gráfico No. 6: Flujo Canales de distribución de productos gourmet en Singapur	44
Gráfico No. 7: Presentación del palmito en conserva marca Tabana	46
Gráfico No. 8: Presentación del producto palmito en conserva marca Delicias	49
Gráfico No. 9: Presentación del producto palmito en conserva marca NativeForest.....	50
Gráfico No. 10: Presentación del producto palmito en conserva marca Patubas	51
Gráfico No. 11: Presentación del producto palmito en conserva marca Don Frubbo	52
Gráfico No. 12: Ciclos de crecimiento de Singapur 2003-2011	72
Gráfico No. 13: Comparación indicador CLI y CCI Singapur 2003-2011	73
Gráfico No. 14: Clasificación de población residente por grupo étnico, hasta junio 2013	86
Gráfico No. 15: Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos	93
Gráfico No. 16: Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos	94
Gráfico No. 17: Países proveedores de palmito en conserva a Singapur, según el Valor Total Importado 2008-2012	96

Gráfico No. 18: Principales 10 destinos de exportación de palmito en conserva desde Singapur, según el Valor Total Exportado 2008-2012.....	97
Gráfico No. 19: Registro en plataforma BizFile de ACRA.....	102
Gráfico No. 20: Activación de cuenta en plataforma BizFile de ACRA	103
Gráfico No. 21: Flujo para enviar el permiso de entrada	107
Gráfico No. 22: Proceso de registro sistema OBLs.....	112
Gráfico No. 23: Panel de Información Nutricional.....	116
Gráfico No. 24: Valores proyectados de importaciones de Singapur período 2008-2017, expresados en miles de dólares americanos.....	128
Gráfico No. 25: Proyecciones de importación de palmito en conserva de Singapur 2008-2017, valores expresados en cantidad de toneladas.....	129

ESTUDIO DE MERCADO DE EXPORTACIÓN DE PALMITO EN CONSERVA A SINGAPUR

INTRODUCCIÓN/ANTECEDENTES

A raíz de la globalización surge el auge de las empresas multinacionales, destacándose entre sí la más competitiva y eficaz, reduciendo cada vez más sus costos de producción.

La globalización ha ayudado a países en su crecimiento económico, insertando una economía local o nacional en una internacional. Con ayuda de organismos internacionales que facilitan el comercio internacional, tal como la Organización Mundial del Comercio, los mercados abren sus puertas para que puedan ingresar productos del extranjero incluso más competitivos que el mercado local.

Uno de los problemas que tienen los países subdesarrollados, es la dependencia de otros países, por lo general desarrollados o industrializados, como destinos de exportación. Esto debido a que los ingresos del país se ven reflejados de acuerdo al comportamiento del país desarrollado.

El presente estudio de mercado conlleva a analizar la posibilidad de diversificar los destinos de exportación del producto ecuatoriano palmito en conserva, considerando que existen otros países demandantes de éste producto, alerta para ejecutar la competitividad del producto ecuatoriano. El estudio tiene como finalidad realizar una investigación de mercado, estudiar el ingreso de un nuevo producto ecuatoriano en el mercado de Singapur, considerando que es una investigación exploratoria, para definir la potencialidad del producto palmito en conserva en éste país.

El consumo del palmito en conserva en Singapur es mínimo, el consumidor singapurense no lo identifica con facilidad, a excepción de los ciudadanos que han viajado a otro país y conocen del producto (Oficina Comercial del Ecuador en Singapur, 2013). Mucha más presencia tienen los productos sustitutos, tales como espárragos y alcachofas, los cuales se puede encontrar en las tiendas de varios precios, calidad y diversas marcas.

En Singapur existe demanda del producto palmito en conserva, importando en el año 2008 USD 290 miles de dólares incrementando a USD 478 miles de dólares en el año 2011 (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013). Ésa demanda queda abierta para la inserción del producto ecuatoriano, debido a que podría diversificarse el principal destino de exportación como es Francia (Banco Central del Ecuador, 2013).

El palmito ecuatoriano ha sido reconocido internacionalmente por su textura de alta calidad, su sabor delicado y color marfil (CORPEI, 2008). De igual manera, se caracteriza por tener mayor tiempo de durabilidad (mayor resistencia a la oxigenación) (Francia, 2002).

Se inició su actividad en el Ecuador a finales de la década de los 80, la exportación del palmito no tuvo un crecimiento relevante, considerándose que tuvo una fuerte caída en el año 1992 y 1993. Se evidenció una fuerte recuperación de exportación en el año 1995, a partir de éste año se evidencia una penetración del palmito en conserva ecuatoriano en el mercado internacional. Durante la década de los 90, los principales destinos de exportación fueron: Francia, Argentina, España y Chile (Benítez).

La producción de palmito en conserva se inició con palmas silvestres en 1984, realizando la producción de cultivo desde el año 1987 en la Concordia. Desde el año 1990 hasta el año 1995 la producción nacional de palmito tuvo un crecimiento de 187 % promedio anual, siendo un sector dinámico en la economía del país (Vásconez, 1997).

Con respecto a la dependencia de mercados de exportación, se hace referencia a la Teoría de la Dependencia, la cual surge entre los años sesenta y setenta, propuesta por pensadores económicos de Latinoamérica en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. Ésta consiste en identificar las causas de dependencia entre los países no desarrollados hacia los países industrializados o desarrollados, también conocido como la dualidad centro – periferia (Cardoso & Faletto, 1977).

Ésta teoría tuvo diversos cambios a partir de los años 80, pero en esencia nos indica que la economía global es asimétrica, favoreciendo a los

países desarrollados. Explicación fundamentada debido a que los países no desarrollados desde sus inicios se han caracterizado por vender únicamente materia prima a los países industrializados, para que éstos productos puedan ser procesados en éstos países; consecuentemente los países no desarrollados son receptores o importan éstos productos industrializados, produciendo con una pérdida económica. La propuesta hacia los países latinoamericanos, y no desarrollados, fue de crear una política económica interna que realice un cambio en la matriz productiva, es decir, que se empiece a producir productos con alto valor agregado, para así evitar la dependencia de los países desarrollados (Cardoso & Faletto, 1977).

El histórico proceso de industrialización de países desarrollados se ve reflejada también en la Organización Mundial del Comercio, donde en su mayoría los países desarrollados imponen un arancel de importación bajo (0 %) para materias primas, a diferencia de un arancel alto (por ejemplo 20 %) para elaborados de ésta materia prima. Estrategia para proteger su producción nacional de industrialización, a esta acción que toman los países se la conoce como “progresividad arancelaria”; de igual manera la aplicación de aranceles altos (15 % en adelante) para productos sensibles por un país importador se la conoce como cresta arancelaria (Organización Mundial del Comercio, 2013).

Desde el punto de vista económico, por consiguiente, parecía que toda política de desarrollo debería concentrarse en dos puntos: a) la absorción de una tecnología capaz de promover la diversificación de la estructura productiva y de aumentar la productividad, y b) la definición de una política de inversiones que, a través del Estado, créase la infraestructura requerida por esa diversificación, pero por diversos factores no se logró el desarrollo deseado (Cardoso & Faletto, 1977).

Los países latinoamericanos deberían empezar por fortalecer las políticas económicas nacionales para poder alcanzar el desarrollo, preocupándose por las necesidades locales, para después abrirse a mercados internacionales. Como supuesto metodológico para el desarrollo de los países latinoamericanos, se entendía que éstos debían seguir los pasos de los países desarrollados como Estados Unidos y Europa Occidental, que debían

reproducir las características que conduce a la etapa de industrialización, así como sucedió en los países desarrollados. Sin embargo, los movimientos sociales son fundamentales en el proceso de desarrollo de un país, ya que éstos son los que ponen en marcha el plan de acción de desarrollo (Cardoso & Faletto, 1977).

La dependencia, de la situación de subdesarrollo, implica socialmente una forma de dominación que se manifiesta por una serie de características en el modo de actuación y en la orientación de los grupos que en el sistema económico aparecen como productores o como consumidores. Esta situación supone en los casos extremos que las decisiones que afectan a la producción o al consumo de una economía dada, se toman en función de la dinámica y de los intereses de las economías desarrolladas. No obstante, la causa de la dependencia proviene de las clases sociales del país dependiente, es decir, de la estructura social que tiene éste país, y la forma de toma de decisiones (Cardoso & Faletto, 1977).

Los países latinoamericanos, han decidido seguir el proceso de industrialización, el mismo que busca sustituir las importaciones (a pesar de que se debe continuar importando los bienes como materia prima del producto terminado, que no se producen localmente), teniendo más éxito unos en comparación a otros. Adicionalmente, se busca la atracción de capital externo, que no sólo sea como un prestamista, más bien como un inversor que busque multiplicar su capital en el país local. Con ayuda de éste financiamiento, es que han surgido a lo largo de los años ciertos países latinoamericanos, considerando las crisis políticas y sociales (Cardoso & Faletto, 1977).

A nivel de Latinoamérica, Brasil y Paraguay fueron los primeros países que empezaron con la exportación de palmito de la Amazonía natural hacia Estados Unidos y Europa, de igual manera Costa Rica con palmas sembradas (Benítez).

Las exportaciones del palmito en conserva han tenido un crecimiento constante desde el año 2003 hasta el año 2007, representando así el 2,21 % de las exportaciones no tradicionales en éste último año (CORPEI, 2008). Desde 1997 creció el número de mercados para los cuales el palmito

ecuatoriano ha ingresado, alcanzando a exportar a 27 países en el año 2005. Desde el año 2003 hasta el año 2007 el principal mercado de exportación del palmito desde el Ecuador fue Francia, siguiéndole como segundo destino Argentina, y como tercero Chile.

Se recalca la participación del Ecuador como primer país exportador de palmito en conserva a nivel mundial, no obstante, varios países han tenido un incremento de exportaciones de palmito, tales como Colombia, Bélgica, España, Perú y Bolivia durante el período 2002-2006 (CORPEI, 2008).

Desde el año 2004 las importaciones a nivel mundial del producto palmito en conserva, han tenido un crecimiento considerable, tomando en cuenta que las importaciones pasaron desde el año 2004 de USD 74 millones de dólares a USD 132 millones de dólares aproximadamente en el año 2008 (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, 2009). Argentina en el año 1998 fue el principal destino de exportación del Ecuador, superando a Francia, sin embargo su crecimiento decayó desde la crisis económica que atravesó ese país en el año 2002, de tal manera que en el año 2002 tuvo un decrecimiento de importaciones desde Ecuador del -86,2 % con respecto al año 2001 (CORPEI, 2008).

JUSTIFICACIÓN

Ecuador es el principal país exportador de palmito en conserva a nivel mundial, producto reconocido a nivel internacional por su alta calidad, textura no fibrosa y su mayor tiempo de durabilidad, así como por ser un producto saludable por sus nutrientes (Francia, 2002).

El presente estudio de mercado servirá para analizar la viabilidad de la inserción del producto palmito en conserva en el mercado singapurense. El principal beneficiario de ésta es el exportador ecuatoriano, quien puede incrementar sus ventas y diversificar sus mercados de exportación, conseguir nuevos clientes a más de mantener una relación a largo plazo. El estudio es de gran relevancia para el sector de palmito en conserva del Ecuador, ya que permitirá analizar la toma de decisiones a futuro.

El palmito ecuatoriano tiene diversas ventajas para ingresar al mercado de Singapur, una de ellas es que tiene un elemento diferenciador en comparación con otros palmitos provenientes de otro país, que es su textura y color. Esto despierta interés para los exportadores ecuatorianos, ya que es un país al cual nunca antes se ha ingresado, siendo potencial destino de exportación del Ecuador.

Cabe recalcar que aportaría al nuevo proyecto que tiene el actual gobierno ecuatoriano, incrementar las exportaciones, generando un crecimiento a la economía del país, a través de la diversificación de actores, productos y mercados destino.

El estudio es únicamente investigativo, para que sirva como base o fuente de información para los empresarios ecuatorianos que deseen ingresar su producto palmito en conserva al mercado de Singapur, por dicha razón, no se está proponiendo la creación de una empresa ni pronóstico de ventas de la misma.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la potencialidad de la inserción del producto palmito en conserva en Singapur proveniente desde el Ecuador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar barreras arancelarias y para arancelarias que aplica el mercado de Singapur.
- Analizar información estadística sobre el consumo de vegetales en conserva en el mercado destino.
- Analizar los competidores directos e indirectos existentes en Singapur del producto palmito en conserva ecuatoriano.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El palmito se puede obtener de varias especies de palmeras, tales como cocotero (*Cocos nucífera*), la jusera (*Euterpe edulis*), el asaí (*Euterpe oleracea*), el pijuayo o pejibayo (*Bactris gasipaes*) y la especie *Mauritia minor*. En el Ecuador la especie nativa es *Bactris Gasipaes Kunth*, palma de Chonta, conocido como Chontaduro (el mismo que en Costa Rica es conocido como Pejibaye) (CCBOL GROUP S.R.L., 2013).

El palmito constituye la parte central de ésta palma, pudiendo ser comestible el producto fresco, con vigencia de duración por dos semanas (envuelto en láminas de plástico), o en conserva, generalmente es consumido en ésta última presentación. Considérese al palmito como uno de los más importantes ingredientes o productos en la cocina suramericana (BLOG ALIMENTOS, 2013).

La tecnificación para producir el palmito a ser consumido en estado fresco, difiere de la tecnificación que se usa para que el producto sea consumido en estado de conserva, debido a las exigencias que requieren los mercados internacionales. Para la producción de la palma, es muy importante tomar en consideración los fertilizantes a usarse, ya que mucho mejor es la producción si se utiliza un fertilizante químico (ya que se produce mayor número de brotes en la palma) (Chaimsohn, Mora Urpi, & Villalobos Rodríguez, 2007).

Los países productores de palmito son Brasil, Costa Rica, Colombia, Ecuador y Perú, mientras los países consumidores son EEUU, Canadá, Francia, Alemania, España, Italia y Países Bajos (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, 2013).

La germinación de la palma *Bactris Gasipaes* dura de 30 días a 2 años, la planta crece un metro por año, y su producción podrá verse en siete años a partir de la siembra de la semilla. La palma puede llegar a medir 20 metros de altura y puede contener hasta 15 tallos espinosos. Generalmente las plantaciones comerciales para palmito tienen entre 5 000 a 10 000 mil palmas por hectárea. Se considera la producción de palmito en conserva con el tipo de

palma *Bactris Gasipaes* como sostenible con el medio ambiente, tomando en consideración que la palma tiene varios tallos, una vez cosechado uno de ellos, demora de 6 a 9 meses en volver a crecer, para nuevamente ser cosechado para la producción del palmito en conserva (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación FAO, 2011).

Para lograr una producción de palmito de calidad, las palmeras deben producirse en lugares en los cuales la temperatura ambiente media anual sea entre 25 °C y 28 °C, así mismo, los suelos deben ser fértiles y debe darle la luz del sol. Se puede sembrar varias palmas por hectárea para tener un mayor rendimiento, pero de igual manera se requiere mayores nutrientes, se recomienda que la distancia entre las palmas sea de 1 a 2 metros (ABC Digital, 2013).

La producción a nivel mundial del palmito cultivado ha tenido una tendencia creciente. En el año 1996 registró 13 102 893 miles de toneladas métricas, aumentando ésta producción en un 24,9 % para el año 2005 con 16 364 474 miles de toneladas a nivel mundial. De igual manera, a nivel internacional se comercializa el palmito cultivado y el silvestre, siendo en ocasiones el palmito silvestre de precio más elevado (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, 2009).

Los corazones de palmito son suaves, de color marfil y textura firme. Es un producto altamente apetecido a nivel mundial, considerado de tipo delicatessen o gourmet. El palmito está considerado dentro de la categoría de legumbres, por ende puede ser consumido como un vegetal fresco o como un vegetal procesado o envasado (Romero). El palmito en conserva tiene una duración de tres a cuatro años, lo que facilita la perdurabilidad del producto para el transporte internacional (Diario La Hora, 2007).

En la Tabla No. 1 se muestra el valor nutricional del palmito en conserva por 100 gramos de porción, entre los nutrientes se puede mencionar los siguientes: bajo contenido graso, energía, proteína, calcio, hierro, magnesio, vitamina B1, B2, ácido fólico (DIETAS.NET, 2013).

Tabla No. 1

Tabla de composición nutricional de palmito en conserva

Palmito en conserva					
Aporte por 100 gr. de porción comestible					
Aporte por ración		Minerales		Vitaminas	
Energía [Kcal]	43,20	Calcio [mg]	44,00	Vit. B1 Tiamina [mg]	0,07
Proteína [g]	2,80	Hierro [mg]	0,40	Vit. B2 Riboflavina [mg]	0,09
Hidratos carbono [g]	8,00	Yodo [mg]	0,00	Eq. niacina [mg]	0,82
Fibra [g]	1,00	Magnesio [mg]	23,00	Vit. B6 Piridoxina [mg]	0,10
Grasa total [g]	0,00	Zinc [mg]	1,00	Ac. Fólico [µg]	28,00
AGS [g]	0,00	Selenio [µg]	0,70	Vit. B12 Cianocobalamina [µg]	0,00
AGM [g]	0,00	Sodio [mg]	620,00	Vit. C Ac. ascórbico [mg]	7,00
AGP [g]	0,00	Potasio [mg]	163,00	Retinol [µg]	0,00
AGP /AGS	0,00	Fósforo [mg]	0,00	Carotenoides (Eq. β carotenos) [µg]	12,00
(AGP + AGM) / AGS	0,00			Vit. A Eq. Retinol [µg]	2,00
Colesterol [mg]	0,00			Vit. D [µg]	0,00
Alcohol [g]	0,00				
Agua [g]	89,20				

Fuente: Dietas.net
Elaborado por: Dietas.net

El palmito en conserva se consume mayormente en ensaladas, platos fríos, canapés, entre otros (RECETAS.COM).

La producción de palmito como toda plantación, requiere de nutrientes que ayuden al crecimiento eficiente y vigoroso de la planta, ya sea a través del suelo con materiales desechables biodegradables de la misma planta, por mencionarse residuos de hojas, tallos y cáscaras; es decir, que la misma planta produce sus nutrientes, a través de sus propios desechos. A pesar de auto nutrirse, los nutrientes no son suficientes para la palma para su óptimo crecimiento, dado así que éstos faltantes se pueden suplir tanto con fertilizantes químicos, como con orgánicos. El principal elemento para alimentar a la planta es el nitrógeno, éste tiene mayor demanda para los cultivos de palmito, ya que ayuda al rendimiento de la palma; el fósforo y potasio de igual manera, contribuyen a una producción eficiente (Guerrero, 2009).

Cabe mencionar que por lo general la producción con abono orgánico es mucho más costoso, debido a que el material orgánico toma su determinado tiempo para que los nutrientes hagan el debido efecto en la planta, así como también demanda mayores recursos de mano de obra (Chaimsohn, Villalobos, & Mora Urpi, Factibilidad financiera de la producción de palmito de pejibaye (*Bactris Gasipaes* K.) con fertilizante orgánico en Costa Rica, 2008). Sin

embargo, en Europa y Estados Unidos, los productos orgánicos tienen su nicho de mercado, demanda realizada por consumidores que suelen preferir productos más saludables.

En el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el palmito está dentro del Capítulo 20 Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, partida 2008 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte, subpartida 2008.91 Palmitos.

El principal exportador a nivel mundial del producto palmitos, preparados o conservados o con alcohol correspondiente a la subpartida 2008.91 durante el período 2008-2012 es Ecuador, con un total de USD 335 691 miles de dólares desde el año 2008 hasta el año 2012. Tal cual se muestra en la Tabla No. 2 entre los 5 principales competidores del Ecuador a nivel mundial, se puede mencionar a Costa Rica, Bolivia, Brasil, Perú y Bélgica (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013).

Tabla No. 2

Principales 10 países exportadores de palmitos, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial según el Valor Total Exportado 2008-2012, valores expresados en miles de dólares

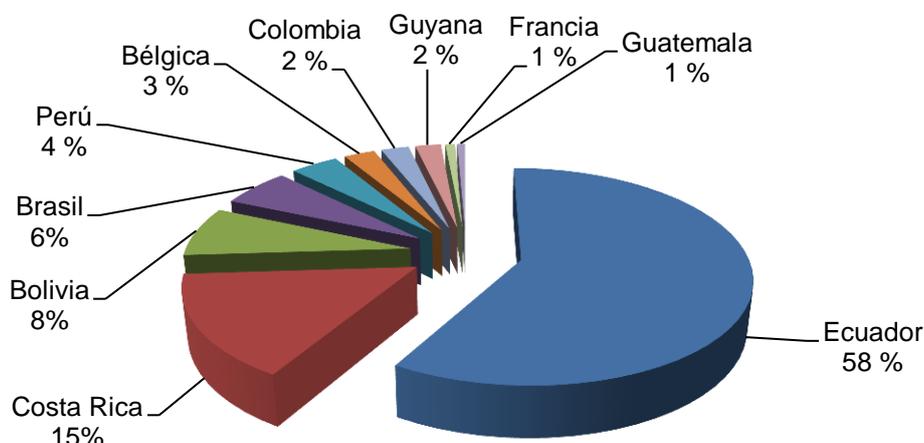
Exportadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES USD						Tasa de Crecimiento Promedio Anual (2008-2012)	Tasa de Crecimiento 2011 - 2012
	Valor Exportado 2008	Valor Exportado 2009	Valor Exportado 2010	Valor Exportado 2011	Valor Exportado 2012	Total Exportado 2008-2012		
Ecuador	73 646	54 188	61 505	73 443	72 909	335 691	-0,25 %	-0,73 %
Costa Rica	26 907	9 894	18 553	19 083	14 417	88 854	-14,44 %	-24,45 %
Bolivia	9 890	8 169	11 726	13 526	-	43 311	-	-
Brasil	11 349	7 142	6 567	5 125	3 350	33 533	-26,29 %	-34,63 %
Perú	5 350	3 876	3 988	4 959	4 892	23 065	-2,21 %	-1,35 %
Bélgica	2 434	2 966	3 128	3 401	3 049	14 978	5,79 %	-10,35 %
Colombia	1 198	2 369	2 980	2 909	4 002	13 458	35,19 %	37,57 %
Guyana	3 422	3 499	3 291	2 253	-	12 465	-	-
Francia	1 149	872	1 210	579	849	4 659	-7,29 %	46,63 %
Guatemala	1 097	566	690	735	687	3 775	-11,04 %	-6,53 %

Fuente: Trade Map
Elaborador por: Autor

En el Gráfico No. 1 se muestra la representación gráfica de los principales países exportadores del producto palmito en conserva a nivel mundial, durante el período 2008-2012.

Gráfico No. 1

Principales 10 países exportadores de palmitos, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial, según el Valor Total Exportado 2008-2012



Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

Tal cual lo demuestra la Tabla No. 2, Ecuador presenta una Tasa de Crecimiento Promedio Anual, considerando 4 períodos (desde el año 2008 hasta el año 2012) de -0,25 %, a diferencia de Costa Rica, que refleja un porcentaje menor de -14,44 %. Esto refleja la tendencia que ha tenido el Ecuador de incrementar sus exportaciones de palmito en conserva desde el año 2008 con respecto al año 2012. A pesar de tener un pequeño decrecimiento en el año 2009, así como en el año 2012 con respecto al año 2011 de -0,73 % (de USD 72 909 y USD 73 443 miles de dólares respectivamente), éste no decreció tanto como Costa Rica con un -24,45 % en el año 2012 con respecto al año 2011 (USD 14 417 y USD 19 083 miles de dólares respectivamente).

Por otro lado, en referencia a los países importadores de palmito en conserva a nivel mundial, tal cual se muestra en la Tabla No. 3, se puede mencionar que Francia ocupa el primer lugar con apenas una tasa de variación de -4,94 % en su Valor Importado en el año 2012 en relación al año 2011; en

segundo lugar está Estados Unidos de América, mercado cuya tasa de crecimiento es 6,52 % en relación a los períodos mencionados, y Chile en tercer lugar que tiene una tasa de crecimiento atractiva de 12,21 % en el año 2012 con relación al año 2011. Sobre éste último mercado, se puede mencionar que tiene una tendencia de importación a largo plazo (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013).

Costa Rica es uno de los principales exportadores de palmito, siendo también un gran productor del mismo, sin embargo, se encuentra entre los 10 principales importadores a nivel mundial del producto en mención, ocupando el décimo puesto. La causa de ésta ambigüedad, se puede inferir que es para suplir la oferta a las demandas que le realizan al mercado costarricense, debido a la misma, debe importar para completar su oferta exportable.

Tabla No. 3

Principales 10 países compradores de palmitos, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial según el Valor Total Importado 2008-2012, valores expresados en miles de dólares

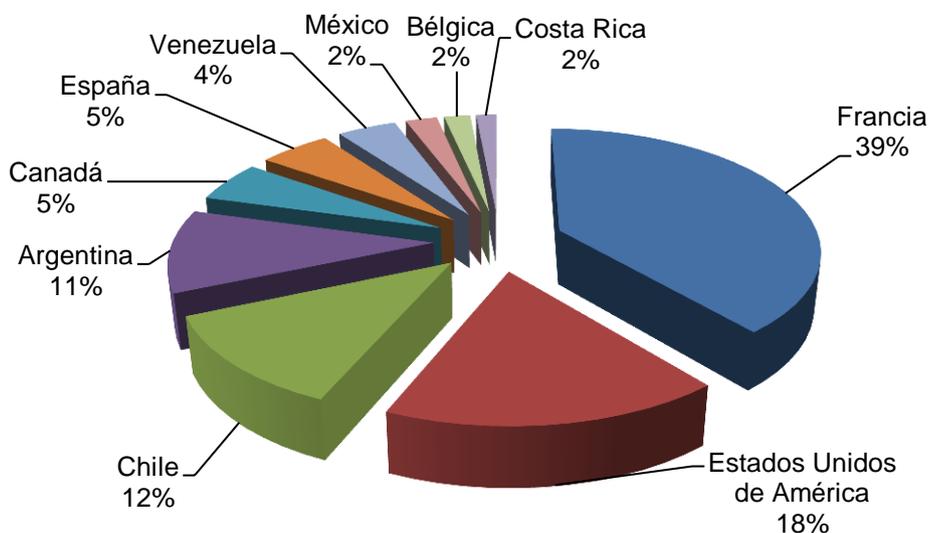
Importadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES USD						Tasa de Crecimiento Promedio Anual (2008-2012)	Tasa de Crecimiento 2011 - 2012
	Valor Importado 2008	Valor Importado 2009	Valor Importado 2010	Valor Importado 2011	Valor Importado 2012	Valor Total Importado 2008-2012		
Francia	49 984	36 519	38 105	43 001	40 878	208 487	-4,90 %	-4,94 %
Estados Unidos de América	20 138	15 649	17 893	19 333	20 593	93 606	0,56 %	6,52 %
Chile	9 929	9 140	12 562	15 702	17 619	64 952	15,42 %	12,21 %
Argentina	14 693	11 508	14 439	17 311	-	57 951	-100,00 %	-100,00 %
Canadá	6 281	4 650	5 305	6 010	6 489	28 735	0,82 %	7,97 %
España	9 189	4 401	4 561	4 292	5 661	28 104	-11,41 %	31,90 %
Venezuela	8 217	8 222	6 287	379	-	23 105	-100,00 %	-100,00 %
México	2 878	2 179	2 379	2 407	2 584	12 427	-2,66 %	7,35 %
Bélgica	1 652	1 606	1 250	2 576	3 201	10 285	17,98 %	24,26 %
Costa Rica	1	-	-	7 923	-	7 924	-100,00 %	-100,00 %

Fuente: Trade Map
Elaborador por: Autor

En el Gráfico No. 2 se muestra la representación gráfica de los principales países importadores del producto palmito en conserva a nivel mundial, durante el período 2008-2012.

Gráfico No. 2

Principales 10 países compradores de palmito, preparados o conservados o con alcohol a nivel mundial, según el Valor Total Importado 2008-2012



Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

Los gustos de consumo de los singapurenses, al igual que los residentes que viven en ese país (sean malayos, hindúes, entre otras nacionalidades), se caracteriza por su preocupación en el precio del producto, la calidad y el servicio; en este sentido el palmito ecuatoriano tiene un gran potencial, por ser reconocido a nivel internacional por su alta calidad. Adicionalmente, el ciudadano tiene mucho interés por la novedad del producto, tiene tendencia a inclinarse por marcas reconocidas y de prestigio, y se interesa mucho por el servicio post-venta (Aguirre, 2010).

El palmito en conserva es muy apetecido a nivel internacional, como en Estados Unidos, el cual es solicitado por ser saludable y es usado como acompañamiento de otras comidas, como ensaladas. En el caso de Reino Unido el palmito en conserva es muy solicitado debido a que es un alimento listo para consumir. Los franceses se inclinan más por productos de alta

calidad, al igual que el consumo de hortalizas transformadas (como el palmito) (CORPEI, 2008).

En India la oferta del palmito ecuatoriano es muy importante, tanto así que en el año 2009 Ecuador fue el único país proveedor de palmito en conserva con USD 11 575 dólares con un volumen de 4 869 kilogramos. Cabe mencionar que Singapur también era un proveedor de palmito hacia la India, pero en muy pequeñas cantidades, y con un decrecimiento considerable, por ejemplo desde los USD 2 212 dólares en el 2005 hasta los USD 21 dólares en el año 2008. Se ha considerado que Singapur funciona como distribuidor de productos hacia los países del sureste asiático, es por ésta razón que tiene variada oferta de productos y a precios muy competitivos, ya que resulta muy económico cuando surge demanda de pequeñas cantidades, debido a su cercanía que implica un costo barato en relación al transporte internacional. El perfil del consumidor hindú, se caracteriza por tener inclinación en comprar productos con etiquetas atractivas, de igual manera, ésta debe contener una completa información nutricional. Debe de contener indicaciones de cómo consumir el producto, o con qué receta hindú se podría combinar. Los hábitos de consumo del hindú están teniendo un cambio, inclinándose por productos en conserva de frutas y verduras que no produce dicho país, tal cual es el palmito en conserva; éste se lo consume en sándwiches y ensaladas, a pesar de que ésta última no forme parte del patrón cultural alimenticio de la población india (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2010).

Existe varias razones por las cuales el hindú consumiría el palmito en conserva, tales como el hecho de que sea un producto vegetariano y saludable que se puede combinar en distintos platos gastronómicos, el pragmatismo que conlleva el ser una verdura conservada lista para comer, el toque de exotismo que aporta y diferencia de la gastronomía india (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2010).

Se hace referencia al perfil del consumidor hindú, debido a que en Singapur hay residentes provenientes de éste país.

Japón se encuentra en el listado de los Países Importadores de palmito en conserva durante el período 2008 - 2012 ocupando el décimo séptimo lugar (USD 2 466 miles de dólares). El japonés se fija mucho en el empaque, diseño y la presentación del producto (colorida y brillante), más no tanto en su origen. Son muy exigentes en la calidad del producto, factor importante para tomar su decisión de compra (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, 2009).

El japonés se inclina mucho por los productos de envases pequeños y de fácil y rápida preparación, favoreciendo la elección por los productos en conserva. Los palmitos lo consumen en ocasiones especiales, hoteles y restaurantes (Bergallo, 2010).

En Chile el consumo del palmito en conserva ha tenido un crecimiento desde el 2008 hasta el 2012 relevante, esto debido a que el consumidor chileno ha tenido una tendencia por incorporar en su dieta habitual productos gourmet, o productos considerados saludables, así mismo, se añade a esta tendencia, la preferencia de los consumidores chilenos por adquirir productos listos para consumir, sin tener que prepararlos o procesarlos. El producto palmito en conserva es mayormente adquirido por grupos socioeconómicos altos de la población, debido a que el precio es relativamente alto, sin embargo, éste no deja de tener una tendencia accesible para la población (Oficina Comercial del Ecuador en Santiago, 2012).

En Alemania el consumo de productos enlatados se inclina por las personas jóvenes, quienes prefieren éste por su precio, comodidad, y también porque perciben que no afectan a la salud. Adicionalmente el consumidor joven alemán se inclina por productos que beneficien al medio ambiente (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2012).

HIPÓTESIS

El mercado de Singapur es un mercado potencial para la inserción del producto palmito en conserva ecuatoriano, si se realiza previamente una profunda estrategia de promoción del producto.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los inconvenientes que se presenta en el sector exportador ecuatoriano es la dependencia de pocos destinos de exportación para su producto, considerando que las ventas se ven afectadas de acuerdo al comportamiento del mercado destino. El conocer que existe la oportunidad de exportar a otro país, de diversificar el mercado de exportación, motiva al exportador ecuatoriano a invertir en que su producto pueda ser más competitivo, de acuerdo a las tendencias del país al cual se desea ingresar.

Es por ende que el presente estudio tiene el propósito de analizar la potencialidad que tiene el mercado singapurense para el ingreso del producto palmito en conserva ecuatoriano, ya que nunca se ha exportado a éste país. De igual manera, se pretende evaluar si existe una posible tendencia de consumo a la alza, si el producto ecuatoriano llegase a satisfacer las necesidades y deseos del consumidor singapurense, debido a las propiedades del palmito en conserva.

CAPÍTULO I

1. EL MERCADO

1.1 Mercado interno: Ecuador

1.1.1 Orígenes del palmito en el país.

El descubrimiento de semillas de la palma pejibaye se dio en Costa Rica, y los mismos datan de 2300 a 1700 a.C. Se entiende que esta planta era el principal sustento de los indígenas en Costa Rica. La palma pejibaye se extendió hasta América del Sur a través de los ríos Cauca, Magdalena, San Juan, Orinoco, Amazonas y algunas otras zonas. Antiguamente esta palmera fue muy útil, tanto su tallo, de la misma que elaboraban arcos, flechas, lanzas, así como también su fruto y la parte central de esta palma (palmito), siendo estos un alimento básico (Urpi).

La palma se cultiva con temperaturas medias anuales superiores a los 22 °C. Los tallos están listos para su cosecha cuando tienen 9 cm de diámetro, éste es alcanzado entre los 12 y 18 meses aproximadamente. Si se cumple con todas las normas de calidad, se puede producir 1 tonelada de palmito en conserva por hectárea por año. Existe falta de diversidad de procesamiento del palmito, ya que hay otras maneras de procesarlo, sea en sopas, cremas, chips de palmito, entre otros (Urpi).

La palma de la cual también se procesa el palmito en conserva *Euterpe edulis* está amenazada de peligro de extinción, debido a que se elige esta palma para producción del palmito en zona silvestre. Esto conlleva a que ésta práctica no sea sostenible, porque no se sustituye o reemplaza los árboles cortados, entre otros factores. La actividad se lleva a cabo en Brasil, Argentina y Paraguay, (Departamento Forestal de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO).

La palmera *Bactris Gasipaes Kunth* llega a 20 metros de altura. La planta crece con múltiples tallos agrupados hasta máximo 15 tallos espinosos, cada uno midiendo de 10-25 cm de diámetro y coronados con 15-20 hojas pinnadas. Generalmente son plantadas entre 5 000 a 10 000 mil palmas por

hectárea para la producción de palmito en conserva. Es preferible producir el palmito en conserva de ésta variedad de palma debido a sus múltiples tallos, es decir, al momento de cosechar el palmito se extrae los tallos respectivos, los mismos que nuevamente podrán ser cosechados debido a su crecimiento, de 6 a 9 meses después de su última extracción (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación FAO, 2011).

Históricamente, el mayor productor y exportador del palmito fue Brasil. En el año 1987 aproximadamente se inició la actividad comercial del palmito en el Ecuador, y en el año 1991 el desarrollo de la industria de enlatado y enfrascado del palmito ecuatoriano (PRONACA). Cabe mencionar que Brasil no es el primer exportador de palmito en conserva, debido a su alto consumo local del producto (Rueda, 2009).

1.1.2 Principales zonas de cultivo en el país.

Las principales zonas de cultivo del palmito en el Ecuador son Esmeraldas: Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas; Pichincha: Pedro Vicente Maldonado, Santo Domingo, Puerto Quito; Manabí: Nueva Delicia; Morona Santiago: Yaupi; Pastaza: Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz; Napo: Loreto, Coca, Nueva Rocafuerte; Sucumbíos: Nueva Loja, Shushufindi (Benítez). El palmito no es un producto de cosecha estacional, ya que se llega a cosechar hasta 2 veces por planta al año. La calidad del producto también se debe a las condiciones agro-ambientales con las que es cultivada, propia del Ecuador. Los factores que favorecen a la producción son la luminosidad, humedad y temperatura estable durante todo el año (Rueda, 2009).

En la Tabla No. 4 se presenta las nueve zonas a nivel nacional con mayor superficie cosechada desde el año 2000 hasta el año 2010 (zonas que han tenido más de mil hectáreas cosechadas). La provincia en la que mayor hectárea se ha cosechado el palmito desde el año 2000 hasta el año 2010 es la de Pichincha, con 77 400 hectáreas. En segundo lugar se encuentra la provincia de Orellana con 25 813 hectáreas seguido de la provincia de Los Ríos con 14 965 hectáreas (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, 2013).

En la provincia de Pichincha se incrementó en 1,90 % el total de hectáreas cosechadas en el año 2007 con respecto al año 2006. A pesar de éste incremento, se presenta un decrecimiento en las hectáreas cosechadas en el año 2010 con respecto al año 2006 del -49,41 %.

En la provincia de Orellana se mantiene un crecimiento de hectáreas cosechadas de 2,14 % en el año 2007 con respecto al año 2006. Éste mismo comportamiento presenta la provincia de Los Ríos, teniendo un crecimiento de 3,85 %. Sin embargo comparando éstas dos provincias cabe recalcar que Los Ríos mantuvo un crecimiento más alto que Orellana en el año 2010 con respecto al año 2006, de 32,19 %.

No obstante, cabe mencionar que la provincia que presenta un crecimiento más alto en el año 2010 con respecto al año 2006 es Esmeraldas, con un crecimiento de 41,22 % cosechando 607 hectáreas en el año 2010.

Tabla No. 4

Superficie cosechada de palmito durante el período 2006-2010

SUPERFICIE COSECHADA								
(Ha.) TOTAL 2000-2010		2006	2007	2008	2009	2010	Tasa de Crecimiento 2006 - 2007	Tasa de Crecimiento 2006-2010
Total Nacional	149 243							
Pichincha	77 400	9 603	9 785	9 845	4 800	4 858	1,90 %	-49,41 %
Orellana	25 813	2 800	2 860	2 963	2 963	2 999	2,14 %	7,10 %
Los Ríos	14 965	1 300	1 350	1 456	1 698	1 718	3,85 %	32,19 %
Santo Domingo de los Tsáchilas	13 698	-	-	-	4 800	4 858	-	-
Esmeraldas	5 186	430	450	478	600	607	4,65 %	41,22 %
Guayas	5 035	304	330	384	364	368	8,55 %	21,18 %
Imbabura	2 122	306	309	315	318	322	0,98 %	5,17 %
Chimborazo	1 894	251	231	240	225	228	-7,97 %	-9,28 %
Morona Santiago	1 020	245	237	242	22	22	-3,27 %	-90,91 %

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP

Elaborado por: Autor

Tal cual se puede observar en la Tabla No. 4, la provincia de Pichincha es la que históricamente desde el año 2006 ha tenido altos índices de superficie cosechada, sin embargo, ésta ha decrecido en el año 2009 y en el año 2010. Por otro lado se puede observar que la provincia de Esmeraldas tiene una tendencia de crecimiento de superficie cosechada, incrementándose año a año.

En el año 2010 la superficie cosechada de palmito a nivel nacional fue de 16 106 hectáreas, así mismo la producción en tallo fresco en el año 2010 fue de 197 758 toneladas. Estos valores superan al año 2009 en un 1,21 % y 8,64 % respectivamente.

En la Tabla No. 5, se presenta las nueve zonas a nivel nacional con mayor producción de palmito en tallo fresco desde el año 2000 hasta el año 2010 (zonas cuya producción es más de cinco mil toneladas producidas). La provincia con la mayor producción de palmito en tallo fresco durante ese período es Pichincha, con 801 151 toneladas, seguido de Orellana con 271 286 toneladas y en tercer lugar Santo Domingo con 150 225 toneladas.

La provincia de Pichincha presenta un crecimiento de 1,28 % en el año 2007 con respecto al año 2006, sin embargo en el año 2009 refleja un decrecimiento, teniendo una leve recuperación en el año 2010 con 74 009 toneladas. A pesar de ésta recuperación, presenta una tasa decreciente en el año 2010 con respecto al año 2006 de -23,40 %.

Así mismo, Orellana presenta un crecimiento del 2,89 % en el año 2007 con respecto al año 2006, incrementándose en los años consecutivos, con la producción de 34 763 toneladas en el año 2010, éste representa un aumento del 13,72 % con respecto al año 2006.

La provincia que presenta una mayor tasa de crecimiento en el año 2007 con respecto al año 2006 es Guayas, con una producción de 2 269 toneladas en el año 2007. Sin embargo la provincia que ha tenido una mayor producción en el año 2010 con respecto al año 2006 es Esmeraldas, con un crecimiento del 263,81 %.

Tabla No. 5

Producción en tallo fresco de palmito, durante el período 2006-2010, expresado en toneladas

PRODUCCIÓN EN TALLO FRESCO								
(Tm,) TOTAL 2000-2010		2006	2007	2008	2009	2010	Tasa de Crecimiento 2006 - 2007	Tasa de Crecimiento 2006-2010
Total Nacional	1 450 031							
Pichincha	801 151	96 613	97 850	98 456	68 125	74 009	1,28 %	-23,40 %
Orellana	271 286	30 569	31 452	31 999	31 999	34 763	2,89 %	13,72 %
Santo Domingo de los Tsáchilas	150 225	-	-	-	56 000	60 837	-	-
Los Ríos	97 169	5 950	6 220	9 895	10 003	10 867	4,54 %	82,64 %
Guayas	43 997	2 108	2 269	2 469	2 600	2 825	7,64 %	33,99 %
Esmeraldas	38 397	2 150	2 263	3 899	7 200	7 822	5,26 %	263,81 %
Imbabura	17 529	2 345	2 355	2 396	3 306	3 592	0,43 %	53,16 %
Chimborazo	11 395	1 020	740	1 846	1 876	2 038	-27,45 %	99,81 %
Morona Santiago	5 571	1 265	1 245	1 495	144	156	-1,58 %	-87,63 %

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP

Elaborado por: Autor

Esmeraldas es la provincia que ha tenido un crecimiento constante a través de los años tanto de hectáreas cosechadas como de producción en tallo fresco, esto refleja que el producto es potencial para incrementarse en el comercio.

1.1.3 Principales industrias que se dedican a la producción y exportación de palmito en conserva.

El palmito empezó a cultivarse en el Ecuador a partir del año 1987, de igual manera, se empezó a comercializar ya procesado, es decir enlatado o en conserva, a partir del año 1990. Para éste año, los primeros destinos de exportación del palmito fueron Francia, Chile, España y Estados Unidos (Banco Central del Ecuador).

En la Tabla No. 6 se presenta las principales empresas en el Ecuador que han realizado exportaciones de palmito en conserva durante el período 2008-2012.

Tabla No. 6

Principales 9 empresas exportadoras de palmito en conserva desde el Ecuador, durante el período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares

RAZÓN SOCIAL	VALORES EXPRESADOS EN MILES USD						TCPA 2008-2012	%Participación
	2008 FOB	2009 FOB	2010 FOB	2011 FOB	2012 FOB	Acumulado FOB 2008-2012		
I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA INAXPO C.A. INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PALMITO S.A. INCOPALMITO PROCESADORA CONTINENTAL DE ALIMENTOS S.A. PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES) SERVICIO INTEGRAL PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA SIPIA S.A. PALMAS PALMTRADE S.A.	33 782,05	26 218,99	32 146,20	36 769,99	31 180,82	160 098,05	-1,98 %	46,17 %
TROPICALFOODS S.A.	8 725,02	5 932,84	8 103,57	10 226,03	11 081,75	44 069,20	6,16 %	16,41 %
ALIMENTOS Y CONSERVAS DEL ECUADOR S.A. ECUACONSERVAS	7 324,93	4 416,77	6 035,24	6 719,04	7 320,72	31 816,70	-0,01 %	10,84 %
ECUAVEGETAL S.A.	5 305,63	3 621,08	4 447,23	4 823,63	5 160,65	23 358,23	-0,69 %	7,64 %
DEMÁS EMPRESAS	4 488,17	3 221,90	4 820,77	4 675,52	3 364,05	20 570,41	-6,95 %	4,98 %
TOTAL	3 451,32	7 398,67	281,21	00,00	00,00	11 131,19	-100,00 %	0,00 %
	1 053,79	1 117,15	2 442,44	2 132,33	2 527,07	9 272,78	24,44 %	3,74 %
	00,00	00,00	564,83	2 378,63	3 895,51	6 838,96	-100,00 %	5,77 %
	925,16	769,57	1 206,37	1 426,38	1 538,54	5 866,02	13,56 %	2,28 %
	8 619,93	1 490,93	1 598,52	1 329,92	1 469,79	14 509,10	-35,74 %	2,18 %
	73 676,01	54 187,89	61 646,37	70 481,47	67 538,91	327 530,65	-2,15 %	100,00 %

Fuente Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR
Elaborado por: Autor

Como se puede observar en la Tabla No. 6, las 9 primeras empresas, tienen un 97,82 % de participación con respecto a las exportaciones ecuatorianas, desde el año 2008 hasta el año 2012.

1.1.4 Oferta disponible de Ecuador hacia ese país del producto (palmito en conserva).

Debido al tiempo requerido para la cosecha de los tallos de la palma, para la producción del palmito en conserva, en el año 2013 se está cerrando la brecha entre la producción y la demanda internacional, por consiguiente, habrá escasa producción de palmito durante los próximos dos años aproximadamente, hasta que se obtenga la cosecha de los tallos, y nuevamente se pueda producir el palmito en conserva.

Este factor puede provocar el aumento del precio del palmito en el año 2014 y 2015 aproximadamente, hasta que nuevamente se pueda mantener el mismo volumen de producción a nivel nacional.

1.1.5 Histórico de exportaciones en el mundo desde el país.

En relación a los destinos de las exportaciones ecuatorianas del producto palmito preparado o conservado, desde el año 2000 hasta el año 2012 el principal país al cual se ha exportado el producto es Francia, con 104 812,47 toneladas, y USD 235 548,01 miles de dólares en Incoterm FOB. Como segundo lugar se encuentra Argentina con 58 784,68 toneladas, y USD 96 538,10 miles de dólares en Incoterm FOB. Así mismo, en tercer lugar se encuentra Chile con 38 482,04 toneladas y USD 77 929,47 miles de dólares en Incoterm FOB (Banco Central del Ecuador).

En la última tendencia de exportación del producto mencionado, es decir desde el año 2009 hasta el año 2013, Francia continúa ocupando el primer lugar como destino de exportación, seguido de Chile, Argentina, Estados Unidos, Venezuela, entre otros, tal cual lo demuestra la Tabla No. 7. Los 10 primeros destinos de exportación descritos en la Tabla No. 7 representan el 95,39 % del total exportado desde el Ecuador en el período mencionado.

Tabla No. 7

Principales 10 destinos de exportación de palmito preparados o conservados desde el Ecuador, durante el período 2009-2013, valores expresados en miles USD, Incoterm FOB

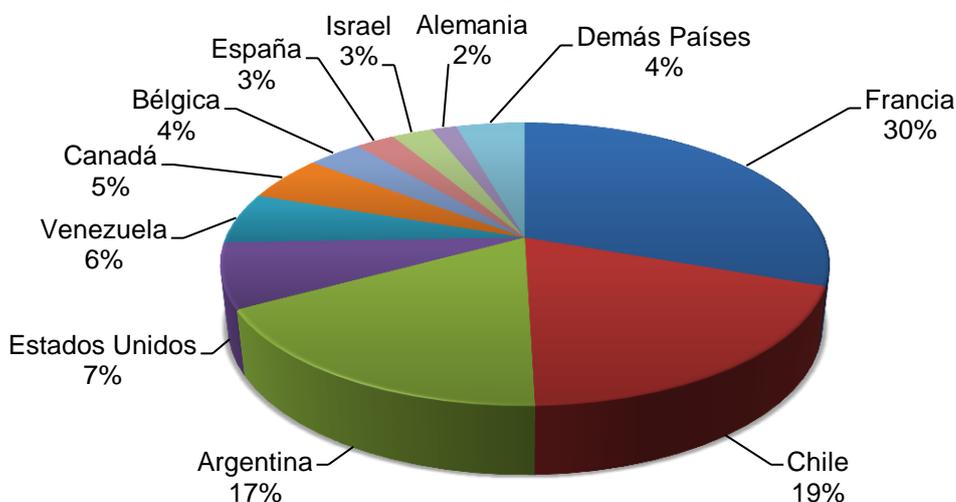
PAÍS	VALOR TOTAL EXPORTADO 2009-2013		% / TOTAL FOB - DÓLAR
	TONELADAS	FOB – DÓLAR MILES USD	
FRANCIA	44 021,88	112 138,47	32,97
CHILE	27 636,54	58 100,00	17,08
ARGENTINA	25 229,38	43 297,24	12,73
ESTADOS UNIDOS	10 738,74	29 098,69	8,56
VENEZUELA	8 438,49	25 376,07	7,46
CANADÁ	7 516,73	19 620,94	5,77
BÉLGICA	4 992,86	13 145,16	3,87
ESPAÑA	3 650,53	8 917,87	2,63
ISRAEL	3 736,50	8 745,73	2,58
ALEMANIA	2 308,65	5 894,00	1,74
DEMÁS PAÍSES	6 325,72	15 873,43	4,83
TOTAL	144 596,02	340 207,60	100,22

Fuente: Banco Central del Ecuador BCE
Elaborado por: Banco Central del Ecuador BCE

En el Gráfico No. 3 se muestra la representación gráfica de los principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador del producto palmito en conserva, durante el período 2009-2013, según su tonelada.

Gráfico No. 3

Principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador desde el año 2009 hasta el año 2013 del producto palmito preparados o conservados, según su tonelada

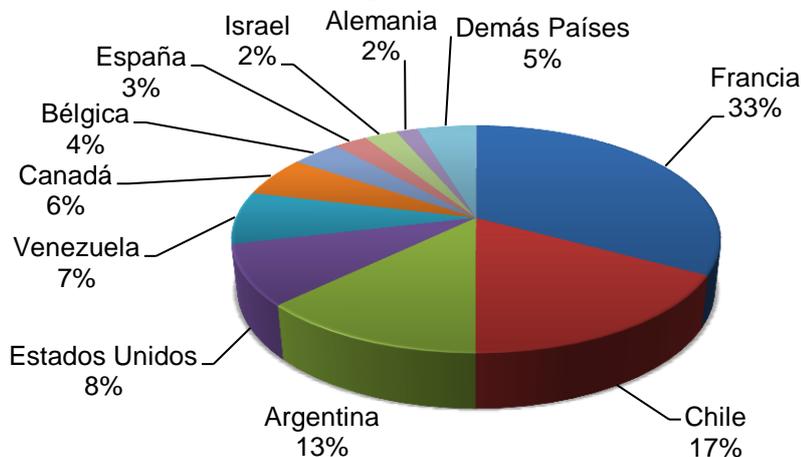


Fuente: Banco Central del Ecuador BCE
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 4 se muestra la representación gráfica de los principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador del producto palmito en conserva, durante el período 2009-2013, según su precio FOB de exportación, expresado en miles de dólares.

Gráfico No. 4

Principales 10 destinos de exportación desde el Ecuador desde el año 2009 hasta el año 2013 del producto palmito preparados o conservados, según su precio FOB de exportación



Fuente: Banco Central del Ecuador BCE
Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 7, los demás países como destinos de exportación están compuestos por los siguientes: Holanda (Países Bajos), Uruguay, Colombia, Líbano, Italia, México, Marruecos, Jordania, Reino Unido, Sudáfrica, Australia, Emiratos Árabes Unidos, Portugal, Suiza, Panamá, Japón, Brasil, Argelia, India, Chipre, Afganistán, Nueva Zelanda, Trinidad y Tobago, China, Islas Bahamas, Grecia, y Cuba. En total son 37 países a los que se ha exportado desde Ecuador durante el periodo 2009-2013.

Como se puede apreciar el producto tiene un precio alto, ya que el precio en Incoterm FOB resulta mucho más alto que el valor en toneladas.

Desde finales de la década de los 80, para lo cual se inició las actividades de exportación del palmito ecuatoriano, no se ha registrado el mercado de Singapur como destino de exportación, es decir, que nunca se ha ingresado a éste país (Banco Central del Ecuador, 2013).

1.1.6 FODA de la industria (procesadora de alimentos en conserva)

Para el análisis FODA se realiza un análisis de las empresas que lideran el mercado ecuatoriano de exportación de palmito en conserva, constituyendo un análisis sectorial.

1.1.6.1 Análisis interno.- Fortalezas y Debilidades

1.1.6.1.1 Fortalezas

- Mejor calidad del producto a nivel mundial, factor que constituye una ventaja competitiva.
- Tienen certificaciones internacionales, tales como Kosher, IFS Food v6, y autorización como exportador en la FDA.
- Constituyen las principales empresas exportadoras a nivel mundial.
- Capacidad de oferta exportable para suplir demanda.
- Proveedores de palmito cultivado, el cual favorece al medio ambiente.
- Capacidad de producción de productos con valor agregado de palmito, como el mix de palmito, alcachofa y pimiento rojo.
- El palmito en el Ecuador no es estacional, es decir, se puede cultivar en cualquier época del año.

1.1.6.1.2 Debilidades

- Considerable inversión (debido a la promoción del producto que hay que realizar en el mercado de Singapur) para que el producto ecuatoriano se posicione en dicho país.
- Mayor tiempo en arribo de carga debido a la distancia geográfica, así como su elevación del costo de venta del producto.
- Dificultad en cumplimiento con normativas nacionales para la producción del palmito en conserva, como por ejemplo el Ministerio de Ambiente.
- Lograr posicionamiento en la mente del consumidor de Singapur sobre el palmito en conserva ecuatoriano.

1.1.6.2 Análisis externo.-Oportunidades y Amenazas

1.1.6.2.1 Oportunidades

- Ingreso a nuevo mercado, siendo oportunidad para diversificar clientes y destinos de exportación.
- Arancel 0,00 % para el ingreso del producto por Derecho Nación Más Favorecida de la OMC.
- Tendencia de consumo de vegetales en conserva en Singapur.
- Ventaja en ingresar a Singapur, tomando en consideración que éste no es un país agrícola.
- Ventaja de ingresar a Singapur tomando en consideración la estabilidad gubernamental, y la facilidad de hacer negocios en éste país, junto con las facilidades aduaneras.

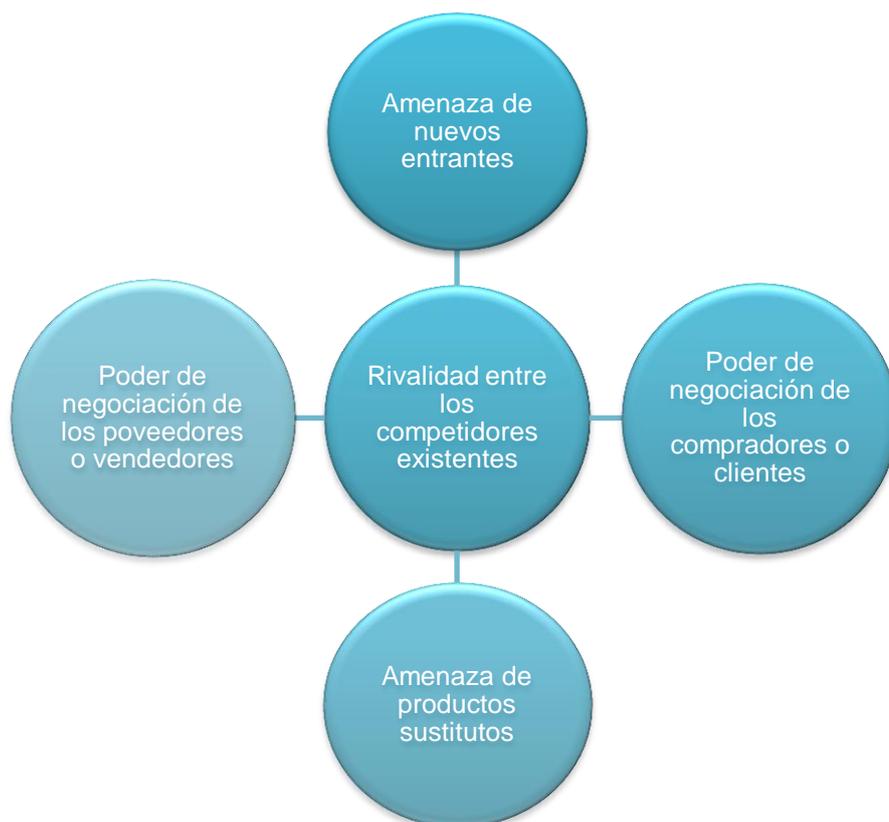
1.1.6.2.2 Amenazas

- Los competidores se consideran como amenaza, ya que Singapur no cobra un arancel ad valorem para la importación del producto palmito en conserva.
- Posicionamiento de otros palmitos en conserva provenientes de países más cercanos a Singapur, tales como Indonesia y Tailandia.

1.1.7 Fuerzas de Porter de la Industria (procesadora de alimentos en conserva)

En el Gráfico No. 5 se describe las 5 fuerzas de Porter de las empresas que lideran el mercado ecuatoriano de exportación de palmito en conserva, constituyendo un análisis sectorial.

Gráfico No. 5
5 Fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter
Elaborado por: Autor

1.1.7.1 Poder de negociación de los Compradores o Clientes

El consumidor singaporense se fija mucho en la presentación del producto para comprarlo, así como la proporción nutricional que éste otorga, ya que cuida mucho de su salud. Por lo general busca alimentos bajos en grasa, sin azúcar y sal, y no se fija mucho en el costo del producto (Ávila, 2013).

Así mismo, tiene una significativa inclinación por los productos de alta calidad. Singapur no es un país agrícola, la escasa producción que tienen la utilizan para consumo local, existiendo una alta demanda para satisfacer las necesidades del mercado interno (Tey, 2009).

Los consumidores singapurenses van concientizando sobre los productos que son más sanos y nutritivos, pues el consumo de frutas y vegetales predominan su dieta alimentaria. En la Tabla No. 8 se muestra el gasto monetario que realiza cada familia en promedio sobre vegetales enlatados en conserva en Singapur, consumiendo más vegetales en comparación con las frutas (Departamento de Estadísticas de Singapur, 2008).

Tabla No. 8

Promedio mensual de gasto por familia expresado en dólares singapurenses 2007-2008

Type of Goods and Services	Total	Income Quintile ^{2/}				
		1 st - 20 th	21 st - 40 th	41 st - 60 th	61 st - 80 th	81 st - 100 th
Butter, margarine and other fats	2.3	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4
Cooking oils	7.0	6.5	7.4	7.9	7.6	5.4
Fruits	35.6	20.4	30.9	34.4	43.9	48.7
Fresh tropical fruits	12.3	6.5	10.8	11.6	15.1	17.7
Fresh non-tropical fruits	18.7	11.2	16.2	17.9	23.4	24.9
Canned fruits	0.5	0.3	0.4	0.6	0.6	0.6
Dried and preserved fruits	1.3	0.8	1.1	1.3	1.6	1.7
Other processed fruit-based products	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Nuts	2.4	1.3	2.0	2.7	2.8	3.3
Edible seeds	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4
Vegetables	42.9	35.7	45.0	43.1	47.6	43.3
Fresh leafy vegetables	16.2	14.1	16.9	16.5	17.7	15.7
Fresh fruit vegetables	8.0	6.4	8.2	8.2	8.9	8.3
Fresh root/stem vegetables	7.4	6.2	7.8	7.5	8.4	6.9
Fresh mushrooms and sprouts	1.5	1.0	1.4	1.2	1.9	1.8
Frozen vegetables	0.9	0.7	1.1	0.9	0.8	0.9
Dried, preserved and salted vegetables, including mushrooms	2.2	1.8	2.1	2.2	2.5	2.3
Canned and packeted vegetables, including mushrooms	1.5	1.3	1.7	1.3	1.4	1.6
Beans	0.5	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5

^{1/} Expenditure data include imputed rental of owner-occupied accommodation.

^{2/} Based on ranking of households by their monthly household income from all sources (excluding imputed rental of owner-occupied accommodation) per household member.

Fuente: Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur (AVA)
Elaborado por: Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur (AVA)

Como se puede observar en la Tabla No. 8, el gasto en vegetales en conserva por familia es aproximadamente SGD 1,50 siendo relativamente menor que el gasto de vegetales frescos SGD 16,2 (Departamento de Estadísticas de Singapur, 2008).

El índice de Quintil de Ingresos segmenta a la población en 5 niveles, ordenados por la remuneración en forma descendente per cápita de cada hogar de Singapur (Departamento de Estadísticas de Singapur, 2008). Tal cual se muestra en la Tabla No. 9, existe familias con una alta remuneración mensual (los valores se encuentran expresados en dólares singapurenses).

Tabla No. 9

Ingreso promedio mensual por hogar por Quintil de Ingresos, expresado en dólares singapurenses

Key Indicators of the Household Expenditure Survey, 1997/98 – 2007/08 (cont'd)			
	1997/98	2002/03	2007/08
Average Monthly Household Income^{6/} by Income Quintile^{2/} (\$)			
Total	5,322	5,535	7,440
1 st – 20 th	1,309	1,104	1,274
21 st – 40 th	2,778	2,730	3,476
41 st – 60 th	4,207	4,193	5,480
61 st – 80 th	6,225	6,361	8,495
81 st – 100 th	12,091	13,288	18,472

^{2/} Based on the ranking of households by their monthly household income from all sources (excluding imputed rental of owner-occupied accommodation) per household member.

^{3/} Total includes non-HDB shophouses, attap/zinc-roofed houses and other public flats.

^{6/} Income data exclude imputed rental of owner-occupied accommodation.

^{7/} 'VCD' refers to Video Compact Disc; 'DVD' refers to Digital Versatile Disc and 'CD' refers to Compact Disc.

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

En Singapur existen diversos distribuidores de productos gourmet. Esto favorece al consumidor, ya que puede preferir realizar la compra en una tienda en lugar de otra, eligiendo el producto de su preferencia. Se recalca que debido a los diversos habitantes originarios de diferentes países y residentes en Singapur, se pueden inclinar por la compra del palmito en conserva debido a que ya conocían con anterioridad el producto.

Los principales canales de distribución de productos gourmet en Singapur son a través de centros mayoristas y minoristas. En el caso de los mayoristas el exportador tiene relación con el importador o distribuidor, el cual por lo general tiene un contrato de distribución con hoteles, supermercados, restaurantes, empresas de catering, tiendas de productos gourmet, entre otros, evitando así los intermediarios. Por otro lado, la distribución se puede realizar directamente con el minorista, tales como grandes cadenas de supermercados o tiendas gourmet (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Singapur, 2012).

Otro canal de distribución es el establecimiento de una sucursal, filial o franquicia, para lo cual las leyes de Singapur facilitan la ejecución de éstas, con la finalidad de promover el comercio (Oficina Económica y Comercial de España en Singapur, 2012).

En el Gráfico No. 6 se muestra un flujo de los centros de distribución antes mencionados.

Gráfico No. 6

Flujo Canales de distribución de productos gourmet en Singapur



Fuente: Oficina Económica y Comercial de España en Singapur
Elaborado por: Autor

La distribución mayorista representa el 70 % de la distribución alimentaria en Singapur, y está dominada totalmente por dos grandes grupos, tales como: Dairy Farm International (DFI), miembro del grupo Jardine Matheson de Hong Kong, con más de 380 establecimientos en Singapur, y NTUC FairPrice, que cuenta con aproximadamente 220 establecimientos (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Singapur, 2012).

Con relación a los hábitos de compra, los mercados tradicionales (wet markets) son elegidos por los consumidores que buscan productos como frutas, verduras, carnes y pescados frescos, a diferencia de los supermercados, en los cuales el producto no se percibe tan fresco (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Singapur, 2012).

Por otro lado, las tiendas gourmet son elegidos por consumidores de renta elevada, quienes tienen decidido el producto que desean comprar. Por lo general estas tiendas ofrecen menor variedad de productos, factor que dificulta satisfacer toda la demanda de un hogar (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Singapur, 2012).

Debido a los varios centros de distribución de productos gourmet, no genera una dependencia para el comprador en adquirir el producto.

En la actualidad existen facilidades para el comprador para buscar información, así como centros de distribución del palmito por medio del internet. De esta manera se puede observar la presentación del producto, así como el precio del mismo. A modo de ejemplo, en el Gráfico No. 7 se muestra presentación del producto palmito en conserva, que es distribuido por la empresa LIM SIANG HUAT PTE LTD, cuya marca es "Tabana". El producto es originario de Costa Rica, la presentación es de 800 gramos.

Gráfico No. 7

Presentación del palmito en conserva marca Tabana



Fuente:Lim Siang Huat Pte Ltd
Elaborado por:Lim Siang Huat Pte Ltd

La marca Tabana pertenece a la empresa francesa Codipex, quien reexporta el producto a Singapur.

En Singapur existen dos productos sustitutos para el palmito en conserva, la alcachofa en conserva y el espárrago en conserva. La alcachofa en conserva es rica en minerales y vitaminas, además de tener potasio, proteínas, ácido fólico, magnesio y calcio, entre otros nutrientes (LOS ALIMENTOS). El espárrago en conserva tiene hierro, proteínas, calcio, fibra, potasio, magnesio, vitaminas, entre otros nutrientes (LOS ALIMENTOS).

El palmito en conserva ecuatoriano efectivamente tiene una ventaja competitiva frente a los otros palmitos originarios de terceros países, ya que la textura es más compacta (sin trozos fibrosos), tiene un color más claro, y adicionalmente resiste mucho más a la oxigenación. Es de relevancia recalcar que Ecuador debido a su ubicación, puede proveer del producto palmito en cualquier época del año, ya que no es un producto estacional (Rueda, 2009). El factor de que el producto tenga un elemento diferenciador, genera menos poder de negociación para el cliente, por tratarse de un producto diferenciado.

1.1.7.2 Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

El palmito en conserva por ser considerado un producto gourmet, se lo puede comercializar en las tiendas especializadas para productos gourmet. De igual manera por considerarse una legumbre o vegetal enlatado, se puede comercializar en supermercados. Se podrá observar en el Anexo No. 1 un listado de estos centros minoristas, siendo potenciales para la comercialización del palmito en conserva. En algunos casos, hay tiendas especializadas que sólo comercializan productos de un país específico, siendo un desafío para la distribución del producto ecuatoriano.

En el Anexo No. 2 se muestra el listado de algunos importadores o distribuidores al por mayor de productos gourmet o vegetales en conserva. Estos distribuidores buscan mejorar siempre la calidad de sus productos ofertados, con la finalidad de mantenerse en el mercado y satisfacer las necesidades de los clientes. Cabe mencionar que algunos importadores o distribuidores, son a la vez minoristas, tales como LIM SIANG HUAT PTE LTD que tiene una tienda minorista online (Lim Siang Huat Pte Ltd). Del mismo modo Bravo Italy Gourmet, siendo distribuidor mayorista ofrece al por menor a través de su sitio web (Bravo Italy Gourmet).

El palmito en conserva no es tan comerciable en los centros de distribución de Singapur, dado así, que se encontró sólo a una empresa importadora de palmito en conserva, la cual funcionaría como monopolio. La misma llegaría a tener el control de distribución de todos los restaurantes y centros minoristas de comidas gourmet en Singapur, estableciendo precios a modalidades de cobro a su preferencia.

Por otro lado hay otros centros distribuidores al por mayor de los productos sustitutos del palmito en conserva, tal es el caso del espárrago y alcachofa en conserva.

Los compradores minoristas tales como supermercados, podrían inclinarse a sustituir la compra del palmito en conserva fácilmente, en caso de no lograr una negociación con la única empresa proveedora, debido a que hay otras ofertas de productos sustitutos a mejor precio y en mejores políticas de negociación.

1.1.7.3 Amenaza de nuevos entrantes

Singapur tiene permitido la importación de palmito en conserva con una tarifa Ad Valorem de 0,00 %, esto genera atracción para nuevas empresas que deseen incursionar y ganar una cuota de mercado (Market Access Map - Centro de Comercio Internacional, 2013).

Debido a que Singapur no produce el palmito en conserva, el mismo es importado, no existe una economía de escala nacional que pueda ahuyentar a la competencia. Sin embargo, este factor no define que no exista ninguna barrera de entrada. Dado que son pocos los oferentes de palmito en conserva, esto genera que la competencia que desee ingresar en éste mercado deba implementar una óptima estrategia para poder ganar compradores. Esta nueva empresa deberá realizar una gran inversión y promoción del producto, siendo aún más competitivo si el producto tiene un elemento diferenciador de los demás.

El mercado de palmito en conserva en Singapur es un mercado no explotado, existiendo la oportunidad para nuevas empresas entrantes.

A manera de ejemplo se menciona a continuación diversas marcas del producto palmito en conserva, que podrían ingresar al mercado singapurense y por ende podrían ser parte de los competidores del palmito en conserva exportado desde Ecuador:

En el Gráfico No. 8 se puede observar que el producto es de origen ecuatoriano, envasado con la marca “Delicias” de la empresa española Agrucapers S.A. El producto es exportado a China, para lo cual se encuentra ubicado en los centros de distribución minoristas de los supermercados de Hong Kong, pudiendo fácilmente ingresar a un mercado similar, que es Singapur (Intel, 2013).

Nombre de la empresa: Agrucapers S.A. (España).

Marca: del producto: Delicias

Origen del producto: Ecuador

Precio: USD 8,37

Presentación: 800,00 gramos / 28,24 onzas

Tienda de distribución: City Super (Supermarket) – Hong Kong

Gráfico No. 8

Presentación del producto palmito en conserva marca Delicias



Fuente: Mintel

Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 9 se puede observar que el producto es de Guyana, envasado con la marca “Native Forest” de la empresa americana Edward & Sons Trading, USA. El producto es exportado a China, pudiendo ingresar al mercado singapurense (Mintel, 2013).

Nombre de la empresa: Edward & Sons Trading, USA

Marca: del producto: NativeForest

Origen del producto: Guyana

Precio: USD 5,16

Presentación: 400,00 gramos / 14,12 onzas

Tienda de distribución: N/A

Gráfico No. 9

Presentación del producto palmito en conserva marca Native Forest



Fuente: Mintel
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 10 se puede observar que el producto es de Filipinas, envasado con la marca “Patubas” de la empresa Patubas, Filipinas. El producto se comercializa en el mercado local (Filipinas) pudiendo ingresar al mercado singaporense (Mintel, 2013).

Nombre de la empresa: Patubas, Filipinas.

Marca: del producto: Patubas

Origen del producto: Filipinas

Precio: USD 1,86

Presentación: 400,00 gramos / 14,12 onzas

Tienda de distribución: N/A

Gráfico No. 10

Presentación del producto palmito en conserva marca Patubas



Fuente: Mintel
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 11 se puede observar que el producto es de origen ecuatoriano, envasado con la marca “Don Frubbo” de la empresa Domingo Grau de España. El producto se comercializa en la tienda minorista (supermercado) SorliDiscau de Barcelona, pudiendo tener facilidades para ser exportado a Singapur (Mintel, 2013).

Nombre de la empresa: Domingo Grau, Spain

Marca: del producto: Don Frubbo

Origen del producto: Ecuador

Precio: USD 1,80

Presentación: 194,00 gramos / 6,85 onzas

Tienda de distribución: SorliDiscau (Supermercado) – Barcelona/España

Gráfico No. 11

Presentación del producto palmito en conserva marca Don Frubbo



Fuente: (Mintel, 2013)
Elaborado por: Autor

1.1.7.4 Amenaza de productos sustitutos:

Existen dos productos sustitutos para el palmito en conserva: la alcachofa en conserva y el espárrago en conserva, productos alimenticios que tienen similares nutrientes que el palmito en conserva.

Dado que en este caso sí existen dos productos sustitutos, la introducción de un nuevo producto debe tener un elemento diferenciador que motive a los compradores a inclinarse por éste nuevo producto, más no por los sustitutos. Uno de los factores a favor que tiene el producto del palmito en conserva ecuatoriano es su alta calidad en comparación con el de Costa Rica, barrera que cubre al producto ecuatoriano frente a su competidor directo, como un elemento diferenciador. Debido a que es poca la oferta del palmito en Singapur, se debe hacer una fuerte promoción para insertar el producto ecuatoriano, tomando en consideración que los escasos palmitos en conserva que se comercializan en Singapur ya tienen una cuota de mercado. No obstante, se deberá trabajar en una inversión en promoción y publicidad, para captar una cuota de mercado para el producto ecuatoriano.

Otro de los factores que habría que tomar en consideración son los centros de distribución, si es que los productos sustitutos son mucho más alcanzables que el producto palmito en conserva, los compradores pueden inclinarse mucho más por el sustituto debido a las facilidades. Este factor origina a que se debe tener una buena relación comercial con los distribuidores, para que adquieran el producto ecuatoriano y lo puedan promocionar a sus clientes, compartiendo costos con el mismo y probablemente reduciendo los márgenes de utilidad de la empresa entrante. No obstante, hay que recalcar que el consumidor singapurense se fija mucho en la calidad y presentación del producto (Ávila, 2013).

Se puede inferir que para la exportación del palmito en conserva desde Ecuador se puede realizar una economía de escala, considerando que Ecuador es el principal exportador de palmito en conserva a nivel mundial, así como también éste genera una producción de palmito en cualquier época del año, lo cual reduciría el precio del producto. No obstante, se debe considerar que debido a la zona geográfica, podría aumentar el costo final del producto debido a la tarifa del flete internacional.

Los productos sustitutos existentes posicionados en el mercado singapurense, se proyectan como competencia indirecta del palmito en conserva. La inversión de la entrada del palmito en conserva ecuatoriano deberá cambiar la percepción del consumidor de que se trata de un producto de alta calidad y valor nutricional. La tecnología actual (internet y fuentes de búsqueda de información) ayudará a la nueva empresa que desee ingresar, para que pueda adelantarse ante el competidor en la estrategia de internacionalización, para así poder ganar una cuota de mercado.

En el Anexo No. 3 se muestra los diversos centros de distribución donde se venden los productos sustitutos del palmito en conserva.

1.1.7.5 Rivalidad entre los competidores

Se entiende que mientras menos competitivo sea el sector al cual se desea ingresar, éste será más rentable para la nueva empresa. En el caso del palmito en conserva, tiene muy escasa competencia directa, no obstante, tiene una fuerte competencia indirecta debido a los productos sustitutos que hay en los centros minoristas, de diversas marcas.

1.2 Mercado externo: Singapur y los competidores de Ecuador

1.2.1 Análisis PESTA

1.2.1.1 Político:

En el año 1819 el británico Stamford Raffles fundó un asentamiento en el sitio donde actualmente es Singapur, en el año 1942 la isla cayó bajo el dominio japonés, lo cual fue una humillación para los británicos. En el año 1959 Lee Kuan Yew fue escogido como Primer Ministro, para lo cual se constituyó el partido “Partido de Acción Popular” (People's Action Party). En 1963 la isla se integró a la Federación de Malasia, para lo cual dos años después se desintegró, proclamándose el 9 de agosto de 1965 como República de Singapur (FORO SENECA).

Desde la independencia de Singapur, el partido político que ha dominado el país es el Partido de Acción Popular (PAP) (Oficina Económica y Comercial del España en Singapur). Este se inició con dos principios idealistas de izquierda: la ideología pro-socialista dirigido por Lee Kuan Yew y la ideología pro-comunista liderado por Lim Siong Chin. Este último pronto se separó de la PAP (Hongyi). El actual presidente de Singapur es el Sr. Tony Tan Keng Yam, electo el 1 de septiembre del 2011(Ávila, 2013).

El estado de Singapur está formado por tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial (Ávila, 2013).

El poder ejecutivo se encuentra liderado por el actual presidente, electo por los ciudadanos por un periodo de 6 años. El Presidente de Singapur tiene la facultad de vetar presupuestos presentados por el gobierno, de controlar los nombramientos de altos funcionarios, y velar por la seguridad interior y la

armonía religiosa. El poder ejecutivo está ejercido por el Gabinete Ministerial, el mismo que es liderado por el Primer Ministro, actualmente es el Sr. Lee Hsien Loong, ejerciendo el cargo desde el 12 de agosto de 2004. Los miembros del Gabinete Ministerial son elegidos por el Presidente entre los miembros del Parlamento (Ávila, 2013).

El poder legislativo tiene como competencias legislar, fiscalizar y controlar las finanzas públicas. Este poder es representado por el Parlamento, y éste se divide en dos clases: electos y no electos. Los parlamentarios electos son elegidos bajo sufragio, y cumplen su función durante un periodo de 5 años. Actualmente de los 87 miembros del Parlamento, 81 miembros pertenecen al PAP y los seis miembros restantes pertenecen al partido Workers' Party. Los miembros parlamentarios no electos no tienen facultad de voto, sin embargo, sus opiniones y puntos de vista son expuestos ante el Parlamento. El Parlamento tiene tres funciones principales: elaboración de las leyes, controlar las finanzas del estado, y controlar las acciones de los miembros del partido y los ministros (Ávila, 2013).

El poder Judicial es representado por la Corte Suprema de Justicia, actualmente precedida por el Sr. Chan Sek Keong, Presidente de la misma. La Corte Suprema de Justicia está conformada por la Corte de Apelaciones de Singapur y el Tribunal Supremo. Éste último es el órgano que tiene jurisdicción originaria en materia civil y penal (Ávila, 2013).

La ley suprema de Singapur es la constitución, la misma que sólo puede ser modificada si es aprobada por más de dos tercios de los miembros del Parlamento.

El PAP en las elecciones del año 2006 ganó 82 de los 84 escaños en el Parlamento. En dichas elecciones se identificaron a partidos políticos opositores, tales como Worker's Party (WP), Singapore Democratic Alliance (SDA), Singapore Democratic Party (SDP) (Guidemesingapore.com).

Los partidos políticos actuales existentes en Singapur son los siguientes: Democratic Progressive Party, National Solidarity Party, People's Action Party, People's Liberal Democratic Party, Pertubuhan Kebangsaan Melayu Singapura,

Reform Party, Singapore Democratic Alliance, Singapore Democratic Party, Singapore Justice Party, Singapore People's Party, Singapore National Front y Workers' Party (Guidemesingapore.com).

Las leyes que son base para las elecciones presidenciales en Singapur son las siguientes: la constitución, la ley de las elecciones presidenciales, la ley de donaciones políticas y legislaciones subsidiarias.

El Consejo de Ministro es responsable de las actividades del día a día del estado, así como la ejecución de todas las políticas gubernamentales. Está liderado por el Primer Ministro, quien trabaja en conjunto con los otros Ministros del gobierno, tales como Desarrollo Comunitario, Juventud y Deportes, Defensa, Educación, Medio Ambiente y Recursos Hídricos, Finanzas, Relaciones Exteriores, Salud, Interior, Información, Comunicaciones y Artes, Derecho, Recursos Humanos, Desarrollo Nacional, Comercio e Industria, y Transporte (Guidemesingapore.com).

La Comisión de Administración Pública constituye uno de los pilares del sistema político de Singapur, ya que es la encargada de velar por la integridad y calidad de los servicios públicos. Esta Comisión tiene la competencia de nombrar así como destituir, a funcionarios públicos. De igual manera vela por la ejecución de la meritocracia en los puestos públicos, se consideran las calificaciones así como los méritos para la designación de cargos públicos (Guidemesingapore.com).

1.2.1.1.1 Legislación antimonopolio

En referencia a la ley antimonopolio que es impuesta por Singapur, se puede citar a la Ley de Competencia, la misma fue promulgada en el año 2004. A través de la aplicación de ésta ley, se protege a los consumidores y a las empresas de las prácticas anticompetitivas de las entidades privadas. De igual manera en la ley se exponen los distintos procesos para administrar la misma. El órgano encargado de que se ejecute la ley es la Comisión de Competencia de Singapur (CCS por sus siglas en inglés) (Comisión de Competencia de Singapur CCS).

De acuerdo a la ley, existen tres prohibiciones en las prácticas comerciales que se lleven a cabo en Singapur (la ley tiene sus respectivas exclusiones a las prohibiciones) (Comisión de Competencia de Singapur, 2007):

Acuerdos anticompetitivos que prevengan, restrinjan o distorsionen la competencia en Singapur (sección 34 de la ley). Esta sección incluye todos los acuerdos comerciales realizados entre las partes (personas naturales o jurídicas) que tengan el efecto de prevenir, restringir o distorsionar la competencia en Singapur, sea el acuerdo oral o escrito, así como en el caso de que el acuerdo se realice fuera de Singapur o una de las partes se encuentre localizada fuera, estará de igual manera prohibido si tiene el mismo efecto como si estuviese dentro de Singapur. La ley nombra los siguientes acuerdos, a manera de ejemplo (Comisión de Competencia de Singapur, 2007):

- Fijar directa o indirectamente precios de compra o de venta o alguna otra condición comercial,
- Limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;
- Compartir mercado o fuentes de suministro,
- Aplicar condiciones desiguales a transacciones equivalentes de otras partes, desplazándolos en una desventaja competitiva;
- Realizar la conclusión del contrato sujeto a la aceptación de otras partes de obligaciones suplementarias, que por naturaleza, no tienen conexión con el objeto de dicho contrato.

Abuso de una posición dominante (sección 47 de la ley). Esta sección hace referencia en el abuso de una posición dominante, la ley no prohíbe que exista una posición dominante en el mercado. Se considerará una empresa con posición dominante cuando ésta tenga un poder sustancial de mercado y esto se hace viable cuando la empresa no tiene presión de parte de la competencia. Se evaluará acorde a los bienes o servicios que constituyen el mercado, y a su extensión en el mismo (Comisión de Competencia de Singapur, 2007).

Fusiones y adquisiciones que restan la competencia en Singapur (sección 54 de la ley). Esta sección hace referencia a fusiones que generan una reducción sustancial de la competencia en cualquier mercado de Singapur, así como adquisiciones totales o parciales de activos de otra empresa. Incluye la creación de joint venture en las que se tenga total control de una autonomía económica. Se considerará una fusión que reste competitividad analizando factores cualitativos antes que cuantitativos, ésta incluye consideraciones de hecho y derecho. El CCS evaluará la competencia en un futuro con o sin la fusión, y ésta evaluación le permitirá analizar si existe una reducción de la competencia.

En caso de violar la ley, la CCS aplicará las debidas penalidades financieras, acorde a lo indicado en la ley.

1.2.1.1.2 Sistema de impuestos de Singapur

Singapur ocupa el lugar número 1 en el índice Facilidad de Hacer Negocios del Doing Business del Banco Mundial del año 2013 (hasta junio 2013) tal cual se muestra en la Tabla No. 10.

Tabla No. 10

Índice Doing Business 2013

Economy	Ease of Doing Business Rank ▲	Starting a Business	Dealing with Construction Permits	Getting Electricity	Registering Property	Getting Credit	Protecting Investors	Paying Taxes	Trading Across Borders	Enforcing Contracts	Resolving Insolvency
Singapore	1	3	3	6	28	3	2	5	1	12	4
Hong Kong SAR, China	2	5	1	5	89	3	3	4	2	9	19
New Zealand	3	1	12	45	2	3	1	23	21	18	12
United States	4	20	34	13	25	3	6	64	22	11	17
Denmark	5	40	8	18	7	28	34	12	8	32	10

Fuente: Doing Business

Elaborado por: Doing Business

El índice Facilidad de Hacer Negocios del Doing Business es el resultado de la evaluación de 10 criterios, tal cual se muestra en la Tabla No. 11, que incluye el índice de impuestos que impone Singapur sobre la inversión y actividades comerciales.

Tabla No. 11
Criterios de Doing Business de Singapur 2013, 2014

Rankings		Distance to Frontier		
TOPICS	DB 2014 Rank	DB 2013 Rank	Change in Rank	
Starting a Business	3	3	No change	
Dealing with Construction Permits	3	3	No change	
Getting Electricity	6	5	+ -1	
Registering Property ✓	28	35	+ 7	
Getting Credit ✓	3	11	+ 8	
Protecting Investors	2	2	No change	
Paying Taxes	5	5	No change	
Trading Across Borders	1	1	No change	
Enforcing Contracts	12	11	+ -1	
Resolving Insolvency	4	5	+ 1	

✓=Doing Business reform making it easier to do business. X=Doing Business reform making it more difficult to do business.

Fuente: Doing Business
Elaborado por: Doing Business

Si se analiza el índice del pago de impuestos, Singapur ocupa el 5to lugar a nivel mundial, ubicándose en el primer lugar los Emiratos Árabes Unidos, tal cual se muestra en la Tabla No. 12.

Tabla No. 12
Índice de pago de impuestos de Singapur – Doing Business 2013, 2014

Economy	Ease of Doing Business Rank	Starting a Business	Dealing with Construction Permits	Getting Electricity	Registering Property	Getting Credit	Protecting Investors	Paying Taxes ▲	Trading Across Borders	Enforcing Contracts	Resolving Insolvency
United Arab Emirates	23	37	5	4	4	86	98	1	4	100	101
Qatar	48	112	23	27	43	130	128	2	67	93	36
Saudi Arabia	26	84	17	15	14	55	22	3	69	127	106
Hong Kong SAR, China	2	5	1	5	89	3	3	4	2	9	19
Singapore	1	3	3	6	28	3	2	5	1	12	4

Fuente: Doing Business
Elaborado por: Doing Business

El gobierno realiza todos sus esfuerzos para proporcionar a los singapurenses bienes y servicios de calidad, es por ésta razón que los principales gastos que realiza el gobierno son la educación, la vivienda, la salud y la seguridad nacional. La política fiscal de Singapur adicionalmente buscar atraer la inversión extranjera, y mejorar su competitividad económica (Seguridad de Gobierno de Singapur SGS, 2013).

El gobierno de Singapur se ha enfocado por tener un crecimiento económico. Para cumplir éste objetivo aplica los siguientes principios (Seguridad de Gobierno de Singapur SGS, 2013):

- El sector privado es el motor del crecimiento, y el papel del gobierno es proporcionar un entorno estable y propicio para que el sector privado prospere;
- Las políticas fiscales y de gastos deben estar justificados por razones microeconómicas y se centran en cuestiones de la oferta, es decir, los incentivos para el ahorro, la inversión y la empresa;
- El papel contra cíclico de la política fiscal es limitada, debido a las elevadas fugas de importación.

Debido a la prudente política fiscal aplicada, Singapur ha logrado obtener excedentes presupuestarios, lo que genera un crecimiento en su economía.

El régimen fiscal que aplica Singapur es de alta relevancia, cumple con cuatro objetivos: aumentar los ingresos para los gastos que realiza el gobierno, apoyar los objetivos sociales, promover el desarrollo económico y ser una jurisdicción fiscal responsable. Los gastos del gobierno se realizan con apoyo de los ingresos directos e indirectos que recauda el estado. Los directos comprenden impuestos a personas naturales y jurídicas, los indirectos comprende el impuesto a los bienes y servicios (GST). El estado trata de tener más dependencia en los indirectos, ya que en el caso de los directos, los ingresos son volátiles (Alta Comisión de la República de Singapur en Kuala Lumpur, 2013).

Singapur tiene varios acuerdos internacionales sobre impuestos, que ayudan a los empresarios que realizan actividades de comercio exterior, que no paguen doble impuesto, en el caso de las operaciones transfronterizas.

Existen tres fuentes principales que constituyen el ingreso estatal, referente a los impuestos: impuesto sobre los ingresos, impuesto sobre los derechos e impuestos sobre tasas y otros ingresos. Los impuestos sobre los ingresos que aplica Singapur, incluyen los siguientes (Autoridad de los Ingresos Internos de Singapur IRAS, 2013):

- Impuesto sobre el ingreso de empresas y personas.
- Impuesto sobre propiedades.
- Impuesto del estado (eliminado para las muertes que ocurrieron en o después del 15 de febrero del 2008).
- Impuesto de vehículos automotores.
- Aduanas e impuestos especiales.
- Impuesto sobre bienes y servicios (GST).
- Impuesto sobre apuestas.
- Impuestos sobre casinos.
- Impuesto de estampilla.
- Otros.

1.2.1.1.3 Regulación sobre el comercio exterior

Las exportaciones desde Singapur presentaron un crecimiento en el año 2012 en comparación con el 2011 del 5,52 %. Las exportaciones petroleras tuvieron un crecimiento del 1,86 %, y las exportaciones no petroleras tuvieron un crecimiento del 6,84 % durante el período 2012 con respecto al 2011, tal cual se muestra en la Tabla No. 13 (Ávila, 2013).

Tabla No. 13

Exportaciones desde Singapur hacia el mundo 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos

EXPORTACIONES DESDE SINGAPUR HACIA EL MUNDO 2011 y 2012			
USD (MILLONES)			
	2011	2012	VARIACIÓN
Exportaciones petroleras	105,154	107,111	1.86%
Exportaciones no petroleras	290,588	310,473	6.84%
Total Exportado	395,742	417,584	5.52%

Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

En la Tabla No. 14, se puede observar que la mayoría de las exportaciones que realiza Singapur son a países vecinos de Asia (72 %), seguido de América (10 %), luego Europa (10 %), luego a Oceanía (6 %) y África (2 %).

Tabla No. 14

Principales mercados de exportaciones desde Singapur, valores expresados en millones de dólares americanos en Incoterm FOB

PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIONES DESDE SINGAPUR USD MILLONES DOLARES FOB				
DESTINOS	2011	2012	VARIACIÓN	PARTICIPACIÓN
Asia	282,436	299,139	6%	72%
América	41,242	42,448	3%	10%
Europa	39,969	40,642	2%	10%
Oceania	22,629	25,702	14%	6%
África	9,465	9,653	2%	2%
TOTAL	395,742	417,584	6%	100%

Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

Los principales productos exportados desde Singapur durante el año 2012 son equipos y maquinarias (61 %), químicos (18 %) y manufacturas varias (11 %), tal cual se muestra en la Tabla No. 15.

Tabla No. 15

Productos exportados desde Singapur durante el año 2012, valores expresados en millones de dólares americanos

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS EXPORTADOS DESDE SINGAPUR 2012		
VALORES EN USD (MILLONES)		
Categorías	Valores	Participación (%)
Alimentos	5,098	2%
Bebidas & Tabaco	3,563	1%
Materiales en bruto	2,480	1%
Aceites vegetales y Animales	330	0%
Químicos	55,248	18%
Productos manufacturados	15,665	5%
Equipos y maquinarias	188,925	61%
Manufacturas varias	32,732	11%
Misceláneos	6,432	2%
TOTAL	310,473.20	100%

Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

En el año 2012 las importaciones petroleras y no petroleras de Singapur presentaron un crecimiento del 9,88 % con respecto al año 2011, tal cual se muestra en la Tabla No. 16.

Tabla No. 16

Importaciones petroleras y no petroleras de Singapur durante el año 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos

IMPORTACIONES TOTALES DE SINGAPUR DESDE EL MUNDO AÑO 2012			
VALORES USD (MILLONES)			
TIPO DE IMPORTACIÓN	2011	2012	VARIACIÓN
Importaciones petroleras	115,281	126,670	9.88%
Importaciones no petroleras	238,110	261,641	9.88%
TOTAL	353,391	388,310	9.88%

Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

En el año 2012, como se muestra en la Tabla No. 17, entre los proveedores de Singapur, prevalece como mayor proveedor Asia, con una cuota de mercado del 69 %, luego Europa con 15 %, América con 13 %, Oceanía con 2 % y África con 0,50 %.

Tabla No. 17

Principales mercados proveedores de Singapur durante el año 2011 y 2012, valores expresados en millones de dólares americanos

PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES DE SINGAPUR				
VALORES EN (USD) MILLONES				
MERCADOS	2011	2012	VARIACIÓN	PARTICIPACIÓN
Asia	244,113	268,521	10%	69%
América	49,584	52,205	5%	13%
Europa	53,849	59,855	11%	15%
Oceanía	4,679	5,859	25%	2.00%
África	1,166	1,871	60%	0.50%
TOTAL	355,402	388,310	9%	100%

Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

En la Anexo No. 4 se muestra los principales productos importados por Singapur, durante el periodo 2008-2012 siendo los mayores productos importados durante este período los combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, máquinas aparatos y material eléctrico, máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos, entre otros.

Singapur es un país que tiene en su mayoría de productos libre ingreso de derecho aduanero, a excepción de bebidas alcohólicas, productos del tabaco, vehículos de motor y productos derivados del petróleo. Para estos productos que sí se aplica un derecho aduanero, éste puede ser ad valorem o una tasa arancelaria específica (Aduana de Singapur).

El impuesto a los bienes y servicios (GST) es 7 % calculado sobre el valor CIF de importación más otros cargos o impuestos (Ávila, 2013).

Entre los requisitos para que una empresa pueda exportar, importar, o realizar cualquier actividad comercial, se debe estar registrado ante la Autoridad Regulatoria de Contabilidad y Empresas ACRA. Todas las importaciones deben estar acompañadas de facturas, lista de empaque, documento de transporte, y cualquier documento adicional (Mendel Online, 2013).

El importador debe estar registrado ante la Aduana de Singapur. Los comerciantes de alimentos frescos y elaborados, incluyendo utensilios de alimentos, deben estar registrados ante la Autoridad Veterinaria y del Sector Agroalimentario AVA, los comerciantes de productos medicinales deberán estar sujetos a controles por la Autoridad de Ciencias de la Salud, los equipos de radiocomunicaciones por la Administración de Telecomunicaciones, publicaciones o productos de los medios de comunicación por la Autoridad de Desarrollo de Medios de Comunicación (Mendel Online, 2013).

En los siguientes casos el impuesto a los bienes y servicios, así como el derecho ad valorem, pueden ser suspendidos (Ávila, 2013):

- Mercadería almacenada en la Zona de Libre Comercio (Free Trade Zone, FTZ).
- Importaciones bajo el sistema ZGS (Zero GST Warehouse Scheme), esquema de cero impuestos.
- Esquema mayorista de exportaciones (Major Exporter Scheme, MES)
- Acuerdos comerciales de Singapur.

En referencia a las licencias de importación, éstas pueden ser automáticas o no automáticas. Entre los productos sujetos a licencias, se puede nombrar los siguientes: artículos estratégicos; sustancias químicas peligrosas; productos medicinales; películas y vídeos; equipo para la reproducción de publicaciones, cintas de video, discos compactos, discos láser, grabaciones o casetes amparados por derechos de autor; armas, municiones y precursores de explosivos; productos de biotecnología agrícola y alimentos derivados de la biotecnología (Ávila, 2013).

Singapur prohíbe la importación de ciertos productos, por cumplimiento de convenios internacionales o por regulaciones de la salud, tales como chicles (salvo los dentales orales y los de uso medicinal); tabaco de mascar y productos de imitación del tabaco; mecheros con forma de pistola o revólver; fármacos y sustancias psicotrópicas controlados (salvo los aprobados como productos medicinales); especies de fauna y flora salvajes en peligro de

extinción y sus subproductos; petardos; artículos, publicaciones, videos y programas informáticos obscenos; y materiales de carácter sedicioso y desleal (Ávila, 2013). De igual manera se prohíbe la importación de automóviles de más de tres años de uso, importación y venta de teléfonos inalámbricos y cámaras de vigilancia inalámbricas que utilizan bandas de frecuencia de 890 a 915 MHz, entre otros productos (Ávila, 2013).

Las muestras comerciales que se utilizan para exposiciones, con excepción de bebidas alcohólicas y el tabaco, pueden ser importadas temporalmente sin el pago del GST, siempre y cuando se presente la información necesaria a la Aduana de Singapur (Ávila, 2013).

En el Índice de Desempeño Logístico LPI del Banco Mundial, Singapur ocupa el primer lugar en el año 2012 como mejor puerto del mundo con una puntuación de 4,13 (siendo 1=bajo y 5=alto), tal cual como se muestra en la Tabla No. 18. Éste índice evalúa la eficiencia del proceso de despacho de aduana, calidad de infraestructura, facilidad de acordar embarques a precios competitivos, calidad de servicios logísticos, capacidad de rastreo y seguimiento de envíos, frecuencia en la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado (World Bank, 2012).

Tabla No. 18

Principales 10 países con los puntajes más altos del LPI del período 2012

Country	Year	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infrastructure	International shipments	Logistics competence	Tracking & tracing	Timeliness
Singapore	2012	1	4.13	4.10	4.15	3.99	4.07	4.07	4.39
Hong Kong, China	2012	2	4.12	3.97	4.12	4.18	4.08	4.09	4.28
Finland	2012	3	4.05	3.98	4.12	3.85	4.14	4.14	4.10
Germany	2012	4	4.03	3.87	4.26	3.67	4.09	4.05	4.32
Netherlands	2012	5	4.02	3.85	4.15	3.86	4.05	4.12	4.15
Denmark	2012	6	4.02	3.93	4.07	3.70	4.14	4.10	4.21
Belgium	2012	7	3.98	3.85	4.12	3.73	3.98	4.05	4.20
Japan	2012	8	3.93	3.72	4.11	3.61	3.97	4.03	4.21
United States	2012	9	3.93	3.67	4.14	3.56	3.96	4.11	4.21
United Kingdom	2012	10	3.90	3.73	3.95	3.63	3.93	4.00	4.19

Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Banco Mundial

1.2.1.1.4 Regulación sobre el empleo

El Ministerio de Trabajo de Singapur (MOM por sus siglas en inglés), es el encargado de velar por el cumplimiento de la Ley de Empleo. Esta ley cubre a todos los empleados de cualquier nacionalidad, siempre que estén bajo un contrato de servicio con un empleador, a excepción de cualquier persona con cargo directivo o ejecutivo, marineros, trabajador doméstico, Cualquier persona empleada por un organismo público o de gobierno (Ministerio de Trabajo de Singapur).

Por otro lado, la parte IV de la Ley en la que se menciona los días de descanso, horas de trabajo y otras condiciones de servicio, se aplican a los trabajadores que ganan no más de SGD 4 500 dólares singapurenses en sueldo mensual y los empleados cubiertos en la Ley de Empleo que no ganan más de SGD 2 000 dólares singapurenses en sueldo mensual (no incluye a profesionales, directores o ejecutivos) (Ministerio de Trabajo de Singapur).

De acuerdo a las excepciones antes mencionadas en la Ley de Empleo, están incluidos los gerentes y ejecutivos con funciones de tomar decisiones de supervisión o de ejecución, o decisiones tales como contratación, despidos, evaluación de desempeño, entre otras. Adicionalmente, incluye profesionales con educación superior y conocimiento especializado, y cuyas condiciones de empleo son comparables a los directivos o ejecutivos. De igual manera, incluye profesionales tales como abogados, contadores, dentistas y médicos, cuyas condiciones de empleo son comparables a los directivos o ejecutivos. Gerentes Juniors y ejecutivos cuyo sueldo básico es hasta SGD 4 500 dólares singapurenses de salario mensual, sólo estarán cubiertos parcialmente del pago del salario básico (Ministerio de Trabajo de Singapur).

Se considerará trabajador a la persona que realice un trabajo manual en cualquiera de las siguientes categorías (Ministerio de Trabajo de Singapur):

- Cualquier persona, calificada o no calificada, haciendo el trabajo manual, incluyendo cualquier artesano o aprendiz, pero excluyendo cualquier marino o trabajador doméstico;

- Cualquier persona que no sea personal administrativo, empleados en la operación o el mantenimiento de propulsión mecánica y vehículos que transportan pasajeros, de alquiler o con fines comerciales;
- Cualquier persona empleada para supervisar cualquier trabajador y que realice trabajo manual. Sin embargo, esto está sujeto a la exigencia de que el tiempo dedicado al trabajo manual debe ser más de la mitad del tiempo total de trabajo en un período salarial;
- Cualquier persona especificada en la Primera Lista de la Ley de Empleo, tal como:
 - o Limpiadores,
 - o Trabajadores de la construcción,
 - o Trabajadores,
 - o Operadores y ensambladores de máquinas,
 - o Trabajadores de metal y maquinaria,
 - o Conductores de tren, autobús, camión, van,
 - o Inspectores de tren y autobús,
 - o Todos los trabajadores empleados bajo premisas de un empleador.

Cabe mencionar que todos los términos y condiciones de empleo que se impliquen en un contrato de trabajo, en el caso que éstos fuesen menos favorable que la disposición pertinente de la Ley de Empleo es ilegal, nula y sin efecto. La disposición de la Ley siempre tendrá prioridad sobre una cláusula contractual que sea menos favorable (Ministerio de Trabajo de Singapur).

Cualquiera de las dos partes, tanto el empleador como el empleado puede dar por terminado el contrato.

En referencia a las horas laborables, una semana está comprendida desde el día lunes hasta el día domingo. Un empleado no estará en la obligación de trabajar más de ocho horas laborables diarias o más de 44 horas en una semana, así como no deberá trabajar más de seis horas consecutivas sin un espacio para el descanso o almuerzo, el cual durará no menos de 45 minutos (Ministerio de Trabajo de Singapur).

En relación a los días de descanso, se debe disponer de un día libre a la semana. Se pagará sobretiempo siempre y cuando el empleado trabaje por instrucción del empleador. El salario mensual para los ejecutivos y directivos es de SGD 4 500 dólares singapurenses. No hay salario mínimo o básico en Singapur, ya que el salario se lo considera como una negociación entre el empleador y el empleado (Ministerio de Trabajo de Singapur).

1.2.1.1.5 Promoción de la actividad empresarial

Singapur tiene una fuerte estrategia de atracción de inversión extranjera, siendo éste país la elección para diversas empresas multinacionales. La inversión extranjera está diseñada por la Ley de Compañías, y por la Junta de Desarrollo Económico (Economic Development Board EDB por sus siglas en inglés) del Ministerio de Industrias y Comercio de Singapur (Ávila, 2013).

Entre los incentivos que Singapur ofrece a la inversión extranjera se puede citar los siguientes: ubicación estratégica, infraestructura física desarrollada, infraestructura financiera muy sólida, recursos humanos de alta calidad, estabilidad política, social y administración del gobierno estable. El gobierno ha desarrollado eficientes parques empresariales, industriales y científicos, factor que facilita a las empresas extranjeras para constituir una empresa (Ávila, 2013).

Con respecto a las diversas estructuras de empresas, la agencia gubernamental encargada de regular la misma es Empresa Uno (Enterprise One). A continuación se menciona las diversas estructuras(Ávila, 2013):

- Unipersonal: Empresa con un solo propietario, no constituye personería jurídica, tiene los procesos más simples y descomplicados.
- Societaria: Empresa de propiedad de 2-20 personas naturales o jurídicas, no constituye personería jurídica, tiene procesos simples.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Sociedad con mínimo dos socios, sin límite el número de socios, no constituye personería jurídica. Se debe nombrar a un administrador local.

- Sociedad limitada (LP): Sociedad con mínimo 2 socios, al menos un socio general y por lo menos un socio limitado, sin límite el número de socios. No constituye personería jurídica.
- Empresa: Entidad comercial registrada bajo la Ley de Sociedades Anónimas, la mayoría son privadas - Private Limited (PteLtd) - hasta 50 propietarios. Los propietarios de la empresa se llaman accionistas. Debe haber un mínimo de una cuota de propiedad de un accionista. El valor de la acción puede ser igual a SGD 1. Constituye una persona jurídica (es decir, puede demandar o ser demandado en nombre propio y poseer o retener alguna propiedad). Debe haber al menos un accionista y un director, pueden ser la misma persona.
- Sucursal extranjera: La empresa extranjera que desee tener una sucursal en Singapur, deberá contar con dos agentes en éste país, quienes puedan actuar en su nombre, los mismos deben ser residentes en Singapur (ciudadanos, residentes permanentes, o extranjeros con empleo o pases dependientes).

1.2.1.1.6 Estabilidad gubernamental

Considerándose que la inestabilidad política de un país se debe a los cambios de gobierno o partidos políticos que lideran el estado, ya que esto trae como consecuencia cambios de políticas públicas, se considera a Singapur como un país políticamente estable, ya que desde que Singapur se fundó oficialmente (1965), es decir, obtuvo su propia soberanía, ésta fue liderada por el partido político People's Action Party. El partido ha tenido durante los últimos años una tendencia de social demócrata. El mismo ha generado en Singapur una cultura distinta en cuanto a política gubernamental: autoritaria, pragmática, racional y legalista, ya que la estructura de poder es centralizada (Guidemesingapore.com).

El crecimiento económico y la estabilidad política que ha tenido Singapur a lo largo de los años, se debe a las decisiones tomadas por el PAP, las medidas o decisiones se toman en consenso. El PAP se ha conocido como un

partido libre de corrupción, siempre ha mantenido la imagen limpia, preocupado por el bienestar de los ciudadanos (Guidemesingapore.com).

1.2.1.2 Económico

1.2.1.2.1 Ciclo económico

El Indicador Adelantado Compuesto (CLI por sus siglas en inglés), refleja que la economía de Singapur ha tenido una tendencia creciente (Departamento de Estadística de Singapur, 2011).

El crecimiento cronológico de Singapur se basa en los ciclos de crecimiento económico identificados por el Índice Compuesto Coincidente (CCI por sus siglas en inglés), éste indicador muestra las relaciones que existen entre los diversos ciclos de crecimiento económico, el mismo toma en consideración los siguientes criterios (Departamento de Estadística de Singapur, 2011):

- Producto Interno Bruto PIB a precios constantes.
- Índice de Producción Industrial.
- Exportaciones nacionales no petroleras a precios constantes.
- Total empleo.
- Índice de ventas al por menor a precios constantes, excluyendo los vehículos a motor.

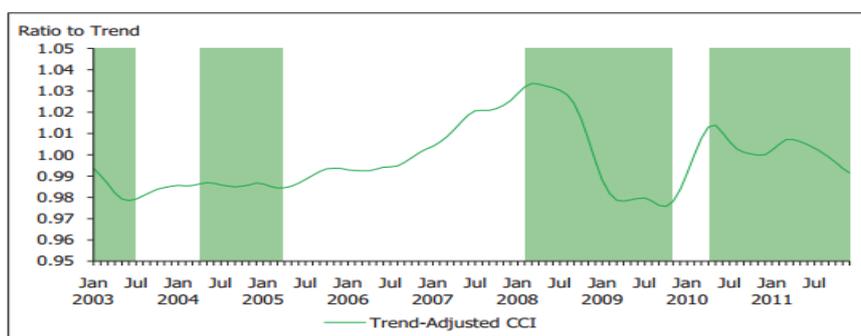
La economía de Singapur ha tenido dos ciclos de crecimiento económico (cima – declive – cima) los cuales empezaron en el año 2004. El PIB real disminuyó de 9,2 % en el año 2004 a 7,4 % en el año 2005, éste pequeño declive pudo haber sido influenciado por el lento crecimiento que presentaron para ese periodo Estados Unidos y Japón. A medida que las condiciones económicas globales iban mejorando, la economía de Singapur también lo hacía, no obstante, en el año 2008 la economía de Singapur presentó un declive, debido a la crisis de Estados Unidos (Departamento de Estadística de Singapur, 2011).

El segundo ciclo de crecimiento económico inició en el año 2008, recuperándose en el segundo semestre del año 2009, ésta recuperación se generó por el fortalecimiento de la producción de productos farmacéuticos y electrónicos, servicios financieros, industrias orientadas al comercio. El PIB real de Singapur se incrementó en el primer semestre del año 2010, más que la cima que se obtuvo en la última recesión. Sin embargo este crecimiento tuvo corta duración (Departamento de Estadística de Singapur, 2011).

En el Gráfico No. 12 se muestra la representación gráfica de los dos ciclos económicos antes mencionados.

Gráfico No. 12

Ciclos de crecimiento de Singapur 2003-2011



Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

El Indicador Adelantado Compuesto (CLI) anticipa crecimientos o decrecimientos en la economía de un país, sirviendo como una herramienta muy útil para que el estado, o el órgano pertinente, pueda tomar las medidas correspondientes y evitar una recesión mayor en la economía (La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD).

El indicador CLI de Singapur comprende el análisis y evaluación de 9 indicadores económicos, los mismos muestran una relación con el ciclo de crecimiento de la economía. Estos indicadores fueron seleccionados en base a los siguientes parámetros: principales propiedades cíclicas, importancia económica, oportunidad, periodicidad y calidad de datos. Los 9 indicadores son los siguientes (Departamento de Estadística de Singapur, 2011):

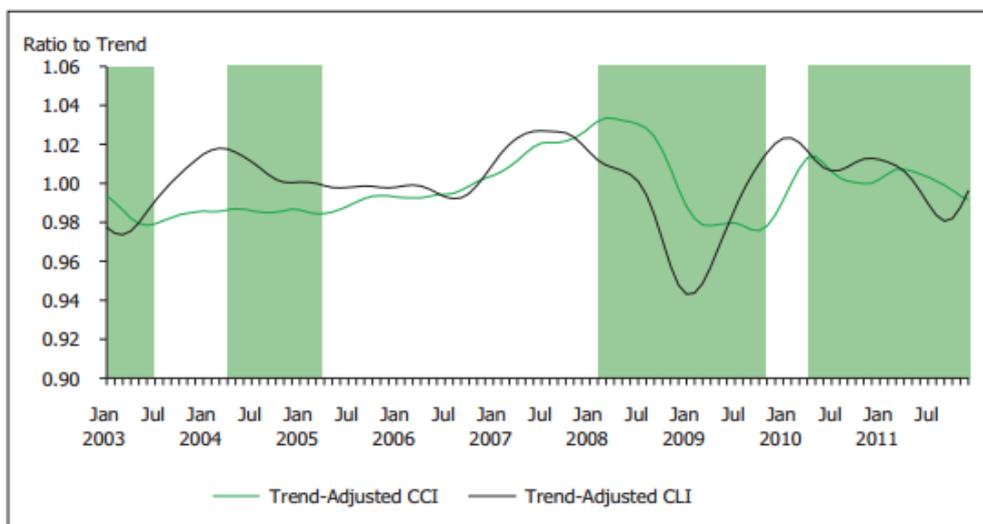
- Total de nuevas sociedades constituidas.
- La oferta monetaria (M2).
- Bolsa de Valores de los índices de Singapur.
- Expectativas de negocios del comercio al por mayor.
- Expectativas de negocios de bienes terminados (fabricación).
- Índice de Gestores de Compras de Estados Unidos (fabricación).
- Total de carga por vía marítima no petrolera manejada.
- Indicador de liquidez doméstica.
- Total de importaciones no petroleras retenidas.

El indicador Índice Compuesto Coincidente CCI se lo usa para evaluar la precisión o la predicción del indicador CLI. El indicador CLI alcanzó la cima seis meses antes de que empezara la recesión global en marzo 2008, teniendo un declive en el año 2009, nueve meses antes de la recuperación de la recesión.

Se puede observar en el Gráfico No. 13 la comparación de los dos índices citados, la precisión del indicador CLI es muy cercana a la situación económica por la que atravesó Singapur.

Gráfico No. 13

Comparación indicador CLI y CCI Singapur 2003-2011



Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
 Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.2 Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto PIB de Singapur durante el periodo 2009-2013 (hasta el segundo trimestre del 2013) ha tenido un crecimiento considerable, teniendo una tasa de crecimiento de 3,4 % en el año 2012 con respecto al año 2011 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

De igual manera, en el año 2011 tuvo un crecimiento de 5,8 % con respecto al año 2010; sin embargo, fue mayor el crecimiento del PIB en el año 2010 con respecto al año 2009, cuya tasa de variación es 15 %, siendo ésta la más alta tasa de crecimiento en el periodo 2009-2012 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

En la Tabla No. 19 se puede observar el PIB durante el período 2009-2013 desglosado por industria, expresado dólares singapurenses.

Tabla No. 19

Producto Interno Bruto de Singapur desglosado por industria expresado en millones de dólares singapurenses, período 2009 - 2013

					2011			2012				2013	2013
	2009	2010	2011	2012	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
Million Dollars													
GDP AT CURRENT MARKET PRICES	274,655.3	315,921.2	334,092.7	345,560.5	82,205.6	83,124.3	85,482.0	85,793.8	86,224.2	85,227.3	88,315.2	87,090.8	90,166.1
Goods Producing Industries	71,593.9	81,938.7	83,869.5	86,861.6	20,751.5	21,201.3	21,200.7	21,543.0	22,558.3	21,320.2	21,440.1	19,895.8	22,594.7
Manufacturing	53,999.8	64,459.8	65,361.7	67,189.7	16,217.0	16,394.8	16,404.5	16,838.1	17,689.5	16,219.7	16,442.4	15,086.2	17,548.3
Construction	13,584.4	12,584.4	13,186.3	14,231.2	3,103.3	3,437.9	3,498.5	3,439.3	3,445.6	3,651.4	3,694.9	3,653.2	3,654.2
Utilities	3,900.1	4,781.2	5,206.6	5,329.7	1,402.2	1,340.7	1,267.7	1,237.7	1,395.0	1,422.0	1,275.0	1,128.5	1,365.7
Other Goods Industries ¹	109.6	113.3	114.9	111.0	29.0	27.9	30.0	27.9	28.2	27.1	27.8	27.9	26.5
Services Producing Industries	178,231.9	204,323.6	216,629.1	222,251.0	52,921.3	53,488.1	55,638.4	55,790.5	54,336.6	54,911.8	57,212.1	57,940.6	57,717.9
Wholesale & Retail Trade	48,917.0	55,246.2	56,686.3	55,184.9	14,095.2	13,616.2	14,898.2	13,821.2	13,563.7	13,592.6	14,207.4	13,436.6	14,025.5
Transportation & Storage	21,530.1	25,546.5	23,733.7	25,104.5	5,919.6	5,798.9	6,201.3	6,018.3	6,332.4	6,247.2	6,506.6	5,929.2	6,378.9
Accommodation & Food Services	5,465.9	6,606.8	7,640.3	8,170.2	1,893.2	1,944.7	1,970.9	2,017.7	2,032.9	2,056.3	2,063.3	2,092.3	2,116.2
Information & Communications	10,479.1	11,172.3	11,837.2	12,327.8	2,941.0	3,053.4	2,958.3	3,008.3	3,032.6	3,141.5	3,145.4	3,096.1	3,108.1
Finance & Insurance	31,388.3	33,558.9	37,113.5	38,485.5	9,151.6	9,516.6	9,140.7	9,734.5	9,572.7	9,540.1	9,638.2	10,912.6	10,900.2
Business Services	34,726.5	40,559.1	44,478.7	47,224.4	10,921.0	11,274.1	11,495.3	11,412.1	11,667.2	11,993.1	12,152.0	12,267.5	12,463.5
Other Services Industries	25,725.0	31,633.8	35,139.4	35,753.7	7,999.7	8,284.2	8,973.7	9,778.4	8,135.1	8,341.0	9,499.2	10,206.3	8,725.5
Ownership of Dwellings	10,887.9	11,710.3	13,715.1	15,416.6	3,394.4	3,493.4	3,628.5	3,723.7	3,836.2	3,910.3	3,946.4	4,015.1	4,058.5
Gross Value Added At Basic Prices	260,713.7	297,972.6	314,213.7	324,529.2	77,067.2	78,182.8	80,467.6	81,057.2	80,731.1	80,142.3	82,598.6	81,851.5	84,371.1
Add: Taxes on Products	13,941.6	17,948.6	19,879.0	21,031.3	5,138.4	4,941.5	5,014.4	4,736.6	5,493.1	5,085.0	5,716.6	5,239.3	5,795.0

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

En la Tabla No. 20 se presenta la tasa de variación del PIB durante el periodo 2009-2013, desglosado por industria, teniendo el primer trimestre del año 2013 una tasa de variación del 1,5 % con respecto al primer trimestre del año 2012 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 20

Tasa de variación del Producto Interno Bruto de Singapur desglosado por industria, período 2009 – 2013, expresado en porcentaje

	2009	2010	2011	2012	2011			2012				2013	2013
					II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
	Percentage Change Over Corresponding Period Of Previous Year												
GDP AT CURRENT MARKET PRICES	1.9	15.0	5.8	3.4	4.5	5.5	3.5	3.0	4.9	2.5	3.3	1.5	4.6
Goods Producing Industries	5.6	14.4	2.4	3.6	-1.2	4.3	2.4	4.0	8.7	0.6	1.1	-7.6	0.2
Manufacturing	2.9	19.4	1.4	2.8	-2.6	2.7	1.2	3.0	9.1	-1.1	0.2	-10.4	-0.8
Construction	20.7	-7.4	4.8	7.9	-0.2	10.5	9.2	9.3	11.0	6.2	5.6	6.2	6.1
Utilities	-1.3	22.6	8.9	2.4	14.0	9.2	-0.4	3.5	-0.5	6.1	0.6	-8.8	-2.1
Other Goods Industries ¹	1.9	3.4	1.4	-3.4	-1.7	-1.1	-1.0	-0.4	-2.8	-2.9	-7.3	0.0	-6.0
Services Producing Industries	0.7	14.6	6.0	2.6	5.5	5.1	2.9	2.2	2.7	2.7	2.8	3.9	6.2
Wholesale & Retail Trade	8.0	12.9	2.6	-2.6	1.2	-0.3	4.6	-1.8	-3.8	-0.2	-4.6	-2.8	3.4
Transportation & Storage	-15.7	18.7	-7.1	5.8	-6.0	-10.1	-8.3	3.5	7.0	7.7	4.9	-1.5	0.7
Accommodation & Food Services	-7.5	20.9	15.6	6.9	18.2	14.8	9.8	10.2	7.4	5.7	4.7	3.7	4.1
Information & Communications	9.0	6.6	6.0	4.1	7.1	9.4	2.3	4.3	3.1	2.9	6.3	2.9	2.5
Finance & Insurance	2.3	6.9	10.6	3.7	12.5	14.7	1.9	4.6	4.6	0.2	5.4	12.1	13.9
Business Services	-1.0	16.8	9.7	6.2	8.1	10.6	8.4	5.8	6.8	6.4	5.7	7.5	6.8
Other Services Industries	3.5	23.0	11.1	1.7	8.7	6.3	2.1	-1.0	1.7	0.7	5.9	4.4	7.3
Ownership of Dwellings	2.0	7.6	17.1	12.4	18.3	18.4	15.4	16.4	13.0	11.9	8.8	7.8	5.8
Gross Value Added At Basic Prices	2.1	14.3	5.5	3.3	4.1	5.4	3.3	3.3	4.8	2.5	2.6	1.0	4.5
Add: Taxes on Products	-2.0	28.7	10.8	5.8	11.2	6.2	6.7	-1.0	6.9	2.9	14.0	10.6	5.5

¹ Comprise Agriculture, Fishing and Quarrying.

Note: The industries are classified according to SSIC 2010.

Source: Singapore Department of Statistics

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.3 PIB per cápita

Como se puede observar en la Tabla No. 21, el PIB per cápita de Singapur en el año 2013 es de SGD 68 541 dólares singapurenses, de igual manera, se puede observar su crecimiento desde el año 2000 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 21

Producto Interno Bruto per cápita de Singapur período 2000-2013, valores expresados en dólares singapurenses / americanos

Year	S\$	US\$
2000	40 364	23 414
2001	37 974	21 194
2002	38 865	21 705
2003	40 627	23 319
2004	45 716	27 046
2005	48 939	29 400
2006	52 712	33 175
2007	58 548	38 848
2008	55 642	39 329
2009	55 457	38 128
2010	62 658	45 954
2011	66 075	52 528
2012	66 878	53 515
2013	68 541	54 776

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.4 Gastos de Consumo Privado

Este índice refleja los gastos que realizan las familias e instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares, fondos privados no asegurados de asistencia social, y fondos fiduciarios privados (Oficina de Análisis Económico Dpto de Comercio de EEUU, 2009). Tal cual se puede observar en la Tabla No. 22, los gastos presentan tasas de crecimiento positiva, a excepción del año 2009, cuyo gasto decreció un 0,3 % con respecto al 2008 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 22

Gastos de consumo privado en Singapur período 2008-2012, valores expresados en millones de dólares singapurenses

	2008	2009	2010	2011	2012p	2008	2009	2010	2011	2012
	Million Dollars					Annual Percentage Change				
	At Current Market Prices									
TOTAL	107,281.2	106,922.0	117,680.5	127,915.5	135,551.8	8.0	-0.3	10.1	8.7	6.0
Food & Non-Alcoholic Beverages	7,754.5	8,034.7	8,218.4	8,729.2	9,243.8	9.8	3.6	2.3	6.2	5.9
Alcoholic Beverages & Tobacco	2,075.8	2,263.8	2,507.1	2,613.9	2,738.6	7.8	9.1	10.7	4.3	4.8
Clothing & Footwear	2,946.5	2,844.4	3,106.7	3,306.3	3,362.7	0.5	-3.5	9.2	6.4	1.7
Housing & Utilities	19,250.9	20,095.1	21,563.0	24,733.6	27,619.7	21.2	4.4	7.3	14.7	11.7
Furnishings, Household Equipment & Routine Household Maintenance	6,492.3	6,552.3	7,037.2	7,398.3	7,703.4	8.7	0.9	7.4	5.1	4.1
Health	7,174.8	7,613.3	8,201.7	8,786.8	9,418.1	9.1	6.1	7.7	7.1	7.2
Transport	16,807.1	14,548.1	15,979.8	16,783.8	17,808.3	5.1	-13.4	9.8	5.0	6.1
Communication	2,442.1	2,537.6	2,649.1	2,772.3	2,822.7	8.8	3.9	4.4	4.7	1.8
Recreation & Culture	9,927.2	9,310.6	15,187.6	18,019.6	18,026.3	5.8	-6.2	63.1	18.6	0.0
Education	3,450.4	3,859.0	4,129.8	4,438.1	4,743.3	12.6	11.8	7.0	7.5	6.9
Food Serving Services	6,949.4	6,953.2	7,676.5	8,314.3	8,593.1	9.1	0.1	10.4	8.3	3.4
Accommodation Services	2,450.5	1,946.3	2,644.0	3,300.4	3,633.4	13.3	-20.6	35.8	24.8	10.1
Miscellaneous Goods & Services	16,605.4	16,240.6	18,219.6	20,432.8	22,062.9	-4.5	-2.2	12.2	12.1	8.0
Add: Residents' Expenditure Abroad	18,238.0	17,921.4	20,020.8	21,166.9	21,991.9	13.1	-1.7	11.7	5.7	3.9
Less: Non-Residents' Expenditure Locally	15,283.7	13,798.4	19,460.8	22,880.8	24,216.4	10.9	-9.7	41.0	17.6	5.8

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.5 Balanza de pagos

El crecimiento económico que ha tenido Singapur se refleja en su Balanza de Pagos, para lo cual ha sido positiva desde el año 2006 hasta el año 2012. Esto se puede deducir debido a los diversos factores, tal como es la fuerte atracción de inversión extranjera que tiene éste país, así como sus exportaciones que superan las importaciones (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

En el Anexo No. 5 se presenta la Balanza de Pagos de Singapur correspondiente al período 2006-2012, los valores se encuentran expresados en millones de dólares singapurenses.

1.2.1.2.6 Ingreso Bruto Nacional

En el año 2012, el Ingreso Bruto Nacional de Singapur es de SGD 341 640,9 millones de dólares singapurenses, tal cual se muestra en la Tabla No. 23, la misma comprende valores desde el año 2000 hasta el año 2012 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 23

Ingreso Bruto Nacional período 2000-2012, valores expresados millones de dólares singapurenses / americanos

Year	S\$ mil	US\$ mil
2000	161 480,1	93 671,4
2001	155 402,0	86 734,4
2002	157 674,2	88 056,6
2003	161 325,6	92 598,8
2004	176 898,9	104 655,3
2005	194 750,1	116 995,1
2006	223 073,4	140 394,9
2007	259 529,0	172 204,2
2008	257 366,9	181 910,4
2009	259 942,7	178 716,2
2010	314 389,2	230 575,1
2011	331 346,7	263 412,6
2012	341 640,9	273 378,3

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.7 Ingreso Bruto Nacional per cápita

El Ingreso Bruto Nacional per cápita en el año 2012 es de SGD 64 310 miles de dólares singapurenses, siendo un incremento del 0,61 % con respecto al año 2011 tal cual se muestra en la Tabla No. 24 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 24

Ingreso Bruto Nacional per cápita período 2000-2012, valores expresados en dólares singapurenses / americanos

Year	S\$	US\$
2000	40 090	23 255
2001	37 555	20 961
2002	37 757	21 086
2003	39 206	22 504
2004	42 455	25 117
2005	45 654	27 426
2006	50 682	31 898
2007	56 560	37 529
2008	53 182	37 590
2009	52 118	35 832
2010	61 928	45 418
2011	63 921	50 816
2012	64 310	51 460

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.8 Tipo de Cambio del Dólar Singaporense

En la Tabla No. 25 se muestra el tipo de cambio del dólar singaporense, en relación con otras monedas. Si comparamos el dólar singaporense con el dólar americano, podemos observar que el dólar singaporense es una moneda fuerte, ya que tiene poca fluctuación, así, USD 1 dólar americano equivale SGD 1,24 dólares singaporenses en el segundo trimestre del año 2013 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013):

Tabla No. 25

Tipo de cambio del dólar singaporense en relación con otras monedas, período 2009-2013

	2009	2010	2011	2012	2011			2012				2013	2013	
					II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
SINGAPORE DOLLAR PER	Average For Period													
US Dollar	1.4545	1.3635	1.2579	1.2497	1.2400	1.2255	1.2881	1.2642	1.2641	1.2473	1.2231	1.2377	1.2489	
Malaysian Ringgit	0.4126	0.4234	0.4111	0.4046	0.4108	0.4059	0.4085	0.4131	0.4059	0.3995	0.4000	0.4016	0.4067	
Euro	2.0242	1.8095	1.7495	1.6071	1.7845	1.7317	1.7352	1.6577	1.6225	1.5614	1.5867	1.6346	1.6315	
Pound Sterling	2.2737	2.1073	2.0161	1.9803	2.0224	1.9721	2.0229	1.9859	2.0004	1.9708	1.9643	1.9194	1.9187	
100 Japanese Yen	1.5562	1.5543	1.5780	1.5672	1.5188	1.5762	1.6648	1.5967	1.5780	1.5867	1.5074	1.3416	1.2666	
100 Korean Won	0.1143	0.1180	0.1135	0.1109	0.1144	0.1131	0.1124	0.1118	0.1096	0.1101	0.1122	0.1141	0.1113	
100 New Taiwan Dollar	4.4023	4.3292	4.2798	4.2262	4.2994	4.2008	4.2564	4.2586	4.2678	4.1828	4.1958	4.1990	4.1845	
Hong Kong Dollar	0.1876	0.1755	0.1616	0.1611	0.1594	0.1573	0.1656	0.1629	0.1629	0.1608	0.1578	0.1596	0.1609	
Australian Dollar	1.1473	1.2524	1.2971	1.2940	1.3165	1.2874	1.3008	1.3339	1.2762	1.2951	1.2707	1.2852	1.2370	
SINGAPORE DOLLAR PER	Percentage Change Over Previous Period													
US Dollar	-2.7	6.7	8.4	0.7	3.1	1.2	-4.9	1.9	0.0	1.3	2.0	-1.2	-0.9	
Malaysian Ringgit	2.9	-2.6	3.0	1.6	2.1	1.2	-0.6	-1.1	1.8	1.6	-0.1	-0.4	-1.3	
Euro	2.6	11.9	3.4	8.9	-2.1	3.0	-0.2	4.7	2.2	3.9	-1.6	-2.9	0.2	
Pound Sterling	15.1	7.9	4.5	1.8	1.2	2.6	-2.5	1.9	-0.7	1.5	0.3	2.3	0.0	
Japanese Yen	-11.7	0.1	-1.5	0.7	2.2	-3.6	-5.3	4.3	1.2	-0.5	5.3	12.4	5.9	
Korean Won	14.3	-3.1	4.0	2.3	-0.2	1.1	0.6	0.5	2.0	-0.5	-1.9	-1.7	2.5	
New Taiwan Dollar	1.9	1.7	1.2	1.3	1.5	2.3	-1.3	-0.1	-0.2	2.0	-0.3	-0.1	0.3	
Hong Kong Dollar	-3.1	6.9	8.6	0.3	2.9	1.3	-5.0	1.7	0.0	1.3	1.9	-1.1	-0.8	
Australian Dollar	4.7	-8.4	-3.4	0.2	-2.5	2.3	-1.0	-2.5	4.5	-1.5	1.9	-1.1	3.9	

Source: Monetary Authority of Singapore

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.2.9 Tasa de Interés de Singapur

En la Tabla No. 26 se podrá observar las tasas de interés que ejecuta el sector bancario en Singapur, teniendo una tasa activa por los préstamos otorgados a los clientes de 5,38 % en el año 2012 (Autoridad Monetaria de Singapur, 2013).

Tabla No. 26

Tasa de Interés de Singapur, período 2008-2012, expresado en porcentaje

	2008	2009	2010	2011	2012
Interest Rates (period average, % per annum)					
Prime Lending Rate	5.38	5.38	5.38	5.38	5.38
Banks' 3-month Fixed Deposit Rate	0.42	0.29	0.21	0.17	0.14
Banks' 3-month Domestic Interbank Rate	1.32	0.70	0.57	0.41	0.38
3-month US\$ SIBOR	2.93	0.70	0.35	0.34	0.43

Fuente: Autoridad Monetaria de Singapur
Elaborado por: Autoridad Monetaria de Singapur

La tasa SIBOR (Singapore Interbank Offered Rate por sus siglas en inglés) establecida por la Asociación de Bancos en Singapur, sirve como tasa referencial en la cual los bancos prestan dinero no asegurado a otros bancos en Singapur (Investopedia).

1.2.1.2.10 Empleo y desempleo

En la Tabla No. 27 se podrá observar el número de personas empleadas en Singapur en el año 2012, para lo cual fueron 3 274,7 miles de habitantes residentes y no residentes, para lo cual constituye los empleados residentes 2 040,6 miles de habitantes (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 27

Número de personas residentes en Singapur empleadas y desempleadas, expresado en miles de habitantes

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Labour Force ('000)							
Total	2,594.1	2,710.3	2,939.9	3,030.0	3,135.9	3,237.1	3,361.8
Residents	1,880.8	1,878.0	1,928.3	1,985.7	2,047.3	2,080.1	2,119.6
Employed ('000)							
Total	2,505.8	2,631.9	2,858.1	2,905.9	3,047.2	3,149.7	3,274.7
Residents	1,796.7	1,803.2	1,852.0	1,869.4	1,962.9	1,998.9	2,040.6
Unemployed ('000)							
Total	88.3	78.4	81.8	124.1	88.8	87.4	87.1
Residents	84.2	74.8	76.2	116.3	84.4	81.2	79.0
Unemployment Rate (Seasonally Adjusted) (%)							
Total	2.7	2.3	2.2	3.2	2.2	2.1	2.0
Residents	3.5	3.1	3.0	4.5	3.1	3.0	2.8
Resident Labour Force Participation Rate (%)							
Male	65.0	65.0	65.6	65.4	66.2	66.1	66.6
Female	76.2	76.3	76.1	76.3	76.5	75.6	76.0
	54.3	54.2	55.6	55.2	56.5	57.0	57.7

Source : Comprehensive Labour Force Survey, Ministry of Manpower

Notes : Data are for mid-year.

Total Population comprises Residents and Non-residents. Residents comprise Singapore citizens and permanent residents.

Data for 2007 have been adjusted following the revision of population estimates to facilitate comparison with data from 2008 onwards.

Fuente: Ministerio de Trabajo de Singapur
Elaborado por: Ministerio de Trabajo de Singapur

En la Tabla No. 28 se puede observar la tasa global de desempleo de Singapur, de residentes y no residentes, siendo una tasa baja de 2,00 % en el año 2012 (Ministerio de Trabajo de Singapur).

Tabla No. 28

Porcentaje de desempleo personas residentes y no residentes período 2002-2013

Year	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Overall Unemployment Rate (%)												
Annual Average	3.6	4.0	3.4	3.1	2.7	2.1	2.2	3.0	2.2	2.0	2.0	1.9 ^P
Seasonally Adjusted as at												
Mar	3.6	3.7	3.7	3.2	2.4	2.7	1.9	3.2	2.2	1.9	2.0	1.9
Jun	3.4	3.6	3.6	3.3	2.7	2.3	2.2	3.2	2.2	2.1	2.0	2.1
Sep	3.6	4.8	3.0	3.3	2.8	1.7	2.3	3.3	2.1	2.0	1.9	1.8
Dec	3.7	3.9	3.2	2.7	2.8	1.7	2.7	2.3	2.2	2.1	1.8	1.8 ^P

Fuente: Ministerio de Trabajo de Singapur
Elaborado por: Ministerio de Trabajo de Singapur

En la Tabla No. 29 se puede observar la tasa de desempleo de residentes en Singapur, siendo un 2,80 % equivalente a 60 mil habitantes en el año 2012 (Ministerio de Trabajo de Singapur).

Tabla No. 29

Porcentaje de desempleo personas residentes y no residentes período 2002-2013, expresado en miles de habitantes

Year	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Resident Unemployment Rate (%)												
Annual Average	4.8	5.2	4.4	4.1	3.6	3.0	3.2	4.3	3.1	2.9	2.8	2.8 ^P
Seasonally Adjusted as at												
Mar	5.0	5.0	4.9	4.2	3.3	3.7	2.7	4.6	3.3	2.8	2.9	2.8
Jun	4.5	4.7	4.7	4.4	3.5	3.1	3.0	4.5	3.1	3.0	2.8	2.9
Sep	4.9	6.2	4.0	4.4	3.7	2.4	3.4	4.9	3.1	2.9	2.8	2.6
Dec	4.9	5.2	4.2	3.5	3.8	2.5	3.9	3.3	3.1	2.9	2.7	2.7 ^P
Unemployed Residents ('000)												
Annual Average	81.0	91.2	78.4	74.9	67.6	56.7	62.9	86.9	64.8	60.6	60.0	59.7 ^P
Seasonally Adjusted as at												
Mar	83.1	87.2	86.4	77.4	61.8	71.6	51.8	91.7	66.4	57.3	62.4	60.6
Jun	76.4	81.8	81.7	77.4	66.1	59.3	58.9	89.6	64.7	61.9	60.3	63.2
Sep	82.9	109.2	70.4	81.0	70.5	47.5	66.6	98.5	63.4	61.3	59.9	56.0
Dec	83.7	91.5	75.8	65.7	73.7	47.7	77.4	66.9	64.5	61.5	57.1	57.2 ^P
Median Duration of Unemployment Among Unemployed Residents (June) (Non-Seasonally Adjusted)												
	12.0	12.0	12.0	n.a.	8.0	8.0	6.0	10.0	8.0	8.0	8.0	8.0

Fuente: Ministerio de Trabajo de Singapur
Elaborado por: Ministerio de Trabajo de Singapur

1.2.1.2.11 Índice de Precio al Consumidor

En la Tabla No. 30 se muestra el Índice de Precio al Consumidor desde el año 2009 hasta el año 2012, tomando como consideración que el periodo base es el año 2009, en éste los índices se igualan a 100, lo que permite evaluar su fluctuación (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 30

Índice de Precio al Consumidor período 2009 - 2012

	Weights ¹	2009-100				2011			2012				2013	2013
		2009	2010	2011	2012	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
ALL ITEMS	10,000	100.0	102.8	108.2	113.1	107.1	109.2	110.2	111.5	112.7	113.8	114.6	116.0	114.6
Food	2,205	100.0	101.3	104.4	106.9	104.0	104.7	105.7	106.6	106.5	107.0	107.4	108.4	108.6
Food Excl Prepared Meals	851	99.9	102.2	105.9	108.5	105.3	105.8	107.1	108.5	107.9	108.5	109.0	110.6	110.3
Prepared Meals	1,354	100.0	100.8	103.5	105.9	103.2	103.9	104.8	105.3	105.6	106.0	106.5	107.0	107.5
Clothing & Footwear	341	99.9	100.4	100.5	102.0	100.1	100.8	101.1	101.6	101.0	102.8	102.6	102.7	101.6
Housing	2,548	100.0	102.0	110.5	119.0	108.3	112.8	114.1	116.6	118.8	119.9	120.8	121.5	121.7
Transport	1,553	100.0	110.3	123.5	132.2	121.3	125.2	126.4	127.6	131.5	134.0	135.7	140.1	129.8
Communications	475	99.9	97.7	96.2	96.1	96.1	96.1	96.2	96.2	96.2	96.4	95.8	95.0	94.9
Education & Stationery	735	100.0	102.7	105.7	109.3	105.4	106.1	106.2	108.3	109.2	109.6	110.0	112.1	112.3
Health Care	586	100.0	101.9	104.3	109.0	104.0	104.4	105.1	107.5	108.5	109.7	110.3	111.3	112.9
Recreation & Others	1,557	100.0	101.1	102.5	104.4	102.3	102.8	103.8	103.9	103.8	104.2	105.6	106.4	106.6
All Items less Imputed Rentals on Owner-Occupied Accommodation	8,441	100.0	103.2	107.6	111.5	106.6	108.4	109.0	110.2	111.2	112.0	112.7	114.0	112.1

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur}

En la Tabla No. 31 se muestra la tasa de variación del Índice de Precio al Consumidor, teniendo una variación de 4,0 % en el primer trimestre del año 2013 en comparación con el primer trimestre del año 2012 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 31

Porcentaje de variación del índice de Precio al Consumidor período 2009-2013

	Weights ¹	2009-2012				2011			2012				2013	2013
		2009	2010	2011	2012	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
2009=100														
Percentage Change Over Corresponding Period Of Previous Year														
ALL ITEMS	10,000	0.6	2.8	5.2	4.6	4.7	5.5	5.5	4.9	5.3	4.2	4.0	4.0	1.6
Food	2,205	2.3	1.4	3.1	2.3	2.9	3.0	3.6	3.0	2.4	2.2	1.7	1.7	2.0
Food Excl Prepared Meals	851	2.5	2.3	3.6	2.4	3.5	3.1	3.7	3.0	2.5	2.6	1.8	1.9	2.2
Prepared Meals	1,354	2.1	0.8	2.8	2.3	2.6	3.0	3.5	3.1	2.4	2.0	1.6	1.5	1.8
Clothing & Footwear	341	0.8	0.5	0.2	1.4	0.7	-0.3	-0.4	1.4	1.0	2.0	1.4	1.1	0.5
Housing	2,548	1.7	2.0	8.3	7.8	7.3	9.7	9.9	9.4	9.7	6.3	5.9	4.2	2.5
Transport	1,553	-3.2	10.3	11.9	7.1	9.8	11.8	10.7	5.5	8.5	7.1	7.3	9.7	-1.3
Communications	475	0.2	-2.2	-1.5	-0.1	-0.8	-2.2	-1.8	-0.3	0.1	0.3	-0.4	-1.2	-1.4
Education & Stationery	735	0.8	2.7	2.9	3.4	3.2	2.6	2.3	3.0	3.6	3.4	3.5	3.5	2.9
Health Care	586	2.0	1.9	2.4	4.5	2.5	1.9	2.2	3.6	4.4	5.1	4.9	3.6	4.0
Recreation & Others	1,557	-0.3	1.2	1.4	1.8	1.5	1.7	1.5	2.8	1.5	1.3	1.7	2.4	2.7
All Items less Imputed Rentals on Owner-Occupied Accommodation	8,441	-0.4	3.3	4.2	3.6	3.6	4.3	4.3	3.6	4.3	3.3	3.3	3.5	0.9

¹ Derived by relating expenditure on the item to the total monthly household expenditure. The expenditure values were obtained from the 2007/08 Household Expenditure Survey and updated to price level in 2009.

Source: Singapore Department of Statistics

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.3 Socio Culturales

1.2.1.3.1 Población

La población de Singapur en el año 2012 fue de 5 312,4 miles de habitantes (incluyendo a ciudadanos residentes y no residentes), tal cual se puede observar en la Tabla No. 32 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 32

Población de Singapur, período 2008-2012, expresado en miles de habitantes

Year	Mid-Year Population ¹		Land Area ²	Population Density	Median Age ³	Sex Ratio ³	Old-Age Support Ratio ³
	Total	Resident					
	Thousand		Square Kilometres	Persons Per Square Kilometre	Years	Males Per 1,000 Females	Persons Aged 20-64 Years Per Elderly Aged 65 Years & Over
2008	4,839.4	3,642.7	710.2	6,814	36.7	980	7.6
2009	4,987.6	3,733.9	710.3	7,022	36.9	976	7.5
2010	5,076.7	3,771.7	712.4	7,126	37.4	974	7.4
2011	5,183.7	3,789.3	714.3	7,257	38.0	972	7.2
2012	5,312.4	3,818.2	715.8	7,422	38.4	970	6.7

¹ Total population comprises Singapore residents and non-residents.

The resident population comprises Singapore citizens and permanent residents.

² The land area of Singapore comprises the mainland and other islands and are based on land owned parcels.

³ Refers to Singapore residents (citizens and permanent residents).

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

Actualizada la población hasta el mes de junio del año 2013, se puede notar un crecimiento de 1,6 %, considerando que la población hasta este mes es de 5 399,2 miles de personas. En la Tabla No. 33 se muestra el desglose de la población ciudadana, residente y no residente, con su respectiva tasa de crecimiento, actualizado hasta el mes de junio del año 2013 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 33

Población residente y no residente, período 2008-2013, expresado en miles de habitantes (hasta junio 2013)

Year	Total Population ²	Singapore Residents			Non-Residents
		Total	Singapore Citizens	Singapore Permanent Residents	
Number (Thousand) as at June					
2008	4 839,4	3 642,7	3 164,4	478,2	1 196,7
2009	4 987,6	3 733,9	3 200,7	533,2	1 253,7
2010 (Census)	5 076,7	3 771,7	3 230,7	541,0	1 305,0
2011	5 183,7	3 789,3	3 257,2	532,0	1 394,4
2012	5 312,4	3 818,2	3 285,1	533,1	1 494,2
2013	5 399,2	3 844,8	3 313,5	531,2	1 554,4
Average Annual Growth ¹ (Per Cent)					
2008	5,5	1,7	1,0	6,5	19,0
2009	3,1	2,5	1,1	11,5	4,8
2010 (Census)	1,8	1,0	0,9	1,5	4,1
2011	2,1	0,5	0,8	-1,7	6,9
2012	2,5	0,8	0,9	0,2	7,2
2013	1,6	0,7	0,9	-0,3	4,0

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

En la Tabla No. 34 se muestra la composición étnica de la población residente del año 2013, destacándose la etnia china con 74,00 % (actualizado hasta el mes de junio de 2013) (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 34

Composición étnica de población residente hasta junio 2013, expresado en miles de habitantes
(hasta junio 2013)

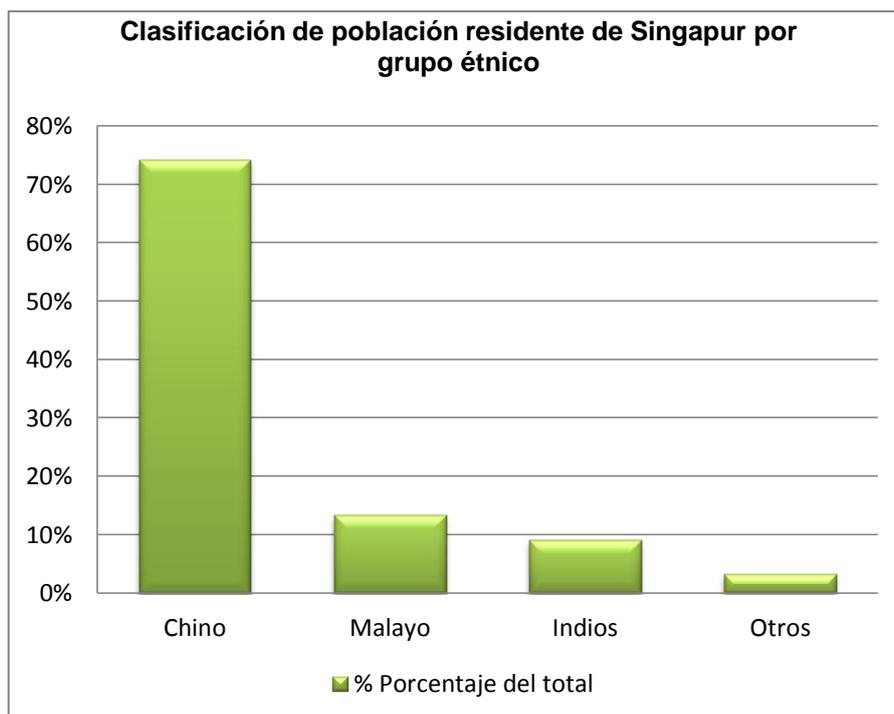
Grupo étnico	Total	% Porcentaje del total
Total	3 844,8	100 %
Chino	2 853,8	74 %
Malayo	512,8	13 %
Indios	351,7	9 %
Otros	126,5	3 %

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 14 se muestra la representación gráfica de la composición étnica de la población residente en Singapur en el año 2013 (actualizado hasta el mes de junio de 2013) (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Gráfico No. 14

Clasificación de población residente por grupo étnico, hasta junio 2013



Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 35 se muestra la distribución por género, tomando en consideración la población residente del año 2013, actualizado hasta junio 2013. Como se puede observar, existe mayores habitantes de género femenino que masculino, siendo el 51 % del total de la población (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 35

Población residente clasificada por género, (hasta junio del año 2013), expresado en miles de habitantes

Género	Total	% Porcentaje del total
Total	3 844,8	100%
Masculino	1 891,5	49%
Femenino	1 953,2	51%

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 36 se muestra la distribución por edad, tomando en consideración la población residente del año 2013, actualizado hasta junio 2013 (Departamento de Estadística de Singapur, 2013).

Tabla No. 36

Población residente clasificada por edad, (hasta junio del año 2013), expresado en miles de habitantes.

Clasificación por edad	Total	0-14 años	15-64 años	65 años en adelante
Total	3 844,8	615,2	2 825,2	404,4
Masculino	1 891,5	314,1	1 396,5	180,9
Femenino	1 953,3	301,1	1 428,6	223,6

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Autor

1.2.1.3.2 Educación

En la Tabla No. 37 se presenta los índices de alfabetización de la población residente en Singapur del año 2012. Hay que considerar que la población se muestra interesada en su formación académica, por lo que tiene altas tasas de alfabetización.

Tabla No. 37

Índices de alfabetización de población residente, período 2012, expresado en porcentaje

Items		Latest Period	Latest Data
Education & Literacy ^{9/}			
Literacy Rate (among residents aged 15 yrs & over)	%	2012	96.4
Males	%	2012	98.5
Females	%	2012	94.4
% with Secondary or Higher Qualifications (among resident non-students aged 25 years & over)	%	2012	67.7
Males	%	2012	70.8
Females	%	2012	64.9
Mean Years of Schooling (among resident non-students aged 25 years & over)	Years	2012	10.3
Males	Years	2012	10.9
Females	Years	2012	9.9

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.4 Tecnológico

La Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación (A*STAR) de Singapur, es el organismo oficial encargado de fomentar la investigación científica y el talento del conocimiento de Singapur. Este organismo se encuentra bajo la jurisdicción del Ministerio de Comercio e Industrias de Singapur (Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación (A*STAR), 2013).

A*STAR supervisa a 14 ciencias biomédicas, ciencias físicas, e institutos de investigación e ingeniería, así como seis consorcios y centros. De igual manera esta entidad apoya al desarrollo económico de Singapur, proporcionando capital intelectual, humano e industrial en la industria (Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación (A*STAR), 2013).

En la Tabla No. 38 se muestra el gasto que se ha realizado durante el año 2011, competente al rubro de Investigación y Desarrollo, clasificado por área de investigación, valores expresados en millones de dólares.

Tabla No. 38

Gasto realizado referente al rubro de Investigación y Desarrollo, clasificado por área de Investigación, período 2011, expresado en millones de dólares singapurenses

Area of Research	Million Dollars				
	Total	Private Sector	Higher Education Sector	Government Sector	Public Research Institutes
Total	7 448,5	4 628,2	1 086,4	758,3	975,6
Agricultural & Food Sciences	155,2	137,0	2,1	16,0	0,0
Engineering & Technology	4 675,1	3 520,0	340,6	360,2	454,3
Biomedical & Related Sciences	1 372,8	517,2	288,0	179,7	387,9
Natural Sciences (excl Biological Sciences)	843,4	372,3	292,4	107,6	71,0
Energy	81,0	7,7	72,4	0,6	0,2
Others	321,0	73,9	90,9	94,0	62,2
Source : Agency for Science, Technology and Research					

Fuente: Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

En la Tabla No. 39 se presenta los gastos que se ha realizado desde el año 2005 hasta el año 2011, clasificado por sector, valores expresados en millones de dólares.

Tabla No. 39

Gastos realizados clasificados por sector, período 2005-2011, valores expresados en millones de dólares singapurenses

Sector	Million Dollars						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Total	4 582,2	5 009,7	6 339,1	7 128,1	6 042,8	6 489,0	7 448,5
Private	3 031,3	3 293,0	4 235,0	5 120,0	3 724,5	3 947,6	4 628,2
Higher Education	478,0	575,7	603,0	709,8	854,3	968,1	1 086,4
Government	442,8	518,3	770,8	544,5	683,1	672,3	758,3
Public Research Institutes	630,1	622,8	730,3	753,8	780,9	901,0	975,6
Source : Agency for Science, Technology and Research							

Fuente: Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

1.2.1.5 Ambiental

El Ministerio de Medio de Ambiente y Recursos Hídricos (MEWR por sus siglas en inglés) es el órgano gubernamental encargado de velar por un medio ambiente limpio y verde, así como el correcto uso del agua en Singapur, teniendo en cuenta que es un recurso escaso. Su meta a largo plazo es que este correcto mantenimiento del medio ambiente logre ser sostenible (Ministerio de Ambiente y Recursos Hídricos MEWR, 2013).

Junto con sus dos organismos oficiales: Agencia Nacional de Ambiente (NEA por sus siglas en inglés) y Agencia Nacional del Agua (PUB), el MEWR maneja de manera óptima los escasos recursos con los que cuenta Singapur, así como también tiene cooperación de otros sectores: privado, público y personas.

La NEA es administradora de algunas leyes en relación al cuidado del medio ambiente, a continuación se menciona las siguientes (Agencia Nacional de Ambiente, 2013):

- Ley de ganado (Cap. 34).
- Ley de Control de Vectores y Pesticidas (Cap 59).
- Ley de conservación de energía (No. 11 of 2012).
- Ley de protección del medio ambiente y gestión (Cap 94A).
- Ley de salud pública ambiental (Cap 95).
- Ley de residuos peligrosos (control de exportación, importación y tránsito)(Cap 122A).
- Ley de cianuro de hidrógeno (fumigación) (Cap 132).
- Ley de enfermedades infecciosas (Cap 137) (Part V).
- Ley de la Agencia Nacional de Medio Ambiente (Cap 195).
- Ley de Protección contra la Radiación (Cap 262).
- Ley de Venta de Alimentos (Cap 283) (Parte III).
- Ley de fumar (prohibición en algunos lugares) (Cap 310).

En el caso de la comercialización del palmito en conserva en Singapur, las dos leyes que más aplican para la venta de éste son las siguientes: Ley de Salud Pública Ambiental y Ley de Venta de Alimentos.

El establecimiento de venta de alimentos debe estar debidamente autorizado por el Director General de la autoridad competente, así como el dueño del establecimiento, adicionalmente se debe registrar a los empleados que están involucrados en la venta o preparación del alimento. De igual manera, el dueño del establecimiento debe contratar a un oficial de higiene de alimentos autorizado (Cámaras Generales Fiscales AGC, 2013).

En el espacio donde se almacene el alimento, no debe almacenarse ningún otro objeto de otra naturaleza; el espacio debe de ser limpio, seco, ventilado, y debe estar adecuado para mantener al alimento lejos de bacterias, suciedad, insectos, o alguna otra contaminación (Cámaras Generales Fiscales AGC, 2013).

La envoltura del empaquetado debe tener materiales no contaminantes con el alimento o que puedan ser absorbidos. Toda persona que esté involucrada en la venta o preparación de alimentos, deberá seguir el curso de higiene de alimentos (Cámaras Generales Fiscales AGC, 2013)

Está prohibida la adulteración de alimentos sin informar al cliente al momento de la compra, vender alimentos con sustancias en proporciones mayores de las permitidas por la Ley de Venta de Alimentos, adicionalmente, el producto debe cumplir con las regulaciones de etiquetado indicadas en la ley (Cámaras Generales Fiscales AGC, 2013).

1.2.2 Balanza Comercial

Ecuador presenta una Balanza Comercial con Singapur deficitaria de USD -47 425,37 miles de dólares durante el año 2012, tal cual se puede observar en la Tabla No. 40 (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2013).

Tabla No. 40

Balanza Comercial Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB

BALANZA COMERCIAL ECUADOR - SINGAPUR (MILES) USD FOB			
AÑO	EXPORTACIONES FOB	IMPORTACIONES FOB	BALANZA COMERCIAL FOB
2012	2 319,23	49 744,60	-47 425,37

Fuente: Instituto PRO ECUADOR
Elaborado por: Instituto PRO ECUADOR

La Balanza Comercial Petrolera en el año 2012, tiene un déficit de USD -27 070 dólares, tal cual se puede observar en la Tabla No. 41 (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2013).

Tabla No. 41

Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB

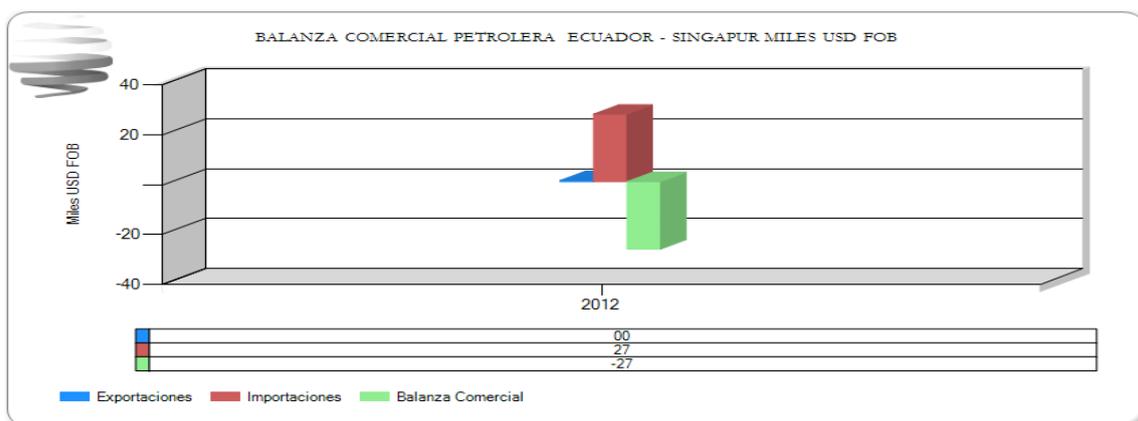
BALANZA COMERCIAL PETROLERA ECUADOR - SINGAPUR (MILES) USD FOB			
AÑO	EXPORTACIONES FOB	IMPORTACIONES FOB	BALANZA COMERCIAL FOB
2012	0,02	27,1	-27,07

Fuente: Instituto PRO ECUADOR
Elaborado por: Instituto PRO ECUADOR

En el Gráfico No. 15 se podrá observar la representación gráfica de la Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Singapur durante el año 2012, valores expresados en miles de dólares americanos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2013).

Gráfico No. 15

Balanza Comercial Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos



Fuente: Instituto PRO ECUADOR
Elaborado por: Instituto PRO ECUADOR

La Balanza Comercial No Petrolera en el año 2012, tiene un déficit comercial de USD -47 398,30 miles de dólares, tal cual se puede observar en la Tabla No. 42 (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2013).

Tabla No. 42

Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB

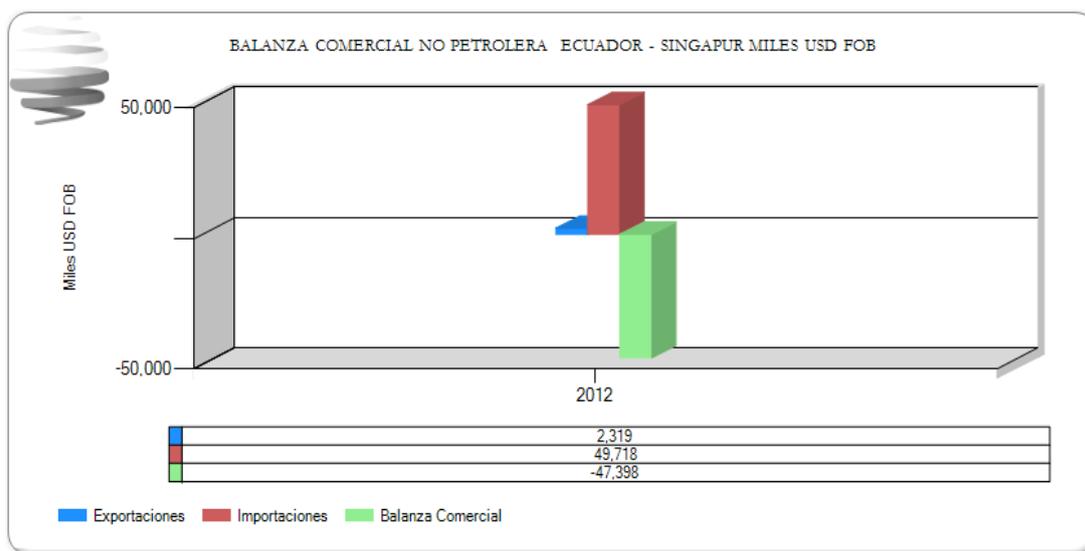
BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR – SINGAPUR (MILES) USD FOB			
AÑO	EXPORTACIONES FOB	IMPORTACIONES FOB	BALANZA COMERCIAL FOB
2012	2 319,20	49 717,50	-47 398,30

Fuente: Instituto PRO ECUADOR
Elaborado por: Instituto PRO ECUADOR

En el Gráfico No. 16 se podrá observar la representación gráfica de la Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Singapur durante el año 2012, valores expresados en miles de dólares americanos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2013).

Gráfico No. 16

Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Singapur período 2012, valores expresados en miles de dólares americanos



Fuente: Instituto PRO ECUADOR
Elaborado por: Instituto PRO ECUADOR

1.2.3 Países proveedores de palmito a Singapur

El palmito en conserva ecuatoriano ha ingresado a otros mercados potenciales al otro lado del mundo, tales como Israel, Marruecos, Emiratos Árabes Unidos, entre otros, más nunca ha ingresado al mercado singapurense, a pesar de que éste también ha realizado importaciones del producto (Banco Central del Ecuador, 2013).

En la Tabla No. 43 se podrá observar los países proveedores de Singapur (tomando en consideración su Valor Importado), del producto palmito en conserva. Entre los mayores países proveedores se puede mencionar a Indonesia, Tailandia y Estados Unidos de América, quienes vendieron a Singapur desde el año 2008 hasta el año 2012 las cantidades de USD 1 139, USD 511 y USD 110 miles de dólares respectivamente (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013).

Tabla No. 43

Países proveedores de palmito preparados o conservados a Singapur, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB

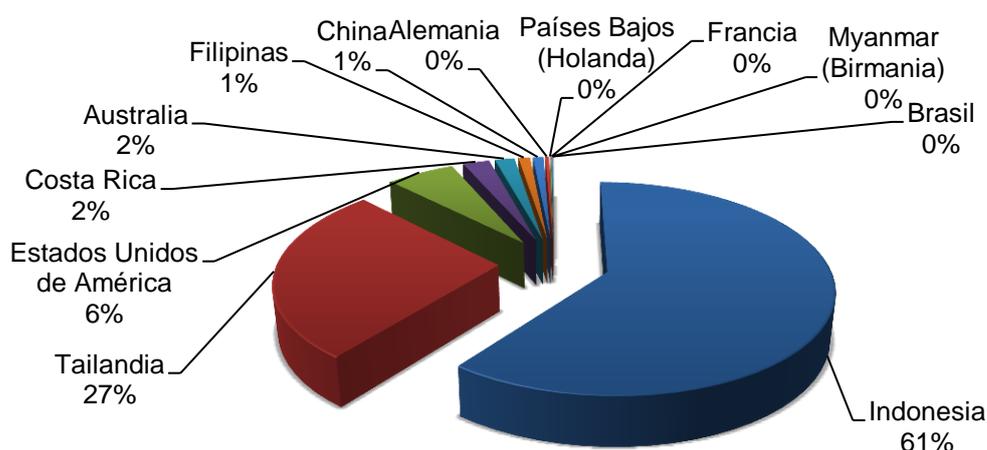
Exportadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA)
	Valor Importado 2008	Valor Importado 2009	Valor Importado 2010	Valor Importado 2011	Valor Importado 2012	Valor Total Importado 2008-2012	
Indonesia	212	205	199	294	229	1 139	1,95 %
Tailandia	44	104	130	127	106	511	24,58 %
Estados Unidos de América	32	16	21	21	20	110	-11,09 %
Costa Rica	-	2	13	12	16	43	-
Australia	-	-	-	9	23	32	-
Filipinas	1	5	9	4	-	19	-100,00 %
China	-	-	2	10	5	17	-
Alemania	-	-	-	-	6	6	-
Países Bajos (Holanda)	-	-	-	-	2	2	-
Francia	-	-	-	2	-	2	-
Myanmar (Birmania)	-	-	-	-	1	1	-
Brasil	-	-	1	-	-	1	-

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 17 se muestra la representación gráfica de los Países proveedores de palmito en conserva a Singapur durante el periodo 2008 – 2012 (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013).

Gráfico No. 17

Países proveedores de palmito en conserva a Singapur, según el Valor Total Importado 2008-2012



Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

Ecuador tiene dos fuertes competidores, tales como Indonesia y Tailandia, los cuales tienen una ventaja en ingresar al mercado singapurense, debido a su ubicación, que es muy cercana a Singapur en relación a Ecuador.

Sin embargo, otro competidor que tiene potencial es Costa Rica, debido a que se encuentra ubicado en el continente americano y adicionalmente los valores que ha exportado a Singapur se han ido incrementando, desde el año 2009 con USD 2 mil dólares al año 2012 con USD 16 mil dólares.

Debido a que Singapur es reconocido a nivel mundial por ser un Hub Logístico de calidad, se analiza las exportaciones de palmito en conserva durante el mismo periodo, en la que se puede observar las reexportaciones que ha realizado éste país (Ávila, 2013).

En la Tabla No. 44 se muestran los 10 principales destinos de exportación (tomando en consideración su Valor Exportado) desde Singapur, del producto palmito en conserva con subpartida arancelaria 2008.91.

Tabla No. 44

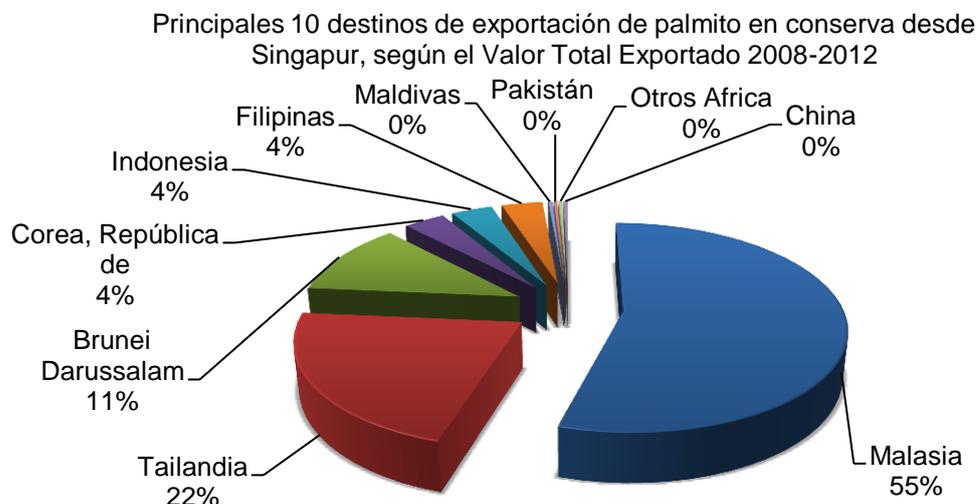
Principales 10 destinos de exportación de Singapur de palmitos preparados o conservados, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos, Incoterm FOB

Importadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA)
	Valor Exportado en 2008	Valor Exportado en 2009	Valor Exportado en 2010	Valor Exportado en 2011	Valor Exportado en 2012	Valor Total Exportado 2008-2012	
Malasia	15	18	32	51	37	153	25,32 %
Tailandia	13	9	5	15	19	61	9,95 %
Brunei Darussalam	7	10	6	8	1	32	-38,52 %
Corea, República de	-	-	-	1	9	10	-
Indonesia	6	3	-	1	-	10	-100,00 %
Filipinas	2	4	4	-	-	10	-100,00 %
Maldivas	-	-	-	-	1	1	-
Pakistán	-	-	-	-	1	1	-
Otros Africa	-	1	-	-	-	1	-
China	-	-	1	-	-	1	-

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 18 se muestra la representación gráfica de los Principales 10 destinos de exportación de palmito en conserva durante el periodo 2008 – 2012 desde Singapur (Centro de Comercio Internacional Trade Map, 2013).

Gráfico No. 18



Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 45 se muestra la diferencia entre el Valor Importado y el Valor Exportado de Singapur del producto palmito en conserva, del período 2008-2012.

Tabla No. 45

Diferencia entre Valor Importado y Valor Exportado desde Singapur, de palmitos preparados o conservados, período 2008-2012, valores expresados en miles de dólares americanos

ACTIVIDAD	VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)					TOTAL 2008-2012
	2008	2009	2010	2011	2012	
Valor Importado	290	332	375	478	407	1 882
Valor Exportado	43	45	48	76	70	282
Valor Interno	247	287	327	402	337	1 600

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

Como se puede observar en la Tabla No. 45, Singapur realiza reexportación del palmito en conserva importado, a pesar del mismo, existe una comercialización potencial para el producto ecuatoriano.

1.2.4 Barreras arancelarias y para arancelarias

1.2.4.1 Arancelarias

Singapur es miembro de los siguientes tratados y ha firmado los siguientes acuerdos (Mendel Online, 2013):

- Cooperación Económica de Asia-Pacífico (APEC).
- Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).
- ASEAN Área de Libre Comercio (AFTA).
- Convenio aduanero relativo al A.T.A. Carnet para la admisión temporal de mercancías (Convenio ATA).
- Asociación de la Cuenca del Océano Índico para Cooperación Regional (IOR-ARC).
- Convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Convenio del SA).
- Acuerdo de Asociación Económica Estratégica Trans-Pacífico (Trans-Pacific SEP).

- Organización Mundial de Aduanas (OMA).
- Organización Mundial del Comercio (OMC).
- Acuerdos de libre comercio bilaterales con Australia, China, Costa Rica, India, Japón, Jordania, Nueva Zelanda, Panamá, Perú, Corea del Sur y los Estados Unidos.
- Acuerdo de libre comercio entre Singapur y la AELC, que comprende Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

Singapur es miembro de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), junto con Brunei Darussalam, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Tailandia y Vietnam (Mendel Online, 2013). Siendo miembro de la ASEAN, Singapur ha firmado los siguientes acuerdos de libre comercio (Mendel Online, 2013):

- Con Australia y Nueva Zelanda, éste entró en vigor el 1 de enero de 2010 (AANZFTA).
- Con China, éste entró en vigor el 1 de enero de 2010 (ACFTA).
- Con India y Corea del Sur.
- Con Japón, éste ha entrado en vigor para todas las partes, excepto Indonesia.

1.2.4.1.1 Trato Preferencial

Singapur y Ecuador, hasta ahora no tienen un acuerdo comercial bilateral. El importador de Singapur aplica la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones con partida 2008.91.00 (código arancelario correspondiente al actual arancel de Singapur sobre la base de la Asociación de Naciones del Asia Sudoriental ASEAN, basado en el Sistema Armonizado 2012), procedentes del Ecuador, tal cual se muestra en la Tabla No. 46 (Market Access Map - Centro de Comercio Internacional, 2013).

Tabla No. 46

Tarifa Ad Valorem aplicada por Singapur, para la importación de palmito preparado o conservado procedente de Ecuador

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
20089100	Palmitos preparados o conservados excluye los de la subpartida 200819 (kgm)	Derecho de nación más favorecida aplicado (NMF)	0,00 %	0,00 %

Fuente: Market Access Map

Elaborado por: Autor

Como se puede observar en la Tabla No. 46, Singapur impone una tarifa Ad Valorem a terceros países de 0,00 % por el Derecho de Nación Más Favorecida de la Organización Mundial del Comercio OMC, esto quiere decir que el producto palmito en conserva, proveniente de cualquier país miembro de la OMC, va a tener esta preferencia arancelaria. En consecuencia, debido a que no existe una preferencia única otorgada por Singapur hacia Ecuador, no se necesita presentar el certificado de origen.

Los únicos productos que gravan un derecho aduanero para ser importados en Singapur son las bebidas alcohólicas, productos del tabaco, vehículos de motor y productos derivados del petróleo. Los demás productos importados no pagan un derecho aduanero (Aduana de Singapur).

El impuesto a los bienes y servicios en Singapur (GST) es del 7 % a partir del 1 de julio de 2007. Todos los bienes que se importen en Singapur deberán pagar éste impuesto sobre el valor de la transacción (es decir incluye costo, seguro, flete, derecho aduanero, sea éste ad valorem o específico, y cualquier otro valor cargado), a excepción de las importaciones que se realicen en zona franca, almacenes especiales (ware houses) o mercancías especiales exentas de impuesto (Ávila, 2013).

1.2.4.2 Para arancelarias

1.2.4.2.1 Regulaciones de Singapur

Los documentos aduaneros de soporte, tales como la factura comercial, documento de transporte (Bill of Lading, Air Way bill), lista de empaque, se deberán conservar mínimo 5 años en Singapur, a partir de la fecha que se ha aprobado el permiso de importación. Estos documentos deberán ser entregados cuando sean solicitados por la autoridad competente (Aduana de Singapur, 2013).

1.2.4.2.1.1 Registro de la empresa

Para que un importador pueda operar, primero debe estar registrado en la Autoridad Regulatoria de Contables y Empresas (The Accounting and Corporate Regulatory Authority ACRA), ente regulador nacional de las actividades comerciales en Singapur, así como de los contadores públicos. El registro de la compañía en el ACRA, le genera un número único de registro de compañías (Unique Entity Number UEN), este paso es previo al registro con la Aduana de Singapur (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Cabe mencionar que para registrarse en ACRA, necesita tener la contraseña SingPass, código común que sirve para hacer uso de los sistemas electrónicos gubernamentales de Singapur. Se lo puede solicitar a través de un formulario electrónico, una vez enviado el mismo, la contraseña llegará en 4 días hábiles al solicitante (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Una vez obtenido el SingPass, se procede a realizar la solicitud en la plataforma electrónica BizFile de ACRA, para proceder a registrar la empresa, tal cual se muestra en la Gráfico No. 19 (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Gráfico No. 19

Registro en plataforma BizFile de ACRA



The screenshot displays the ACRA BizFile interface. At the top, there is a navigation bar with links for Home, About Bizfile, e-Services, e-Guides, and ACRA Home. Below the navigation bar, a welcome message for 'Tester' is visible. The main content area is titled 'Transaction Details' and contains a table with the following information:

Transaction No. :	B100008497
Registration No. :	52982020W
Business Name :	SC IMPORT & EXPORT
Transaction Type :	For Registration Under Section 6 Of The Business Registration Act
EP Ref. No. :	-
Receipt No. :	ACR0001000060904
Payment Date :	14/06/2010
Total Amount (S\$) :	65.00
Business Profile Amount (S\$) :	3.00

Below the transaction details, there is a 'Message' section containing two points:

1. Congratulations on the successful registration of your new business. We wish you every success in your new business venture.
2. Please note that the email notification of Confirmation of Business Registration has been deposited into your Message Box. Please login to BizFile to retrieve the email from the Message Box.

Fuente: Autoridad Regulatoria de Contables y Empresas ACRA

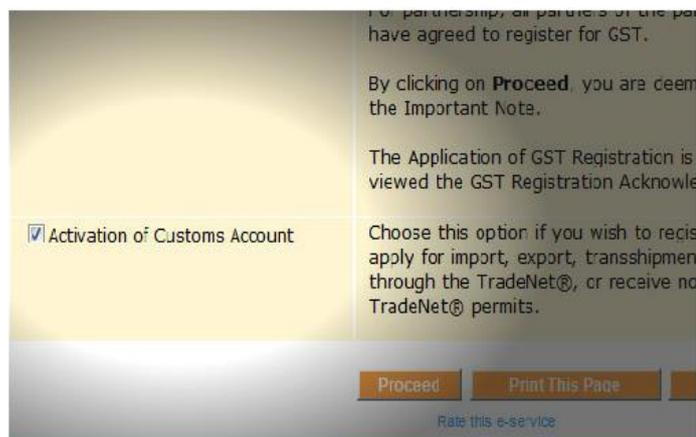
Elaborado por: Autoridad Regulatoria de Contables y Empresas ACRA

En la misma plataforma electrónica, se debe seleccionar la opción activar la cuenta en aduana, tal cual se muestra en el Gráfico No. 20, la información a otorgarse para activar la misma es la siguiente (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013):

- Dirección de la empresa e Singapur.
- Primer contacto de la empresa.
- Segundo contacto de la empresa.
- Dirección electrónica de TradeNet, a la cual puedan llegar las notificaciones.
- Nombre de máximo 5 personas autorizadas, las cuales puedan recibir notificaciones o realizar consultas.

Gráfico No. 20

Activación de cuenta en plataforma BizFile de ACRA



Fuente: Autoridad Regulatoria de Contables y Empresas ACRA
Elaborado por: Autoridad Regulatoria de Contables y Empresas ACRA

El valor a pagar por el registro de empresa es de SGD 65 dólares. Posterior al pago, después de quince minutos queda confirmado el registro de empresa, a excepción si es que el mismo requiere autorización de alguna otra entidad, demora desde 14 días hasta 2 meses (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Posterior al registro en el ACRA, se debe concluir el registro ante la Aduana de Singapur a través del sitio web TradeNet. Una vez registrado ante esta entidad, se podrá tramitar la Declaración de Importación / Permiso de Importación de Singapur, realizar pagos a través del sistema de giro interbancario, solicitar exenciones de los derechos industriales, y operar almacenes autorizados. El sistema TradeNet deberá ser comprado a proveedores autorizados. Es indispensable que el importador esté previamente registrado en ACRA para acceder al registro ante la aduana (debido a que se solicita el código UEN y el SingPass) (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

En el caso de contratar el servicio de un agente aduanero o agente declarante, el mismo deberá ser registrado en el sistema TradeNet, como autorizado de la empresa para realizar la documentación y procedimientos aduaneros (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

La empresa no podrá hacer uso del código UEN de otra empresa, así como no deberá dejar que otra empresa haga uso de su código. Sólo la empresa (director o persona autorizada) podrá ingresar con su SingPass e imprimir la copia de la carta de registro en la Aduana de Singapur (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

1.2.4.2.1.2 Notificación previa de llegada PAN

La autoridad portuaria de Singapur debe ser notificada antes de que llegue la carga. El documento de notificación previa tuvo un cambio de nombre, el mismo antes se llamaba Notificación previa de llegada de Seguridad (PANS), éste fue revisado, y a partir del 1 de julio de 2013, el mismo cambió de nombre a Notificación previa de llegada (PAN) (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

El formulario electrónico deberá ser llenado por los propietarios de los barcos, agentes o capitanes de buques de pasajeros, de carga de 500 toneladas de peso bruto o más, y las unidades móviles de alta mar, deberán enviar el formulario al menos 24 horas antes de que llegue el buque, vía correo electrónico o a través del sistema electrónico Marinet (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

1.2.4.2.1.3 Notificación de llegada NOA

La Notificación de llegada (NOA) se aplica a los buques de pasajeros, o a los buques de 300 toneladas de peso bruto o más, la misma que deberá ser elaborada por un agente, propietario o capitán a cargo del buque. Ésta notificación deberá realizarse a la autoridad portuaria de acuerdo a los siguientes criterios (Mendel Online, 2013):

- Al menos 12 horas antes de que el buque llegue al puerto de Singapur.
- En el caso de que el buque haya salido de un puerto cercano de Singapur y el tiempo de tránsito sea menor a 12 horas, deberá notificarse inmediatamente haya salido el busque desde su origen.
- En el caso de que se transporte sustancias nocivas o peligrosas, deberá notificarse con al menos 24 horas de antelación.

Cabe mencionar que en el caso de que el buque sea de 500 toneladas de peso bruto o más, adicionalmente deberá enviar la Notificación Previa de Llegada (PAN) (Mendel Online, 2013).

El documento deberá ser remitido vía correo electrónico o a través del sistema electrónico Marinet (Mendel Online, 2013).

En el Anexo No. 6 se podrá observar el formato del formulario de NOA, que deberá ser presentado ante la Autoridad Portuaria de Singapur:

1.2.4.2.1.4 Despacho de aduana

Dentro de las 24 horas de llegada del buque en Singapur, el agente, propietario o capitán del buque, deberá realizar la declaración de aduana. Para realizar ésta, se debe presentar los siguientes documentos (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013):

- Dos copias de la declaración general.
- Documento de despacho de aduana original del último puerto de escala.
- Certificado de Seguro respecto de la responsabilidad civil nacida de daños debidos a contaminación por hidrocarburos (CLC 92).
- OMI Certificado de Aptitud para el LNG / LPG y buques que transporten productos químicos peligrosos a granel.

Estos documentos deberán ser presentados en el Centro de One-Stop-Document de la Autoridad Marítima y Portuaria de Singapur MPA, sea en físico o a través del sistema electrónico Marinet. Una vez entregados los documentos, el Centro otorgará un número de Declaración General de Barco (GDV por sus siglas en inglés), así mismo sellará con este número todas las copias de la declaración general. El Centro OSD se quedará con una declaración general original, y la otra devolverá al agente de transporte (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

En el Anexo No. 7 se muestra el formato de la declaración general, (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

El proceso de despacho de aduanas se lo puede realizar en el sistema electrónico Marinet. En el caso que los buques se hayan comprometido en tener todos los documentos válidos, y el buque se encuentre debidamente tripulado, no necesita presentar el documento original autorizado por el Centro One-Stop-Documents para inspección. De igual manera, el agente, capitán o propietario del buque que realiza el despacho de aduana vía Marinet, no necesitará presentar el certificado de despacho de aduana del último puerto de escala, y la lista de pasajeros o tripulación. No obstante, sí deberá retener este listado por tres meses (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

El agente o responsable del transporte, deberá cumplir con todos los documentos requeridos por la Autoridad Marítima y Portuaria de Singapur, debido a que la misma realiza las respectivas auditorías (Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA, 2013).

1.2.4.2.1.5 Permiso de entrada

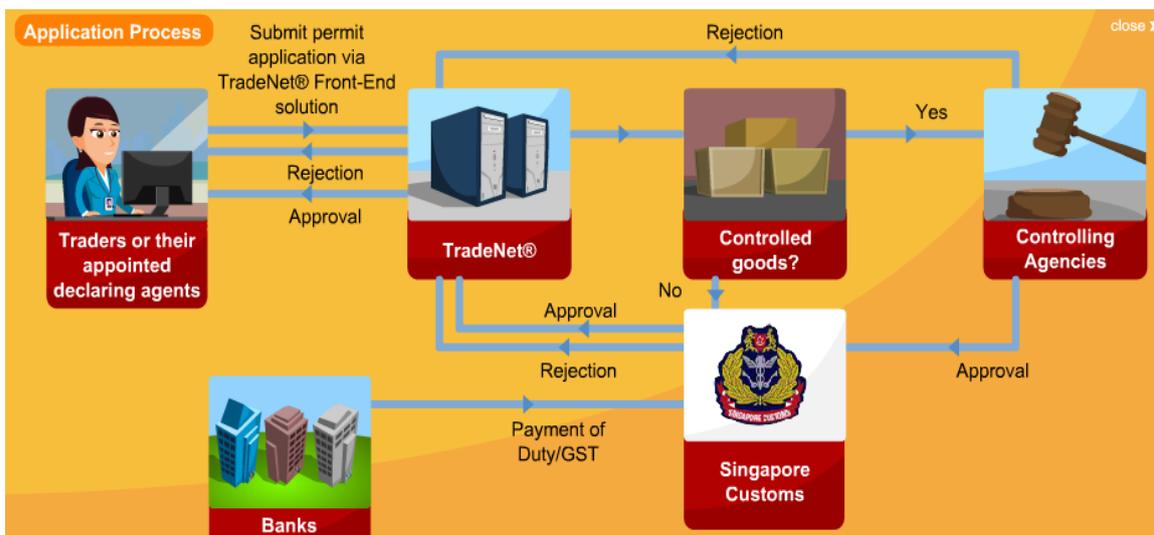
El permiso de entrada de bienes en Singapur no se aplicará a las importaciones que sean hasta un valor total a SGD 400 (Aduana de Singapur, 2013).

El permiso de entrada debe de ser obtenido antes de que la carga llegue a Singapur. La declaración será llenada en idioma inglés y en el sistema electrónico TradeNet. Como requisito para el importador, para que pueda hacer uso de este sistema primero la compañía debe estar registrada en ACRA, en la Aduana de Singapur, y en el sistema TradeNet. Cabe mencionar que para que el importador nacionalice la carga, debe de pagar todos los impuestos correspondientes en los bancos autorizados. El pago se realiza bajo la modalidad de giro interbancario (el solicitante debe tener suficiente dinero en la cuenta para solventar la liquidación de la carga) (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

En el Gráfico No. 21 se muestra el flujo para ingresar un permiso de entrada (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Gráfico No. 21

Flujo para enviar el permiso de entrada



Fuente: Aduana de Singapur
Elaborado por: Aduana de Singapur

Cabe mencionar que se puede presentar máximo hasta 50 ítems por solicitud electrónica. Cada permiso electrónico elaborado en la plataforma TradeNet tendrá un Número Único de Referencia (URN por sus siglas en inglés). Este código estará compuesto por los siguientes tres elementos (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013):

- Número Único de Registro de Compañías (UEN).
- Fecha de creación del permiso electrónico.
- Número secuencial.

Existen diversos tipos de permisos de importación, dependiendo de la naturaleza del producto, y si es importado bajo regímenes especiales, es decir, un permiso de importación en el caso de que el producto esté sujeto al pago de derechos aduaneros y el impuesto de bienes y servicios GST, o en el caso de que el producto esté exento de este tipo de impuesto, o en caso de trasbordo, entre otros (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Debido a que el producto palmito en conserva no está sujeto al pago de derecho aduanero, pero sí al pago de impuesto de bienes y servicios (GST), se debería presentar el formulario "In-Payment Permit" con código GST.

Una vez que el formulario es aprobado por la autoridad competente (en este caso AVA) y por la Aduana de Singapur, el solicitante recibirá una notificación, la misma que informará que podrá imprimir el Permiso de despacho de la carga (Cargo Clearance Permit CCP por sus siglas en inglés) (Mendel Online, 2013).

En el Anexo No. 8 se puede observar un ejemplo del Permiso de despacho de la carga (Mendel Online, 2013).

Todas las solicitudes o formularios electrónicos aprobados tienen un Número CCP, el mismo que contiene 11 dígitos. Es necesario que el importador revise todas las obligaciones que debe de cumplir en cuanto a documentación de despacho aduanero, como por ejemplo, que el permiso de entrada debe presentarse ante la Unidad de cumplimiento de permisos de aduana, dentro de los 4 días laborables después de que fue usado, entre otras obligaciones; ya que si las incumple, deberá someterse a las penalidades pertinentes. En el caso de existir un error en el CCP, se debe aplicar la aplicación vía TradeNet para editar los campos corregibles. Si los campos en los cuales se haya cometido el error, no son corregibles, debe cancelarse el formulario y realizarlo nuevamente (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013).

Debido a que el producto es un alimento procesado y está bajo la regulación de AVA, en el permiso de importación se deberá completar los siguientes campos (Guía de Procedimientos Aduaneros, 2013):

- En el campo de Licencia, se deberá colocar en número de registro de AVA.
- Código del producto: Para el producto palmito en conserva se podrá considerar una de las siguientes opciones de código de producto que se detallan en la Tabla No. 47 (Aduana de Singapur, 2013).
- Cantidad de producto.
- Cantidad unitaria de producto.
- Marca del producto (en el caso de que no hubiese, se debe llenar en este campo el nombre del productor, o la marca intencionada que el producto hubiese tenido).

Tabla No. 47

Código de producto para alimentos procesados

NO.	HS CODE	PRODUCT CODE	PRODUCT DESCRIPTION	UNIT OF QTY
1848	20089100	Z2PØPHØR7ØØ	PALM HEART, OTHERWISE PREPARED, NOT ELSEWHERE SPECIFIED	KGM
1849	20089100	Z2PØPHØQSØØ	PALM HEART, PRESERVED BY SALT ONLY	KGM
1850	20089100	Z2PØPHØQ5ØØ	PALM HEART, PRESERVED IN SUGAR SYRUP ONLY	KGM

Fuente: Aduana de Singapur
Elaborado por: Aduana de Singapur

1.2.4.2.1.6 Factura comercial

Singapur no exige un formato específico para elaborar las facturas comerciales (Mendel Online, 2013). Sin embargo, para realizar la exportación desde Ecuador hacia Singapur, la factura deberá tener autorización del Servicio de Rentas Internas, para lo cual deberá cumplir con el Reglamento de Comprobantes de Venta Retención y Documentos Complementarios, publicado en el Registro Oficial N° 247 (Presidencia de la República del Ecuador, 2010).

En el Anexo No. 9 se detalla la información que deberá contener la factura, al igual que los requisitos a cumplir (Presidencia de la República del Ecuador, 2010).

Adicionalmente, se sugiere que la factura indique información respectiva de la empresa de transporte, condiciones de entrega y pago (Incoterms).

Para realizar la nacionalización en la Aduana de Singapur, se deberá presentar tres copias de la factura comercial, y la información deberá estar en idioma inglés (Mendel Online, 2013).

1.2.4.2.1.7 Lista de empaque

Singapur no exige la lista de empaque para el proceso de desaduanización en un formato específico. El documento debe tener información detallada de los bultos que han sido exportados, y el mismo debe estar preferiblemente en idioma inglés (Mendel Online, 2013).

El packinglist deberá ser elaborado por el exportador. La información que deberá contener es la siguiente (Mendel Online, 2013):

- Nombre y dirección del exportador.
- Dirección del exportador y del destinatario.
- Peso neto total.
- Peso bruto total.
- Descripción de la carga ordenada por código.
- Cantidad por unidades de la carga.
- Peso bruto y peso neto unitario.
- Número de la factura comercial.

En el Anexo No. 10 se podrá observar un formato modelo de lista de empaque (Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior, 2013).

1.2.4.2.1.8 Documento de transporte

Se requiere la presentación del documento de transporte para la desaduanización de la carga, ya sea éste que se realice por vía aérea (Air Waybill), o por vía marítima (Bill of Lading) (Mendel Online, 2013). El documento de transporte es un contrato entre el embarcador o cargador y la línea naviera, el cual certifica que ha recibido la carga en ciertas condiciones, y se compromete hasta llevarla a un lugar determinado (Ferreiro, 2007). Cabe mencionar que se imprimen varios originales y copias del documento de transporte, debido a que las partes involucradas deben tener respaldo del envío realizado (Mendel Online, 2013).

1.2.4.2.1.9 Registro de importadores en AVA

La importación de todo producto alimenticio procesado está regulado por la Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria AVA, Departamento de Inspección y Cuarentena (QID) (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

Para poder importar los alimentos procesados, el importador debe estar registrado en el AVA. Los requisitos para estar registrado ante esta entidad son los siguientes (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur):

- La compañía debe estar registrada en ACRA.
- La compañía deberá tener en el Número Único de Registro de Compañías (UEN) otorgado por el ACRA.
- Estar registrado en la Aduana de Singapur.
- Las personas que trabajan por cuenta propia y que deseen renovar las licencias comerciales gubernamentales deben estar al día en las contribuciones de su Medisave (seguro médico nacional en el cual el beneficiario aporta un porcentaje mensual de su salario).
- Deberá sacar una cuenta de giro con AVA, ya que en ésta se debitará todo costo de licencia, o cuota que se realice para importar, exportar, o realizar transbordo. Cabe mencionar que los permisos de actividad de comercio exterior bajo el cual AVA sea la entidad de control del producto, sólo serán aprobados después de que se haya realizado el débito en la cuenta respectiva.

En el Anexo No. 11 se puede observar el formulario de solicitud de giro interbancario para que el valor de la cuota o pago de licencia sea ingresado a la cuenta de AVA (Intel, 2013).

Para proceder con el registro, el solicitante deberá ingresar la aplicación en la plataforma de Servicio en Línea de Licencias de Negocios (Online Business Licensing Service OBLIS). Cada solicitud tiene un costo de SGD 21,50 dólares (incluido IVA) desde el 1 de octubre del 2006. Cabe mencionar que para realizar la aplicación en esta plataforma, la empresa ya debe estar registrada en ACRA con su código UEN correspondiente, debe estar registrado en la Aduana de Singapur, debe tener su código SingPass, detalles de la empresa como nombre, dirección, correo electrónico, al igual que el listado de los alimentos procesados que se desea importar (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

La empresa obtendrá un número de registro, otorgado por el Departamento de Inspección y Cuarentena (QID) del AVA. Cabe indicar que éste número de registro excluye la importación de carne, pescado, frutas y vegetales frescos (para éstos productos primarios es otro proceso, ya que se requiere una licencia). La solicitud de registro será procesada en

aproximadamente 3 días laborables, proporcionando toda la información correcta solicitada. El registro será renovado anualmente. En la actualidad, ésta renovación es gratuita (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

El número de registro será llenado en el permiso de importación, elaborado en TradeNet, en el campo Licencia (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

En el Gráfico No. 22 se muestra el proceso de registro en el sistema OBLS.

Gráfico No. 22

Proceso de registro sistema OBLS



Confirm Licence Selection

Please Note: You will not be able to modify your choice of licences after proceeding.

You have chosen to apply for the following licences:

Licence Name	Agency	Fee ¹	Amt (S\$)	Remove?
Registration to Import Processed Food Products and Food Appliances (Excluding Meat and Fish Products, Fresh Fruits and Vegetables)	AVA	Administrative Fee	20.09	<input type="checkbox"/>
Total (excluding GST) : S\$ 20.09				

¹ The actual fees may vary depending on your application.

Payment modes

Payment by Visa, MasterCard, Direct Debit through Internet Bank Account

- To continue to fill in the form, please click the "Proceed" button.
- To remove any of the licences, please tick the box beside the licence and click the "Proceed" button.
- To add more licences, please click the "Re-select Licence(s)" button.

Fuente: Servicio en Línea de Licencias de Negocio OBLS

Elaborado por: Servicio en Línea de Licencias de Negocio OBLS

La importación de alimentos procesados en Singapur está regulada por la Ley de Venta de Alimentos (Sale of Food Act), con su respectiva ley subsidiaria Regulaciones de Alimentos (Food Regulations) (Parlamento de Singapur, 2005).

El AVA mantiene el programa de Seguridad Alimentaria, el mismo tiene como objetivo garantizar la seguridad de los alimentos que son ingresados en Singapur, exigiendo que todo producto alimenticio procesado pueda ser originario de cualquier país, pero se permite la importación siempre y cuando el establecimiento de producción del producto esté regulado, y el producto cumpla con las normas sanitarias. El importador debe tener documentación, que certifique que el producto ha sido producido en un establecimiento regulado o supervisado por la autoridad competente del país de origen, o que cumpla con las condiciones sanitarias exigidas por Singapur. El importador deberá conservar estos documentos para cuando AVA realice la inspección en la aduana al momento de la importación (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

Para certificar que el producto cumple con las condiciones sanitarias y un establecimiento regulado, se puede presentar en AVA uno o varios de los siguientes documentos (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur):

- Certificación HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point).
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (Good Manufacturing Practices GMP).
- Certificado sanitario (emitido por la autoridad de alimentos o veterinaria del país de origen).
- Testificación de exportación (emitido por la autoridad de alimentos o veterinaria del país de origen).
- Licencia de establecimiento autorizado (emitido por la autoridad competente del país de origen).

Se recomienda que el producto pueda ser enviado a un laboratorio autorizado para que se pueda comprobar que lo descrito en el panel de información nutricional del producto, al igual que sus ingredientes, sea información veraz y cumpla con las regulaciones exigidas por Singapur. Un listado de éstos se podrá encontrar en el Consejo de Acreditación de Singapur – Acreditación de Laboratorio (Singapore Accreditation Council-Singapore Laboratory Accreditation Scheme SAC-SINGLAS) para que se proceda a

realizar un control de calidad del producto (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

Hay que recalcar que es un requisito indispensable que todos los documentos sean aprobados por AVA para poder desaduanizar la carga, es decir que el AVA debe recibir junto al CCP (en el mismo debe constar el número de registro con AVA) el certificado sanitario, análisis de laboratorio, factura comercial, entre otros documentos relevantes y posterior a su aprobación, se podrá desaduanizar la carga. Todos los productos alimenticios procesados estarán sujetos a inspección por parte del AVA, esto conlleva a que se realicen exámenes en laboratorios. Al momento de la inspección deberá presentarse todos los documentos involucrados (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

El Número Único de Referencia al igual que el número de registro con AVA debe constar en la parte superior derecha de los documentos (Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur).

1.2.4.2.1.10 Requisito de etiquetado

El producto alimenticio procesado debe cumplir con las regulaciones de etiquetado correspondiente, de no hacerlo, estará sujeto al pago de las multas respectivas o penalizaciones (AVA - Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur, 2013).

La información del etiquetado deberá estar en idioma inglés. Los requisitos a cumplir son los siguientes (AVA - Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur, 2013):

- Nombre o descripción del producto: Nombre bajo el cual es conocido el producto comúnmente, que indique la naturaleza verdadera del producto.
- Listado de ingredientes: Descripción de los ingredientes ordenada de manera descendente acorde al peso. Información exacta de términos genéricos. En el caso de que exista un ingrediente compuesto, deberá detallarse los componentes de éste ingrediente ordenada en forma descendente.

- Se deben declarar los ingredientes que causan hipersensibilidad, sean estos como ingrediente primario, o como elemento constituyente de un ingrediente. Se debe describir en el listado de ingredientes el producto que causa hipersensibilidad, así como también se debe utilizar la leyenda contiene y la descripción del ingrediente o aditivo.
- Peso neto (se debe declarar el peso neto incluido el líquido del palmito en conserva, y el peso neto drenado).
- La información mencionada en los puntos anteriores debe estar impresa en un tamaño de letra no menor a 1,5 mm de altura.
- Nombre y dirección del importador, distribuidor o agente.
- País de origen.
- Se puede incluir en la etiqueta el modo de uso del producto, siempre y cuando se lo describa bajo la declaración receta o sugerencia para servir. Esta información deberá estar en letra impresa no menor a 1,5 mm de altura.
- Fecha de expiración del producto. Se podrán usar las siguientes leyendas: usar hasta, vender hasta, fecha de caducidad, preferentemente antes de u otras palabras de significado similar. Se debe indicar el modo de almacenamiento, por ejemplo Usar hasta 31 dic 2013. Conservar en lugares frescos. Esta descripción en el etiquetado deberá ser impresa en tamaño de letra no menor a 3 mm de altura.
- Panel de información nutricional. Se debe indicar el porcentaje de energía, proteínas, grasas, carbohidratos, y cualquier otro ingrediente nutricional que contiene el producto. Se puede observar el formato de panel nutricional en el Gráfico No. 23.
- En el caso de que el producto contenga proteínas (al menos 12 % de calorías derivada de la proteína), se deberá indicar la cantidad a consumirse por día, así mismo, ésta cantidad deberá tener al menos 10 g de proteína.
- El alimento procesado es considerado como una fuente de vitaminas o minerales, siempre y cuando contenga al menos 1/6 parte de éstas en la cantidad a consumirse diaria. Se considerará que es bueno, rico o alto en vitaminas o minerales en el caso que tenga al menos 50% de éstas en la porción a consumirse diaria.

Gráfico No. 23

Panel de Información Nutricional

Table 5 : Form for Nutrition Information Panel

Servings per package (<i>here insert number of servings</i>)* Serving size: (<i>here insert the serving size</i>)*		
	Per Serving* or	Per 100 g (or 100mL)
Energy	Kcal, kJ or both	Kcal, kJ or both
Protein	g	g
Fat	g	g
Carbohydrate	g	g
(<i>here insert the nutrients for which nutrition claims are made, or any other nutrients to be declared</i>)**	g	g
* Applicable only if the nutrients are declared on a per serving basis.		
** Amounts of sodium, potassium and cholesterol are to be declared in mg.		

Note: Refer Twelfth Schedule of the Food Regulations or HPB's "Handbook on Nutrition Labelling", which may be downloaded from the following website, <http://www.hpb.gov.sg/edumaterials/default.aspx>

Fuente: Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur
Elaborado por: Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur

CAPÍTULO II

2. ESTRATEGIA COMERCIAL DEL ECUADOR

2.1 ESTUDIO LOGÍSTICO

2.1.1 Tiempos de producción y envío

2.1.1.1 Tiempo y proceso de producción de palmito en lata

La producción del palmito en Ecuador es todo el año, debido a las condiciones climáticas favorables; sin embargo, en el año 2013 se cerró la brecha productiva del palmito ecuatoriano, es decir que durante los próximos años 2014 y 2015 no se cosechará la suficiente oferta de palmito, debido a que se requerirá aproximadamente ese lapso para que los tallos de la palma crezcan nuevamente. La reducción de la oferta genera que los mercados a los cuales se exportan actualmente, suban los precios para continuar con la comercialización del palmito. Una de las causas del cierre de éste ciclo productivo es que a partir de la crisis europea, Ecuador empezó a buscar mercados alternativos; no obstante, mientras poco a poco Europa se iba recuperando, empezó a incrementar la demanda de palmito, especialmente países como Francia, Alemania, Bélgica, entre otros. Otra de las causas del cierre del ciclo productivo, es que Costa Rica está bajando sus niveles de producción de palmito, debido a que los productores están migrando a lugares urbanos, o se dedican a producir otro producto que sea más rentable, lo que genera que Ecuador deba abastecer los mercados a los cuales antes abastecía Costa Rica (Holguín, 2013).

En el mercado es muy irregular la comercialización del palmito en estado fresco, debido a su corto plazo de oxidación, en consecuencia, inmediatamente se cosecha el palmito se lo debe procesar, máximo en un lapso de 6 horas. La vida útil del palmito en conserva es 4 años (Holguín, 2013).

Se dificulta la producción del palmito orgánico debido a que la palma es propensa a contagiarse de plagas, es por ende que usualmente se usa fertilizantes compuestos (químicos y orgánicos). En el mercado los palmitos en conserva que se comercializan como orgánicos, son silvestres (Holguín, 2013).

El tallo del palmito recién cosechado mide 0,75 cm aproximadamente de largo y 10 cm de diámetro aprox., del tallo el 85 % o más es desecho orgánico. El tallo entero se corta en segmentos de 10 cm de alto y de 1 – 2,5 cm de diámetro para la producción de palmito en conserva (Holguín, 2013).

El palmito en conserva no necesita preservantes. El producto se exporta con la etiqueta del comprador, la misma debe cumplir con las regulaciones que solicita el mercado destino (Holguín, 2013).

Hay dos modalidades de exportación del palmito en conserva, el producto al retailer y al por mayor. Al retailer generalmente se exporta con las siguientes presentaciones (Holguín, 2013):

- En latas de 400 gramos peso neto y 220 gramos peso drenado (el peso drenado es el peso del palmito sin la salmuera). En esta lata caben de 4 a 8 tallos.
- En latas de 800 gramos peso neto y 500 gramos peso drenado. En esta lata caben de 5 a 9 tallos.

El producto al granel o al por mayor puede exportarse en las siguientes presentaciones (Holguín, 2013):

- En latas de 1800 gramos peso neto y 1250 gramos peso drenado.
- En latas de 2920 gramos peso neto y 2500 gramos peso drenado.

La producción real de una empresa exportadora es de 50 000 tallos en 1 día (jornada de diez horas), aunque la producción a economía de escala puede ser de 70 000 tallos (Holguín, 2013).

En el mercado existen diversas formas de presentación del producto palmito en conserva, de acuerdo a las tendencias de consumo en el mercado objetivo. En el Anexo No. 12 se podrá observar a manera de ejemplo las mismas.

De igual manera, el palmito también se comercializa en mix con otros productos, tal como la alcachofa y el pimiento rojo. Los mismos se pueden observar en la Tabla No. 48.

Tabla No. 48

Presentación de mix de palmito en conserva con otros productos

Mix de palmito en conserva con otros productos		
Mix Palmito y alcachofa (palmito entero)	Mix palmito y alcachofa (trozos de palmito)	Mix de palmito, alcachofa y pimiento rojo
		

Fuente: PROCECONSA

Elaborado por: Autor

2.1.1.1.1 Flujograma de proceso de producción de palmito en conserva

Para la producción de palmito en conserva, se requiere de algunos ingredientes, tales como los siguientes (Holguín, 2013):

- Palmito (55 %)
- Agua (43,83 %)
- Sal (0,82 %)
- Ácido cítrico (E330) (0,35 %)

En la Tabla No. 49 se muestra la información nutricional del producto, por porción de 100 gramos (PROCECONSA).

Tabla No. 49

Información nutricional del producto palmito en conserva por porción de 100 gramos

Cantidad por porción	% Valor Diario
Grasa Total 0 g.	0 %
Grasa Saturada 0 g.	0 %
Colesterol 0 mg	0 %
Sodio 390 mg	16 %
Carbohidratos totales 2 g	2 %
Fibra dietética 3 g	12 %
Azúcares 0 g	
Proteína 2g	

Fuente: PROCECONSA

Elaborado por: Autor

En el Anexo No. 13 se puede observar el flujo de proceso para la producción de palmito en conserva (PROCECONSA).

2.1.1.1.2 Precio FOB de exportación

En la Tabla No. 50 se podrá observar la determinación referencial del precio FOB de exportación de un contenedor de 20 pies de palmito en conserva.

Tabla No. 50

Precio FOB de un contenedor de 20' de palmito en conserva

DETERMINACIÓN DE PRECIO FOB	
Costo de producción por caja	\$ 22,40
Gastos de exportación	
Costo de flete interno (bodega a Puerto de Contecon)	\$ 0,44
Porteo del Puerto de Contecon	\$ 0,05
Total	\$ 22,89
Margen de utilidad 20 %	\$ 4,58
Precio de venta FOB de exportación por caja	\$ 27,47
Total cajas en contenedor 20'	\$ 1 700,00
Precio de venta FOB de exportación por contenedor	\$ 46 695,60

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 51 se podrá observar el número de cajas, al igual que latas y tallos de palmito en conserva, caben en un contenedor de 20 pies.

Tabla No. 51

Número de unidades de cajas, latas y tallos de palmito por contenedor de 20 pies

Cajas	Latas	Gramos	Unidades de tallos de palmito por lata	Total de tallos de palmito por caja	Número de cajas por contenedor	Número de latas por contenedor	Número de tallos de palmito por contenedor
1	24	400	8	192	1 700	40 800	326 400

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

2.1.1.2 Tiempos de trámites aduaneros

Para realizar una exportación desde el Ecuador se debe cumplir con los siguientes requisitos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR):

- RUC.
- Factura comercial.
- Obtención de software Ecuapass.
- Obtención de certificado digital o firma electrónica.
- Declaración Aduanera de Exportación DAE.
- Documento de transporte.
- Lista de empaque.
- Certificado de registro sanitario (para alimentos procesados).

La vigencia de la DAE es de 30 días calendario contados a partir de su generación en el Ecuapass. Es decir que una vez elaborada la DAE, se cuenta con 30 días para realizar el embarque. La DAE debe tener adjuntado la factura comercial (original/proforma) y autorizaciones previas (en este caso certificado de registro sanitario). Posterior a haber realizado el embarque, el exportador cuenta con 30 días más para realizar una única corrección a la DAE (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE, 2013).

2.1.1.3 Tiempo de tránsito o de traslado

Singapur cuenta con el puerto principal llamado “Puerto de Singapur”, este puerto maneja 30 millones de contenedores y 500 millones de toneladas de carga anuales (Ávila, 2013).

Este puerto incluye terminales ubicadas en Tanjong Pagar, Keppel, Brani, Pasir Panjang, Sembawang y Jurong. Todos con la capacidad para recibir y enviar cualquier tipo de buque y cualquier tipo de carga (Ávila, 2013).

Singapur cuenta con cinco aeropuertos, tres de ellos son militares, tales como: Paya Lebar Airport, Sembawang Airport, Tengah Airport. Los dos restantes son aeropuertos comerciales: Aeropuerto de Singapur (conocido como Aeropuerto Changi) y el Aeropuerto Seletar (Ávila, 2013).

El Aeropuerto Changi es uno de los principales aeropuertos en el continente asiático, de igual manera es reconocido como el mejor del mundo. En el año 2009 movió 1 660 851 toneladas de carga aérea (Ávila, 2013).

El tiempo de tránsito de exportación desde Ecuador a Singapur vía marítima para un contenedor de 20’ es de aproximadamente 55 días (Asia Round the World ASROWD, 2013), tal cual se muestra en la Tabla No. 52, se detalla como referencia el transbordo que realizaría una naviera, para que la carga arribe a Singapur.

Tabla No. 52

Itinerario exportación de palmito en conserva Guayaquil - Singapur vía Hong Kong

Estimated Arrival	Estimated Departure	
Guayaquil	Tue 05-Nov-2013	Thu 07-Nov-2013
Puerto Angamos	Sun 10-Nov-2013	Tue 12-Nov-2013
Antofagasta	Tue 12-Nov-2013	Wed 13-Nov-2013
Valparaíso	Fri 15-Nov-2013	Sat 16-Nov-2013
San Vicente	Sun 17-Nov-2013	Mon 18-Nov-2013
Manzanillo/México	Wed 27-Nov-2013	Thu 28-Nov-2013
Busan	Sun 15-Dec-2013	Mon 16-Dec-2013
Shanghai	Tue 17-Dec-2013	Wed 18-Dec-2013
Ningbo	Thu 19-Dec-2013	Thu 19-Dec-2013
Yantian	Sat 21-Dec-2013	Sun 22-Dec-2013
Hong Kong	Sun 22-Dec-2013	Mon 23-Dec-2013
Hong Kong	Mon 23-Dec-2013	Tue 24-Dec-2013
Singapore	Fri 27-Dec-2013	Sat 28-Dec-2013

Fuente: Hamburgsud
Elaborado por: Hamburgsud

2.1.1.4 Tiempo de desaduanización en el mercado destino

El tiempo de importación en Singapur es de 4 días calendario aproximadamente. Este tiempo contempla desde que se inicia hasta que se concluye la importación. De igual manera incluye el tiempo de espera entre procedimientos, tales como descarga del producto (El Banco Mundial, 2013).

2.1.2 Estrategia de Ecuador para optimizar estos procesos

Para optimizar todos los procesos logísticos que conlleva una exportación se debe llevar una estrategia logística, en la cual se realicen actividades que generen mayor agilidad en relación al procedimiento aduanero y portuario, tales como las siguientes:

- Mejorar la plataforma Ecuapass: La plataforma Ecuapass se basa en un modelo coreano, el mismo tiene como finalidad canalizar toda la documentación aduanera que se realiza en Ecuador de las diferentes entidades públicas. Debido a su reciente creación, todavía tiene fallas en la generación de documentos, tales DAE, DJO, Certificado de origen, entre otros, para ello se requiere realizar la siguiente actividades:
 - o Funcionario correspondiente de la Aduana revise minuciosamente el portal e implemente las correcciones necesarias para mejorar la plataforma, ésta elimina la información ingresada después de un corto período, previo a haber guardado la información.
- Agilizar el proceso de otorgamiento de registros sanitarios para alimentos procesados. A pesar de que a través de Ecuapass se canaliza los pasos a seguir para poder obtener un certificado sanitario, se debe agilitar el proceso en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, ya que es fundamental el registro sanitario para exportar. Para agilitar más el proceso se puede seguir las siguientes actividades:
 - o Incrementar el personal de técnicos revisores de los formularios para la obtención de registros sanitarios ingresados en el Ecuapass, ya que debido a la falta de personal, genera retraso en la aprobación o rechazo de permisos.
 - o Mantener un diálogo entre el ARCSA y el sector exportador, en la cual se flexibilice las nuevas regulaciones para los alimentos procesados para comercialización nacional, ya que se ha exigido que el producto cumpla con nuevas regulaciones, tales como etiquetado (semaforización), nombre descriptivo del producto, entre otras. Estas normas afectarían a empresas exportadoras que venden localmente.
- Mejorar las inspecciones antinarcoóticos por parte de la Policía Nacional, ya que se considera que el canino que ayuda a revisar la carga, tiende a dañar la mercadería, lo que genera malestar en el comprador internacional al momento de recibir la carga. Se debe entrenar de mejor manera a los caninos, para que puedan identificar la carga ilícita de una mejor manera.

- Para desaduanizar la carga en el mercado destino se requiere toda la documentación necesaria generada en el país de origen, entre ellos la Declaración Aduanera de Exportación. Para generar una correcta DAE en el caso de no tener experiencia, es preferible contratar a un agente aduanero para que la elabore, ya que mientras más rápido se genere la documentación, más pronto le llegará al comprador en el puerto de destino, y mucho más rápido la podrá desaduanizar.

2.2 Estudio de mercado

2.2.1 Estrategia de penetración en el mercado de Singapur

Se requiere fomentar el consumo del producto palmito en conserva en Singapur, ya que no está totalmente posicionado en la mente de los consumidores. Para lograr este objetivo de la inserción del producto palmito en conserva ecuatoriano en Singapur, se requiere ejecutar las siguientes estrategias de mercadotecnia:

- Lanzar el producto palmito en conserva ecuatoriano en el mercado singapurense, informando sobre su valor nutricional y calidad.
- Colocar un empaque llamativo e innovador que atraiga al consumidor.
- Inclusión de servicios adicionales que conlleven a la satisfacción del cliente, tales como entrega a domicilio.
- Lanzar el producto a un precio económico, tomando en consideración que tiene competencia indirecta de los productos sustitutos, es decir, que si se lo coloca con un precio alto, el cliente se inclinaría fácilmente por el producto sustituto.
- Colocar promociones como cupones de descuento para las futuras compras, dos por uno, rebajas del 20 % de descuento, entre otras.
- Oferta del producto vía internet como sitio web, llamadas telefónicas, envío de correos electrónicos masivos, visitas a domicilio y redes sociales, tales como Facebook, twitter, entre otros.
- Colocación del producto en el mercado singapurense en diversos puntos de venta.
- Organización de sorteos de productos entre los clientes, para fomentar la promoción del mismo.

- Publicación de anuncios en medios de comunicación, tales como televisión, radio, periódicos locales, revistas.
- Participación en ferias internacionales. En este caso se puede contar con la ayuda gubernamental ecuatoriana, especialmente el Instituto PRO ECUADOR, ya que tiene la competencia de promover la oferta exportable en el exterior. PRO ECUADOR apoya a los empresarios en la participación de ferias internacionales, brindándoles el espacio del stand de manera gratuita. En el año 2014, se tiene programado participar en la Feria Food and Hotel Asia 2014, en Singapur, del 8 al 11 de abril del 2014, del sector bebidas y alimentos, espacio para la promoción y el aprovechamiento de inserción de productos ecuatorianos en el mercado singapurense.
- Colocación de puestos de degustación en los centros de distribución del producto palmito en conserva, tales como hoteles, restaurantes y tiendas especializadas

Se tomó en consideración el criterio de una de las empresas líderes en el Ecuador de exportación de palmito en conserva, para conocer sobre su opinión de la exportación de éste producto al mercado singapurense, la misma se podrá observar en el Anexo No. 14.

2.2.2 Políticas de negociación

Singapur se maneja con una cultura de negocios estricta, por ende, se recomienda tomar en consideración ciertos tips que ayudarán a mantener una negociación exitosa entre el exportador y el comprador (Ávila, Pitahaya en Singapur Parte III: Negociación, 2013):

- Llegar a la reunión de negocios con cinco o diez minutos de anticipación.
- El saludo es con un estrecho de manos al iniciar y finalizar la negociación.
- La cita de negociación se agenda con dos semanas de anticipación.
- El empresario singapurense es muy amable y cordial, por consiguiente, ofrecerá a invitado a tomar una bebida a su arribo, tal como café, té o agua.

- La comunicación de negociación deberá ser en inglés, para lo cual se deberá presentar cifras, material visual y catálogos.
- Se deberá hablar con una voz suave.
- No se recomienda mezclar las tarjetas propias con las demás tarjetas en la mesa de reunión, de igual manera, no se recomienda garabatear con notas las mismas.
- Se sugiere tener traducidas las tarjetas al idioma del habla del comprador.
- Al final de la reunión, se debe resumir los puntos más importantes en los cuales se haya tenido un acuerdo.
- En la negociación los temas políticos no son tratados. De igual manera, la negociación no se debe mezclar con las emociones.
- En la negociación se deberá ser directo con lo que se quiere comunicar, así mismo, no se deberá prometer hechos que no se van a cumplir.

El empresario singapurense antes de concretar una compra, evalúa a su proveedor, y verifica ciertos aspectos, tales como: su sitio web, información de los abastecedores del posible exportador, información de clientes anteriores como referencias y experiencias, precios y tiempos de tránsito.

En relación al método de pago, se sugiere usar como método de pago la carta de crédito, por ser la vía más segura cuando no se conoce totalmente al comprador; ésta vía asegura el pago al exportador ecuatoriano, siempre y cuando presente todos los documentos de exportación solicitados, asegurando que se ha enviado la carga.

2.2.3 Proyecciones y análisis Costo / Beneficio

2.2.3.1 Valores proyectados de importaciones de ese país

Para calcular la cantidad en miles de dólares FOB importado por Singapur, al igual que la cantidad importada en toneladas, proyectado en un periodo futuro de 5 años (desde el año 2013 hasta el año 2017), se utiliza la fórmula de tendencia lineal, tal cual se muestra en la Tabla No. 53, la proyección indica una cantidad monetaria importada en crecimiento, siendo en

el año 2017 una proyección de USD 642 miles de dólares. De igual manera, se proyecta para el año 2017 una importación de 298 toneladas.

Tabla No. 53

Valores proyectados de importaciones de Singapur período 2008-2017

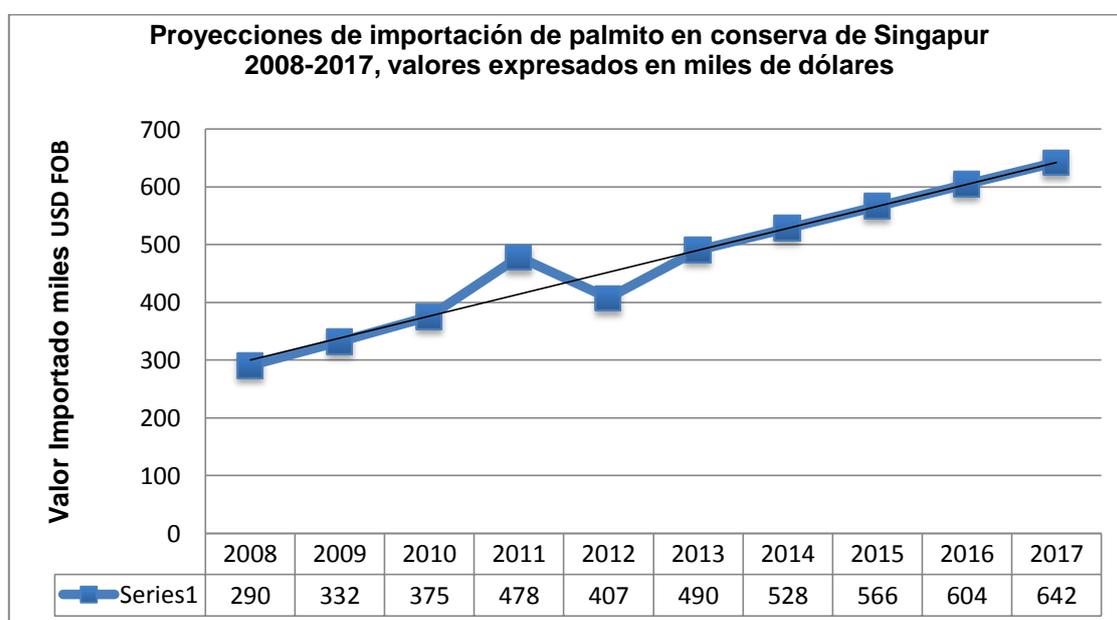
Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
VALORESEXPRESADOS EN MILES USD										
VALORES IMPORTADOS										
VALORES ESTIMADOS										
Años	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Valores expresados en miles USD	290	332	375	478	407	490	528	566	604	642
Cantidad en toneladas	228	280	256	299	245	277,5	282,8	288,1	293,4	298,7

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 24 se muestra la representación gráfica de las proyecciones de valores monetarios importado por Singapur, desde el año 2013 hasta el año 2017.

Gráfico No. 24

Valores proyectados de importaciones de Singapur período 2008-2017, expresados en miles de dólares americanos

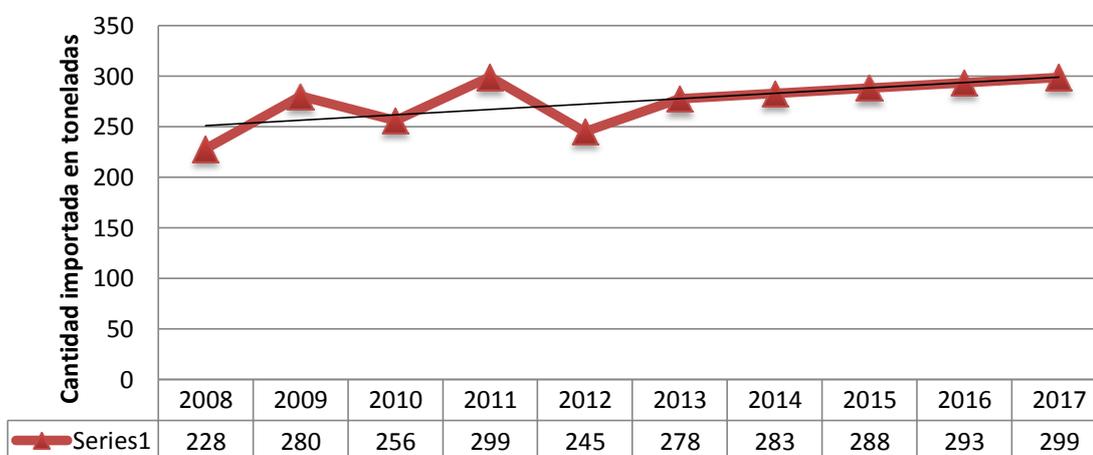


Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

En el Gráfico No. 25 se muestra la representación gráfica de las proyecciones en cantidad de toneladas importado por Singapur, desde el año 2013 hasta el año 2017.

Gráfico No. 25

Proyecciones de importación de palmito en conserva de Singapur 2008-2017, valores expresados en cantidad de toneladas



Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autor

2.2.3.2 Relación Costo / Beneficio

La técnica de Análisis de Costo/Beneficio permite comparar los costos previstos que se van a realizar en una operación comercial con los beneficios esperados, para así conocer la rentabilidad del mismo. En el caso de la exportación palmito en conserva, en la Tabla No. 54 se presenta valores referenciales de costos a incurrir y de los beneficios a recibir.

Tabla No. 54

Análisis de Costo/Beneficio			
Costos	Valores USD	Beneficios	Valores USD
Costo de producción por caja	\$ 22,40	Pago de compra de clientes	\$ 489 600,00
Gastos de exportación			
Costo de flete interno (bodega a Contecon)	\$ 0,42		
Porteo del Puerto a Contecon	\$ 0,11		
Total	\$ 22,93		
Margen de utilidad 20 %	\$ 4,59		
Precio de venta FOB de exportación por caja	\$ 27,52		
Total cajas en contenedor 20'	\$ 850,00		
Precio de venta FOB de exportación por contenedor	\$ 23 388,60		
TOTAL COSTO	\$ 23 388,60	TOTAL BENEFICIO	\$ 489 600,00

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

En la Tabla No. 55 se muestra el resultado positivo de 20,93 lo cual refleja que sí se obtendría una utilidad o rentabilidad en la exportación de palmito en conserva a Singapur.

Tabla No. 55

Relación Costo/Beneficio	
Beneficio	\$ 489 600,00
Costo	\$ 23 388,60
Total	20,93

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El producto tiene facilidades de ingreso en Singapur en relación a las barreras arancelarias y para arancelarias, ya que con respecto a las arancelarias la tarifa es 0,00 %, y el relación a las para arancelarias el producto cumple con las exigencias sanitarias que solicita el mercado, a través del certificado sanitario.

El consumo de vegetales en conserva es reducido en comparación con los vegetales en estado fresco; sin embargo, es consumido en las familias singapurenses.

El palmito en conserva tiene más competidores indirectos que directos, tales como la alcachofa y espárragos en conserva, de diversas marcas y presentaciones.

Se ratifica la hipótesis de que el producto palmito en conserva es potencial para la inserción en el mercado singapurenses dentro de un largo plazo, bajo el cual se haya realizado previamente la debida promoción del producto.

Recomendaciones

Implementar una fuerte estrategia de marketing del producto palmito en conserva en Singapur, bajo el cual se haga conocer las propiedades nutritivas del producto e incentivar el consumo del mismo.

Trabajar en conjunto con entes estatales del gobierno ecuatoriano, en actividades de promoción, bajo el cual el exportador se sienta respaldado y pueda reflejar un poco más de confianza al comprador singapurenses. En este caso, se podrá obtener apoyo con la Oficina Comercial del Ecuador en Singapur.

Implementar mejoras en la imagen del producto para que luzca llamativo e innovador en la comercialización dentro del mercado singapurenses.

Trabajar en asociatividad en el caso de pequeñas empresas productoras de palmito en conserva, para de esta manera se puedan apoyar uno con otro, para poder ingresar a un nuevo mercado. Cabe mencionar que existen entes estatales que apoyan este tipo de acuerdos entre empresarios, tal como es el Instituto PRO ECUADOR.

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: Centros de distribución al por menor de productos gourmet / vegetales en conserva en Singapur	134
Anexo No. 2: Importadores de productos gourmet / vegetales en conservas	135
Anexo No. 3: Tiendas de Singapur, productos gourmet y distribuidores	137
Anexo No. 4: Principales productos importados por Singapur periodo 2008-2012, valores FOB Miles USD	142
Anexo No. 5: Balanza de Pagos de Singapur período 2006-2012, valores expresados en millones de dólares singapurenses	143
Anexo No. 6: Formulario de NOA.....	145
Anexo No. 7: Declaración General	146
Anexo No. 8: Permiso de Despacho de Carga	147
Anexo No. 9: Información que debe contener una factura comercial autorizada por el SRI.....	149
Anexo No. 10: Formato referencial de Lista de Empaque	151
Anexo No. 11: Formato de aplicación de Giro Interbancario	152
Anexo No. 12: Diversas formas de presentación palmito en conserva	153
Anexo No. 13: Flujo de proceso de producción de palmito en conserva	154
Anexo No. 14: Entrevista al Ing. Sebastian Holguín – Presidente Proceconsa: Exportaciones de palmito en conserva a Singapur.....	156

Anexo No. 1

Centros de distribución al por menor de productos gourmet / vegetales en conserva en Singapur

- Expatfoodhall: Supermercado online. Venta de productos provenientes de Bélgica, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Sudáfrica, Reino Unido, desde bebidas, productos en conserva, condimentos, entre otros.

Sitio web: <http://www.expatfoodhall.com/>

- GiantSingapore: Empresa fundada en Malasia y que tiene diversas sucursales, una de ellas se encuentra ubicada en Singapur. La tienda vende diversos productos tales como panadería, frutas, vegetales, carnes, entre otros productos. Este supermercado es parte del grupo Dairy Farm International.

Sitio web: <http://www.giantsingapore.com.sg/>

- Cold Storage: Compañía retailer que vende carnes y demás productos, como conservas, frutas frescas, bebidas, productos de panadería, mariscos, entre otros. Este supermercado es parte del grupo Dairy Farm International.

Sitio web: https://www.coldstorage.com.sg/corporate/Public/corporate_home.html

- Bravo Italy Gourmet: Distribuidora al por mayor de hoteles, restaurantes, supermercados, tiendas gourmet, entre otros. Ofrece productos provenientes de Italia. Provee productos en conserva, mariscos, pastas, condimentos, mermeladas, entre otros. Adicionalmente esta empresa vende al retail a través de su tienda online (sitio web).

Sitio web: <http://www.bigitalygourmet.com/>

- LIM SIANG HUAT PTE LTD: Empresa fundada en 1940, distribuidora de más de 5.000 productos alimenticios. Ofrece productos tales como: bebidas, carnes enlatadas, jugos enlatados, vegetales enlatados, entre otros.

La empresa es proveedora de alcachofa en conserva, espárrago en conserva y palmito en conserva. Adicionalmente la empresa vende al retail a través de su tienda online (sitio web).

Sitio web: www.lshworld.com

Fuente: Expat Food Hall, Giant Singapur, Cold Storage, Bravo Italy Gourmet, Lim Siang Huat Pte Ltd

Elaborado por: Autor

Anexo No. 2

Importadores de productos gourmet / vegetales en conservas

- Classic Fine Foods: Importador de productos gourmet. Esta empresa tiene su sede en Francia, con sucursales en Europa, América y Asia.
Sitio web: <http://www.classicfinefoods.com>
- Elite Fine Food: Empresa distribuidora de alimentos gourmet en Singapur desde el año 2007, ofrece productos en conserva, productos de mar, verduras, entre otros.
Sitio web: <http://www.elitefood.sg/>
- Four Season Gourmet market: Empresa distribuidora de productos gourmet a hoteles restaurantes, entre otros. Venta de productos frescos con las mejores marcas internacionales, frutas y carnes frescas, productos del mar, productos lácteos, alimentos congelados y refrigerados, servicio personalizado.
Sitio web: <http://www.fourseasonsgourmetmarket.com/>
- Redgum: Empresa distribuidora de productos gourmet de la mejor calidad, como productos en conserva, quesos, frutas exóticas frescas, vinos, productos son provenientes de Australia.
Sitio web: <http://www.redgum.com.sg/>
- Bravo Italy Gourmet: Distribuidora al por mayor de hoteles, restaurantes, supermercados, tiendas gourmet, entre otros. Ofrece productos provenientes de Italia. Provee productos en conserva, mariscos, pastas, condimentos, mermeladas, entre otros. Adicionalmente esta empresa vende al retail a través de su tienda online (sitio web).
- LIM SIANG HUAT PTE LTD: Empresa fundada en 1940, distribuidora de más de 5.000 productos alimenticios. Ofrece diversos productos tales como: bebidas, carnes enlatadas, jugos enlatados, vegetales enlatados, cereales, productos lácteos, entre otros.
La empresa es proveedora de alcachofa en conserva, espárrago en conserva y palmito en conserva. Adicionalmente la empresa vende al retail a través de su tienda online (sitio web).
Sitio web: www.lshworld.com

- H. L. YONG COMPANY (PRIVATE) LTD: Empresa que se ha dedicado a la distribución de alimentos por más de 80 años (desde 1920). Distribuye la marca S&W, marca para productos alimenticios enlatados, la cual fue fundada en San Francisco desde 1896, Estados Unidos de América. La empresa mayorista distribuye espárragos en conserva de la marca S&W. Sitio web: www.hlyong.com
- HOSEN GROUP: Empresa distribuidora de Singapur y de toda Asia de diversos productos y marcas (HOSEN, FORTUNE & HIGHWAY). Su sede está localizada en Singapur y tiene filiales en Kuala Lumpur, Malasia y Shanghai. Empresa proveedora de espárragos en conserva. Sitio web: <http://www.hockseng.com/overview.htm>
- LIBRACO SERVICES (S) PTE LTD: Empresa proveedora de productos de alta calidad con 20 años de experiencia en el mercado, distribuidora de productos varios como: frutas y vegetales enlatados, bebidas, entre otros. La empresa es proveedora de espárragos en conserva. Sitio web: <http://www.libracoservices.com.sg/home.html>

Fuente: Classic Fine Foods, Elite Fine Food, Four Season Gourmet, Redgum, Bravo Italy Gourmet, Lim Siang Huat Pte Ltd, H. L. Yong Company (Private) Ltd, Hosen Group, Libraco Services (s) Pte Ltd.

Elaborado por: Autor

Anexo No. 3

Tiendas de Singapur, productos gourmet y distribuidores

TIENDA REDGUM	
	
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN CONSERVA
ORIGEN:	AUSTRALIA
MARCA:	SANDHURST FINE FOODS
PRESENTACIÓN:	N/A
PRECIO:	N/A
FUENTE:	http://www.redgum.com.sg/product-gallery/
TIENDA EXPAT FOODHALL	
	 <p style="color: green; text-align: center;">Anfosso Artichokes in Extra Virgin Olive Oil 280g</p> <p style="text-align: center;">Authentic Italian Artichokes in Extra Virgin Olive Oil 280g</p>
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN ACEITE DE OLIVA
ORIGEN:	ITALIA
MARCA:	ANFOSSO
PRESENTACIÓN:	280 gramos
PRECIO:	SGD16,75
FUENTE:	http://www.expatsfoodhall.com/

COLD STORAGE		
		
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN CONSERVA	ALCACHOFA EN CONSERVA
ORIGEN:	N/A	N/A
MARCA:	ALWAYS FRESH MARIN ARTICHOKE HEARTS	EPICURE ARTICHOKE HEARTS
PRESENTACIÓN:	340 gramos	390 gramos
PRECIO:	SGD 9,45/BOTT	SGD 8,75/CAN
FUENTE:	https://www.coldstorage.com.sg/onlineshopping/browsebrand.aspx?Search=artichoke	
COLD STORAGE		
		
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN CONSERVA	ESPÁRRAGO EN CONSERVA
ORIGEN:	N/A	N/A
MARCA:	SACLA ARTICHOKE ANTIPASTO	ALWAYS FRESH ASPARAGUS CRSP ADOBADO
PRESENTACIÓN:	285 gramos	340 gramos
PRECIO:	SGD 14,20/BOTT	SGD 9,10/BOTT
FUENTE:	https://www.coldstorage.com.sg/onlineshopping/browsebrand.aspx?Search=artichoke	

BRAVO ITALY		
		
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN SALMUERA	
ORIGEN:	ITALIA	
MARCA:	GENESIS	
PRESENTACIÓN:	314 mililitros	
PRECIO:	USD 6,50	
FUENTE:	http://www.bigitalygourmet.com/in-brine/87-artichokes-in-brine.html	
ELITE FOOD		
		
PRODUCTO:	ESPÁRRAGO BLANCO ENTERO	ALCACHOFA ENTERA
ORIGEN:	FRANCIA	FRANCIA
MARCA:	PEDRO LUIS	PEDRO LUIS
PRESENTACIÓN:	N/A	N/A
PRECIO:	N/A	N/A
FUENTE:	http://www.elitefood.sg/	

H. L. YONG COMPANY (PRIVATE) LTD

	 <p style="text-align: center;">SW24604 Green Blended Asparagus Spears 12 x 15 oz (425 g)</p>	
PRODUCTO:	ESPÁRRAGO EN CONSERVA	
ORIGEN:	N/A	
MARCA:	S&W (MARCA DEL MONTE)	
PRESENTACIÓN:	425 gramos	
PRECIO:	N/A	
FUENTE:	http://www.hlyong.com/new-gallery-3/	

LIM SIANG HUAT PTE LTD

		
PRODUCTO:	ALCACHOFA EN CONSERVA	ESPÁRRAGO EN CONSERVA
ORIGEN:	ESPAÑA	CHINA
MARCA:	FIGARO	MILI
PRESENTACIÓN:	400 gramos	425 gramos
PRECIO:	N/A	N/A
FUENTE:	http://www.lshworld.com/products/prodlist.aspx?CatelD=191	

HOSEN GROUP



PRODUCTO:	ESPÁRRAGOS EN CONSERVA
ORIGEN:	SINGAPUR
MARCA:	HOSEN
PRESENTACIÓN:	N/A
PRECIO:	N/A
FUENTE:	http://www.hockseng.com/overview.htm ; http://www.21food.com/products/hosen-asparagus-59212.html

LIBRACO SERVICES (S) PTE LTD



PRODUCTO:	ESPÁRRAGOS EN CONSERVA
ORIGEN:	N/A
MARCA:	ASIA
PRESENTACIÓN:	N/A
PRECIO:	N/A
FUENTE:	http://www.libracoservices.com.sg/home.html

Fuente: RedGum, Expat Foothall, Cold Storage, Bravo Italy, Elite Food, H. I. Yong Company (Private) Ltd, Lim Siang Huat Pte Ltd, Hosen Group, Libraco Services (S) Pte Ltd
 Elaborado por: Autor

Anexo No. 4

Principales productos importados por Singapur periodo 2008-2012, valores FOB Miles USD

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR SINGAPUR PERIODO 2008-2012						
VALORES FOB, MILES USD						
DESCRIPCION	2008	2009	2010	2011	2012	PARTICIPACION %
Combustibles minerales,aceites minerales y prod.de su destilacion	87,345,958	58,851,272	81,159,099	119,321,030	123,868,570	32.61%
Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes;aparatos de grabaci	82,519,491	65,516,199	86,400,356	87,446,189	90,294,592	23.77%
Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecanicos.	48,974,556	38,936,117	46,827,389	49,154,813	50,531,351	13.30%
Instrumentos,aparatos de optica,fotografia,cinematografia,medida,contr	7,613,659	6,630,940	8,424,864	9,052,270	10,140,458	2.67%
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similare	5,661,215	6,099,607	8,062,054	7,095,150	8,818,275	2.32%
Materias plasticas y manufacturas de estas materias	4,549,729	3,806,312	6,243,345	7,789,143	8,191,697	2.16%
Productos quimicos organicos	5,021,889	3,896,325	5,540,139	6,719,554	6,974,584	1.84%
Materias no a otra parte especificadas	9,148,570	7,231,926	8,454,098	4,255,862	6,810,370	1.79%
Vehiculos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic.terrestres,sus part	5,684,883	4,041,354	4,457,716	5,606,331	5,803,378	1.53%
Navegacion aerea o espacial	8,794,995	7,807,542	5,499,866	6,138,969	5,552,501	1.46%
Manufacturas de fundicion, de hierro o de acero	4,994,150	3,835,283	3,563,924	4,335,986	4,895,190	1.29%
Miscellaneous chemical products.	2,559,356	2,538,957	3,567,659	4,188,682	4,430,559	1.17%
Fundicion, hierro y acero	5,206,995	2,470,353	3,054,076	4,585,265	3,970,372	1.05%
Navegacion maritima o fluvial	3,239,741	1,188,782	1,189,253	1,854,639	3,405,601	0.90%
Bebidas, liquidos alcoholicos y vinagre	1,696,804	1,443,310	1,800,356	2,392,559	2,531,674	0.67%
Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumeria,de tocador	1,733,187	1,522,089	1,911,854	2,356,240	2,399,823	0.63%
Productos farmaceuticos	1,521,081	1,705,287	1,896,263	2,386,267	2,181,161	0.57%
Relojeria	1,392,911	1,179,642	1,529,613	2,225,951	1,971,652	0.52%
Papel,carton;manufact. de pasta de celulosa,de papel/de carton	1,380,739	1,138,955	1,357,237	1,888,775	1,848,609	0.49%
Caucho y manufacturas de caucho	1,375,962	991,864	1,478,096	1,925,139	1,737,181	0.46%
LOS DEMÁS	29,364,425	24,952,552	28,373,877	35,051,677	33,481,281	8.81%

Fuente: Centro de Comercio Internacional TradeMap – Guía Comercial de Singapur 2013
Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Singapur

Anexo No. 5

Balanza de Pagos de Singapur período 2006-2012, valores expresados en millones de dólares singapurenses

*Yearbook of
Statistics
Singapore, 2013*

6.12 BALANCE OF PAYMENTS

Million Dollars

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
A Current Account Balance	57 332,2	69 850,5	40 802,2	48 700,1	84 572,3	82 161,7	64 279,9
Goods Balance	80 341,1	87 068,6	60 561,7	71 721,1	90 005,9	91 395,9	76 127,1
Exports of Goods	446 315,3	470 839,6	501 615,1	419 694,1	505 879,1	546 103,2	544 587,5
Imports of Goods	365 974,2	383 771,0	441 053,4	347 973,0	415 873,2	454 707,3	468 460,4
Services Balance	-11 523,8	-4 073,2	-2 194,4	-2 496,4	3 148,0	873,2	484,5
Exports of Services	93 669,6	111 305,2	126 344,9	118 704,9	137 288,7	146 103,6	148 805,6
Maintenance & Repair Services	5 701,0	6 605,6	8 354,6	9 128,1	8 648,4	9 437,8	8 537,6
Transport	36 127,4	43 859,7	51 376,0	43 551,7	52 802,8	51 911,7	53 089,5
Travel	11 973,4	13 663,5	15 158,9	13 676,8	19 331,2	22 743,2	24 070,0
Insurance	2 292,2	2 342,2	2 632,2	3 841,7	5 117,4	3 732,1	3 727,6
Government Goods & Services	321,5	330,6	359,8	341,3	350,8	370,3	389,1
Construction	881,5	1 137,1	1 532,2	1 544,6	1 406,5	1 940,9	2 100,2
Financial	10 470,0	15 451,0	15 306,5	15 081,8	16 225,6	18 649,6	18 541,3
Telecommunications							
Computer & Information	2 479,6	2 830,1	3 675,7	3 804,1	4 831,2	5 106,8	5 385,0
Charges for the Use of Intellectual Property	841,8	1 051,7	1 109,5	1 225,2	1 330,3	2 059,0	2 060,7
Personal Cultural & Recreational	323,0	357,7	619,1	645,1	689,2	633,1	633,7
Other Business Services	22 258,2	23 676,0	26 220,4	25 864,5	26 555,3	29 519,1	30 270,9
Imports of Services	105 193,4	115 378,4	128 539,3	121 201,3	134 140,7	145 230,4	148 321,1
Maintenance & Repair Services	471,4	546,4	757,0	991,0	874,1	922,5	923,6
Transport	38 134,2	42 572,4	43 413,5	36 999,6	40 567,4	43 257,4	44 137,1
Travel	17 904,5	20 208,4	23 119,4	22 813,6	25 497,3	26 962,4	28 007,6
Insurance	3 465,2	3 520,5	3 694,3	4 034,9	5 273,9	5 626,5	5 590,1
Government Goods & Services	309,7	280,3	319,1	320,0	261,3	260,8	255,9
Construction	297,9	385,1	495,6	618,2	702,0	965,7	1 045,1
Financial	2 285,9	3 465,4	3 579,1	2 989,1	3 502,6	3 819,1	3 772,2
Telecommunications							
Computer & Information	2 449,1	2 786,9	3 385,7	3 476,2	4 823,6	6 047,3	6 381,0
Charges for the Use of Intellectual Property	14 202,8	13 444,8	17 622,9	17 098,4	19 101,1	20 615,8	20 633,4
Personal Cultural & Recreational	414,6	430,2	572,6	670,1	643,6	609,0	609,5
Other Business Services	25 258,1	27 738,0	31 580,1	31 190,2	32 893,8	36 143,9	36 965,6

PrimaryIncome Balance	-8 333,8	-8 533,2	-12 291,2	-14 712,6	-1 532,0	-2 746,0	-3 919,6
PrimaryIncomeReceipts	64 850,1	87 701,0	67 569,3	71 067,3	83 643,9	84 034,5	86 885,0
PrimaryIncomePayments	73 183,9	96 234,2	79 860,5	85 779,9	85 175,9	86 780,5	90 804,6
SecondaryIncome Balance	-3 151,3	-4 611,7	-5 273,9	-5 812,0	-7 049,6	-7 361,4	-8 412,1
General Government (Net)	-181,6	-216,1	-273,7	-233,1	-296,5	-358,5	-333,1
OtherSectors (Net)	-2 969,7	-4 395,6	-5 000,2	-5 578,9	-6 753,1	-7 002,9	-8 079,0
B Capital and Financial Account Balance ¹	-28 527,0	-36 952,4	-22 986,9	-35 737,0	-30 505,9	-55 600,3	-35,586.3
FinancialAccount (Net)	-28 527,0	-36 952,4	-22 986,9	-35 737,0	-30 505,9	-55 600,3	-35 586,3
DirectInvestment	28 701,1	15 184,1	7 623,0	1 292,2	38 562,0	37,322,4	41,952,7
Assets	-29 613,0	-55,607,9	-9,638,3	-34,982,3	-34,553,1	-33,016,0	-28,842,8
Liabilities	58 314,1	70 792,0	17,261,3	36,274,5	73,115,1	70,338,4	70,795,5
Portfolio Investment	-25 716,9	-71 511,1	16 380,4	-60 693,1	-53 124,6	-16 086,3	-61,447,1
Assets	-44 371,5	-99,352,2	37,100,0	-62,413,9	-55,365,0	-9,943,9	-64,023,8
Deposit-Taking							
Corporations except the Central Bank	-21 314,7	-49 454,2	50 755,8	-49 387,2	-9,272,9	13,746,6	-38,133,1
Official	-11 591,5	-15,970,3	-19,550,7	-13,928,1	-13,910,9	-12,735,8	-13,929,9
Others	-11 465,3	-33,927,7	5,894,9	901,4	-32,181,2	-10,954,7	-11,960,8
Liabilities	18 654,6	27 841,1	-20,719,6	1,720,8	2,240,4	-6,142,4	2,576,7
Deposit-Taking							
Corporations except the Central Bank	3 267,1	-2 467,5	-2 937,9	-1 595,1	-883,4	-2,872,1	-5,240,1
Others	15 387,5	30,308,6	-17,781,7	3,315,9	3,123,8	-3,270,3	7,816,8
FinancialDerivatives	-9 563,1	-825,3	2 817,4	-20 485,2	-2 505,5	-14 945,3	-19,960,9
Assets	-15 641,8	-7,300,8	-40,569,6	28,158,2	-12,776,3	-42,116,3	-39,476,2
Liabilities	6 078,7	6 475,5	43,387,0	-48,643,4	10,270,8	27,171,0	19,515,3
OtherInvestment	-21 948,1	20 199,9	-49 807,7	44 149,1	-13 437,8	-61,891,1	3,869,0
Assets	-51 183,7	-230,445,0	-43,812,7	105,403,3	-74,342,3	-118,281,4	-14,130,4
Deposit-Taking							
Corporations except the Central Bank	-18 341,8	-141 622,9	-49 442,4	148 153,8	-12,192,1	-76,529,4	19,367,7
Official	-16 951,9	-47,117,5	-10,586,9	-22,431,8	-19,524,0	-33,870,6	-19,296,7
Others	-15 890,0	-41,704,6	16,216,6	-20,318,7	-42,626,2	-7,881,4	-14,201,4
Liabilities	29 235,6	250 644,9	-5,995,0	-61,254,2	60,904,5	56,390,3	17,999,4
Deposit-Taking							
Corporations except the Central Bank	24 772,8	213 605,6	-2 525,5	-87 614,2	34,107,8	61,739,9	4,306,0
Others	4 462,8	37,039,3	-3,469,5	26,360,0	26,796,7	-5,349,6	13,693,4
C Net Errors and Omissions	-1,809,5	-3,600,5	715,8	3 493,1	3 414,1	-5 073,7	3 912,3
D Overall Balance (A+B+C)	26 995,7	29,297,6	18,531,1	16 456,2	57 480,5	21 487,7	32 605,9
E Official Reserves (Net) ²	-26 995,7	-29 297,6	-18 531,1	-16 456,2	-57 480,5	-21 487,7	-32 605,9
SpecialDrawingRights	-10,3	-16,4	-40,1	-1 661,2	235,4	237,1	91,8
Reserve Position in the IMF	91,0	71,6	-127,1	-119,7	-45,5	-484,6	-35,1
ForeignExchangesAssets	-27 076,4	-29 352,8	-18 363,9	-14 675,3	-57 670,4	-21 240,2	-32 662,6

1 The capital account is consolidated under the financial account.

2 Increase in assets is indicated by a minus (-) sign.

Fuente: Departamento de Estadística de Singapur
Elaborado por: Departamento de Estadística de Singapur

Anexo No. 6
Formulario de NOA

Appendix A

Notification of arrival reporting format

S/N	ITEM	DATA	EXPLANATION
1	Name of vessel	e.g. GRACF	Name of Vessel.
2	Call Sign	e.g. 9ABC	Call Sign.
3	MMSI	e.g. 123456789	Maritime Mobile Service Identity code.
4	IMO Number	e.g. 0007909853	Number issued by Lloyds Register.
5	Draft	e.g. 10.5 m	Draft of vessel in metres.
6	Height	e.g. 42 m	Height in metres as defined in para 2 (d) of this circular.
7	Agent	e.g. ABC Shipping	Name of local agent.
8	ETA	e.g. 18032004/1800	First 8 numerals [18072003] denote date, month and year (i.e. DDMMYYYY) of arrival. Last 4 numerals [1800] denote estimated time of arrival (HHMM) at local time.
9	Direction From	E or W or S	Direction from which the vessel is approaching Singapore e.g. E (East), W (West) or S (South). Note: Only one direction is to be indicated.
10	Last Port	Name of last port	Last port of call e.g. Hong Kong.
11	Slop/Sludge Indicator	Y or N	Slop or Sludge indicator. Y - Vessel has slop/sludge on board. N - Vessel has no slop/sludge on board. [Please see explanatory notes]
12	CLC92 Indicator (Certificate)	Y or N	Is a valid CLC 92 certificate on board? Y/N Applicable to vessel constructed or adapted to carry more than 2,000 tonnes of oil in bulk.
13	Remarks	(if any)	The following information is to be declared as appropriate: a) conditions affecting the navigation of the vessel such as defective propulsion machinery, steering equipment, thrusters, list and/or awkward tows; b) fire hazards on board. These include hazards involving dangerous goods; c) nature of damage in the case of damaged vessels; and d) nature of immediate assistance required on arrival (if any) such as medical or fire-fighting. Note: To indicate NA if not applicable.

Fuente: Mendel
Elaborado por: Mendel

Anexo No. 8

Permiso de Despacho de Carga



PERMIT NO : IGL140861H

CARGO CLEARANCE PERMIT

PG : 1 OF 2

MESSAGE TYPE : IN-PAYMENT PERMIT
DECLARATION TYPE : GST (INCLUDING DUTY EXEMPTION)

IMPORTER:
SC IMPORT AND EXPORT LTD

VALIDITY PERIOD : 08/12/2011 -
21/12/2011

20110701SC
EXPORTER:

TOTAL GROSS WT/UNIT : 8.200/TNE
TOTAL OUTER PACK/UNIT: 1/LOT
TOT EXCISE DUT PAYABLE : S\$ 0.00
TOT CUSTOMS DUT PAYABLE: S\$ 0.00
TOT OTHER TAX PAYABLE : S\$ 0.00
TOTAL GST AMOUNT : S\$ 560.00
TOTAL AMOUNT PAYABLE : S\$ 560.00

HANDLING AGENT:

CARGO PACKING TYPE: OTHER NON-CONTAINERIZED
IN TRANSPORT IDENTIFIER:
VSL TRADE

PORT OF LOADING/NEXT PORT OF CALL:
JOHORE BHARU
PORT OF DISCHARGE/FINAL PORT OF CALL:

CONVEYANCE REFERENCE NO: V20111001
OBL/MAWB NO:
OBL20111001
ARRIVAL DATE : 08/12/2011
OU TRANSPORT IDENTIFIER:

COUNTRY OF FINAL DESTINATION:

INWARD CARRIER AGENT:
TN CARRIER AGENT PTE LTD

CONVEYANCE REFERENCE NO:
OBL/MAWB/UCR NO:

OUTWARD CARRIER AGENT:

DEPARTURE DATE :
CERTIFICATE NO:

PLACE OF RELEASE:
PASIR PANJANG FTZ
PPZ
LICENCE NO:

PLACE OF RECEIPT:
SINGAPORE
O
CUSTOMS PROCEDURE CODE (CPC) :

PERMIT NO : IG1L140861H

CARGO CLEARANCE PERMIT

(CONTINUATION PAGE)

PG : 2 OF 2

CONSIGNMENT DETAILS

S/NO	HS CODE	CURRENT LOT NO	PREVIOUS LOT NO
MARKING	CTY OF ORIGIN	BRAND NAME	MODEL
PACKING/GOODS DESCRIPTION			HS QUANTITY & UNIT
			CIF/FOB VALUE (S\$)
			GST AMOUNT (S\$)
MANUFACTURER'S NAME			

01	66019900		
MY	UAT		
OTHER UMBRELLAS (TEN)			10.0000 TEN
			7000.00
			490.00
DUMMY MANUFACTURER LTD			

02	65050020		
CN	SC PRODUCTS		
HAIR-NETS (NMB)			1000.0000 NMB
			1000.00
			70.00
DUMMY MANUFACTURER LTD			

NO UNAUTHORISED ADDITION/AMENDMENT TO THIS PERMIT MAY BE MADE AFTER APPROVAL

NAME OF COMPANY: SINGAPORE CUSTOMS

DECLARANT NAME : TN TEAM

DECLARANT CODE : XXXX9999A

TEL NO : 61234567

CONTROLLING AGENCY/CUSTOMS CONDITIONS

Y99 - SPECIMEN PERMIT ONLY

Z01 - APPROVED BY SINGAPORE CUSTOMS.

Y95 - PLS CHECK AGAIN THE DECLARED 1) HS CODES/DESCRIPTION, 2) ITEM QUANTITY OR VALUE, OR 3) ITEM VALUE WHICH EXCEEDED \$1 MILLION. IF WRONG, PLEASE AMEND OR CANCEL THIS UNUSED PERMIT WITHIN 48 HOURS. IN PARTICULAR, FOR UNUSED GST PAYMENT PERMITS, CANCELLATION OF PERMITS OR AMENDMENTS TO FIELDS AFFECTING GST SHOULD BE SUBMITTED WITHIN 23:59:59 HOURS OF THE DATE OF PERMIT APPROVAL.

GA - APPROVED BY CUSTOMS SUBJECT TO THE DECLARANT COMPLYING WITH THE FOLLOWING CONDITION(S) FOR THE PERMIT TO BE VALID. FAILURE TO COMPLY WITH THE CONDITION(S) IS AN OFFENCE.

TX - THE GOODS DECLARED IN THIS PERMIT ARE IMPORTED/EXPORTED BY A TAXABLE PERSON

GQ - IF THE DUTY/GST IS NOT PAID WITHIN THE VALIDITY PERIOD OF THE PERMIT, THIS PERMIT MUST BE CANCELLED BEFORE ITS EXPIRY DATE IF IT IS NOT USED FOR CARGO CLEARANCE

MA - THE GOODS AND THIS PERMIT WITH INVOICES, BL/AWB, ETC MUST BE PRODUCED FOR CUSTOMS CLEARANCE AT A FREE TRADE ZONE 'OUT' GATE, WOODLANDS TRAIN/WOODLANDS/TUAS CHECKPOINT UNLESS IT IS DIRECTED TO THE 'GREEN LANE' AT THE TIME OF CLEARANCE

GP - SUCCESSFUL GIRO DEDUCTION OF THE AMOUNT TO BE PAID FROM THE IMPORTER'S ACCOUNT. IMPORTER MUST HAVE ENOUGH FUNDS IN BANK ACCOUNT TO MEET PAYMENT BEFORE INSTRUCTING DECLARING AGENT TO MAKE THIS DECLARATION.

GX - THE DUTY/GST MUST BE PAID SHOULD THE GIRO DEDUCTION FAIL. CUSTOMS MAY INVOKE THE IMPORTER/DECLARANT'S BG FOR RECOVERY OF THE DUTY/GST. A PENALTY

Fuente: Mendel
Elaborado por: Mendel

Anexo No. 9

Información que debe contener una factura comercial autorizada por el SRI

- Factura impresa en establecimiento autorizado por el SRI,
- Factura autorizada por el SRI,
- Número, día, mes y año de la autorización de impresión del documento, otorgado por el Servicio de Rentas Internas,
- Número del Registro Único de Contribuyentes del emisor,
- Apellidos y nombres, denominación o razón social del emisor, en forma completa o abreviada conforme conste en el RUC. Adicionalmente podrá incluirse el nombre comercial o de fantasía, si lo hubiere,
- Denominación del documento,
- Numeración de quince dígitos,
- Dirección de la matriz y del establecimiento emisor cuando corresponda,
- Fecha de caducidad del documento, expresada en día, mes y año, según la autorización del Servicio de Rentas Internas,
- Número del Registro Único de Contribuyentes, nombres y apellidos, denominación o razón social y número de autorización otorgado por el Servicio de Rentas Internas, del establecimiento gráfico que realizó la impresión,
- Los destinatarios de los ejemplares. El original del documento se entregará al adquirente, debiendo constar la indicación ADQUIRENTE, COMPRA-DOR, USUARIO o cualquier leyenda que haga referencia al adquirente. Una copia la conservará el emisor o vendedor, debiendo constar la identificación EMISOR, VENDEDOR o cualquier leyenda que haga referencia al emisor. Se permitirá consignar en todos los ejemplares de los comprobantes de venta la leyenda: original-adquirente/copia-emisor, siempre y cuando el original se diferencie claramente de la copia,
- Los contribuyentes designados por el SRI como especiales deberán imprimir en los comprobantes de venta las palabras: Contribuyente Especial y el número de la resolución con la que fueron calificados,

- Las personas naturales y las sucesiones indivisas, que de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento de aplicación, estén obligadas a llevar contabilidad deberán imprimir en los comprobantes de venta la frase: Obligado a Llevar Contabilidad,
- Identificación del adquirente con sus nombres y apellidos, denominación o razón social y número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) o cédula de identidad o pasaporte, cuando la transacción se realice con contribuyentes que requieran sustentar costos y gastos, para efectos de la determinación del impuesto a la renta o crédito tributario para el impuesto al valor agregado; caso contrario, y si la transacción no supera los USD 200 (doscientos dólares de los Estados Unidos de América), podrá consignar la leyenda CONSUMIDOR FINAL,
- Descripción o concepto del bien transferido o del servicio prestado, indicando la cantidad y unidad de medida, cuando proceda. Tratándose de bienes que están identificados mediante códigos, número de serie o número de motor, deberá consignarse obligatoriamente dicha información,
- Precio unitario de los bienes o precio del servicio,
- Valor subtotal de la transacción, sin incluir impuestos,
- Descuentos o bonificaciones,
- Impuesto al valor agregado, señalando la tarifa respectiva,
- Importe total de la transacción,
- Signo y denominación de la moneda en la cual se efectúa la transacción, únicamente en los casos en que se utilice una moneda diferente a la de curso legal en el país,
- Fecha de emisión,
- Número de las guías de remisión, cuando corresponda,
- Firma del adquirente del bien o servicio, como constancia de la entrega del comprobante de venta.

Fuente: Presidencia de la República del Ecuador
 Elaborado por: Presidencia de la República del Ecuador

Anexo No. 12

Diversas formas de presentación palmito en conserva

Diversas formas de presentación palmito en conserva

Tallos enteros



Rodajas

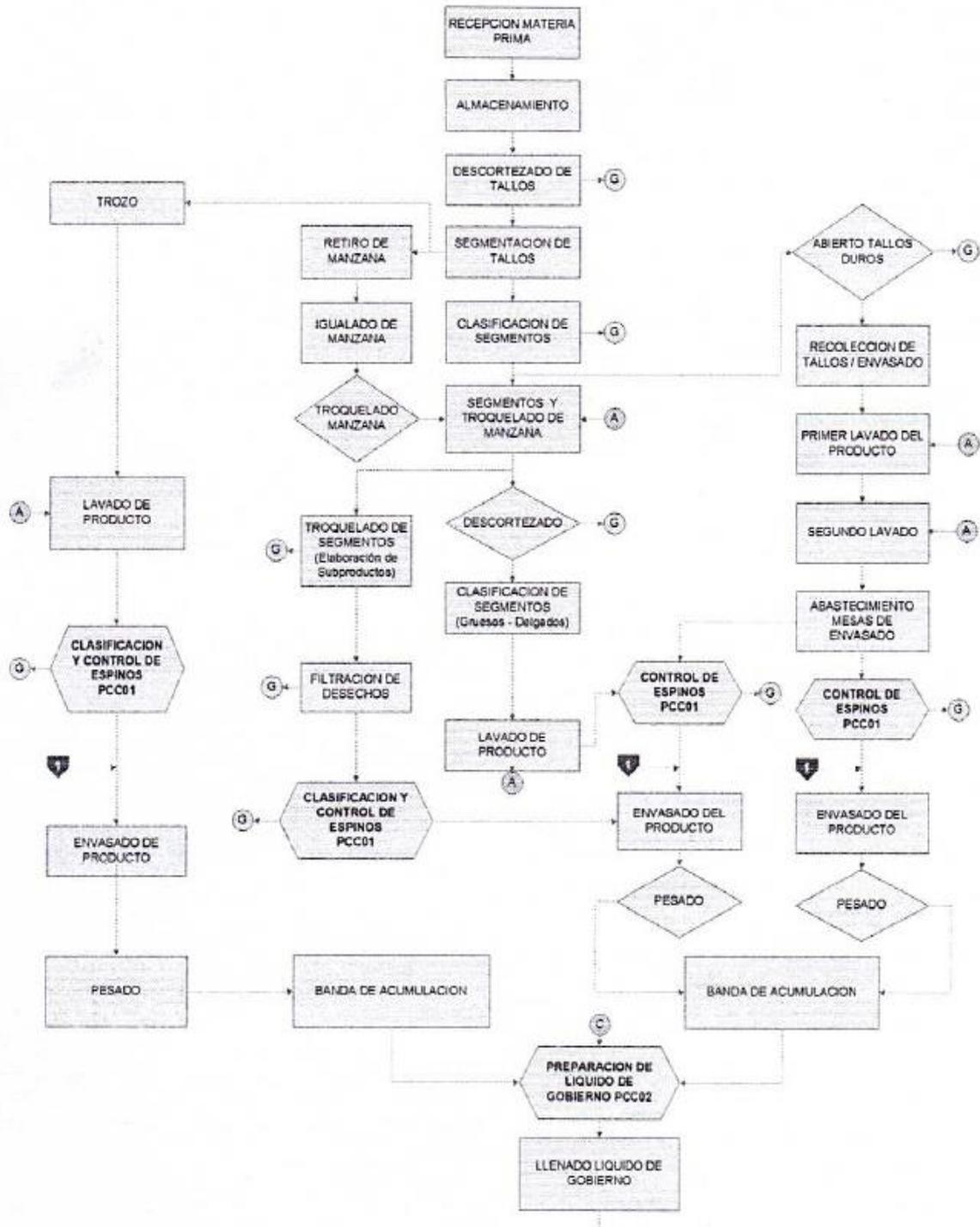


Media Luna

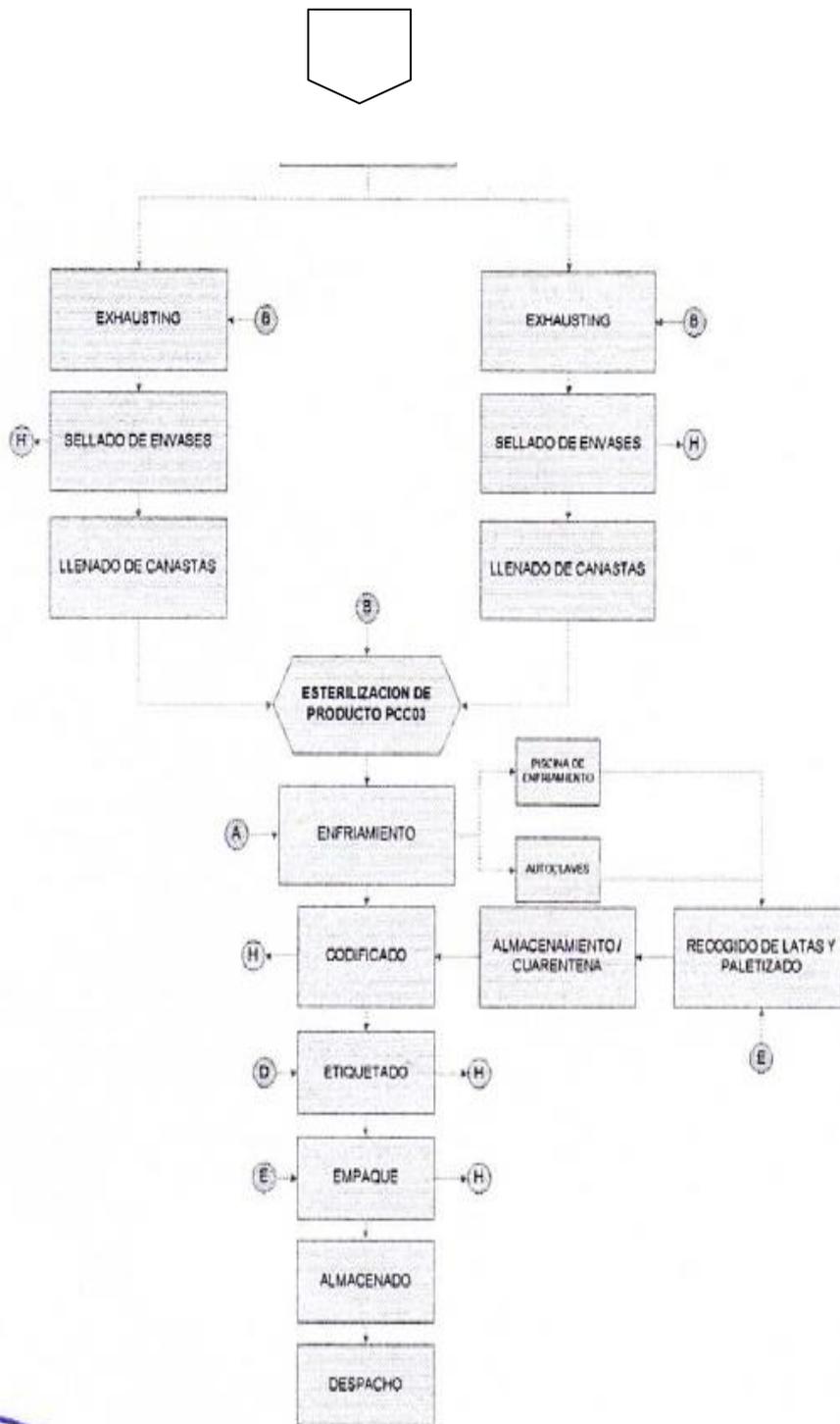


Fuente: PROCECONSA
Elaborado por: Autor

Flujo de proceso de producción de palmito en conserva



sigue



Entrevista al Ing. Sebastian Holguín – Presidente Proceconsa: Exportaciones de palmito en conserva a Singapur

1.- Qué tan atractivo ve Usted el posicionamiento del producto palmito en conserva ecuatoriano en el mercado asiático? Considerado que se ha exportado o enviado muestras a Japón y a China.

R: El atractivo principal sería la diversificación del Ecuador, el palmito ha pasado por ciertas presiones mundiales, por un tema precio, por un tema logístico, por un tema de posición de mercado, en el momento que se presenta una crisis es donde vamos a ver los mercados para diversificar, ya que la crisis genera un cierre paulatino de cantidades, o rentabilidad con precios más bajos, si nosotros estamos identificados en otras regiones o en otros países, podemos frenar ese factor negativo, simplemente lo que hace la empresa es migra, o se contenta o da más recursos a un país que paga más o que tiene sus canales de importación más abiertos, países como Venezuela o como Argentina, quienes son grandes consumidores de productos como el nuestro, como el palmito, el tema está no solamente de crisis sino también entran problemas de temas arancelario, o de protecciones, barras proteccionistas. En el mercado de Singapur, que no lo conocemos, que personalmente no hemos posicionado, entendemos que es una región que estaría bastante alejada del problema de la crisis, de lo sucedido ya con Europa, e incluso con América mismo, sería una ventaja de poder aprovechar eso. La otra cuestión es el nivel de consumo, yo no sé, pues en un estudio lo primero que debes establecer es el potencial de consumo de la población o de los segmentos que serían los interesantes para poder acceder, identificar cuáles serían estos requerimientos y qué potencial hay, si es que se puede llegar a mejor precio que los que se paga en los otros mercados, o mejores volúmenes, eso sería los atractivos que podría identificar.

2.- En el caso de que hubiese escasa competencia directa del palmito en Singapur y existan factores positivos, ¿Invertiría Usted en promocionar el palmito ecuatoriano en dicho país?

R: Así como empresa privada, siempre vemos un poco de restricciones en cuanto a volúmenes, lo que nosotros siempre vemos como empresa privada es

el retorno de esa inversión, si el retorno es a largo plazo, debería ser cantidades significativas. Si la inversión no es muy grande, y en realidad lo que se necesita es la participación en una feria, hacer contacto con los empresarios, no es una inversión muy grande, entonces puede verse en el corto plazo el nivel de recuperación de esa inversión, podría ser atractivo para nosotros.

3.- ¿Cuál es la ventaja competitiva para Usted que tiene el palmito en conserva ecuatoriano frente al de Costa Rica, Bolivia o Brasil?

R: Primero la calidad, si bien es cierto es la misma variedad, las condiciones climáticas, y los controles que hoy en día se establecen a nivel agrícola. Ecuador fue el primer país exportador a nivel mundial, por hacer las cosas bien, porque detrás de todo ese trabajo, se viene respaldado con certificaciones, con auditorías, en cada mercado emerge este tipo de mayor complejidad. En Costa Rica vemos claramente un decrecimiento de las operaciones de palmito, por el tema de rentabilidad y porque las empresas se están enfocando en un clúster diferente, se han ido a cultivos de ciclo corto en donde la inversión es más corta y la rentabilidad viene en un periodo más corto. Bolivia es un mercado productor muy importante para el sur, pero tiene problemas políticos, ahora está perdiendo oportunidades con Chile por los problemas limítrofes que tiene, con el tema argentino está perdiendo competitividad porque Argentina ya regresa a mirar a países como Ecuador para abastecerse por un tema de calidad, también Bolivia está decreciendo en su operación de palmito porque tienen otros cultivos agresivos.

4.- ¿De acuerdo a su experiencia, ve la demanda del palmito a nivel mundial en crecimiento de aquí a largo plazo?

R: El palmito es un producto noble, en el mercado que se ha concentrado se ha posicionado muy bien, es un producto que se lo ha considerado una especie de commodity en países como Francia, Venezuela, Argentina, Canadá incluso también es importante, se empieza a hacer un nivel de consumo más factible, ya no es un producto de élite, ya no es un producto que es inaccesible en ciertos segmentos de la población, sino que hemos empezado a desarrollar productos alternativos como los trozos, las rodajas, otros productos

considerados subproductos, pero el nivel de precio es mucho más bajo, entonces con ese tipo de productos en el mercado hay segmentos más interesantes, porque si bien el precio no es alto, los volúmenes son interesantes. A nivel mundial el palmito tiene un potencial muy grande porque las restricciones de consumo son mínimas, al juntar incluso la salmuera es un producto apto para todo consumidor, no tiene alérgenos, no tiene organismos genéticamente modificados, no afecta a la gente que tiene problemas de hipertensión, es un producto rico en calcio, tiene fibra, proteína, es un producto que se lleva muy bien de la mano con los productos sanos, que es la tendencia hoy en día mundial.

Fuente: Ing. Sebastian Holguín
Elaborado por: Autor

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes bibliográficas

ABC Digital. (2013). *ABC Digital*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://archivo.abc.com.py/suplementos/rural/articulos.php?pid=365315>

Aduana de Singapur. (2013). *Aduana de Singapur*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.customs.gov.sg/leftNav/trad/Permits+and+Documentation.htm>

Aduana de Singapur. (2013). *Aduana de Singapur*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.customs.gov.sg/leftNav/trad/cle/Internet+PurchasesPostal+Parcels.htm>

Aduana de Singapur. (2013). *Código de producto para Alimentos Procesados*.

Aduana de Singapur. (s.f.). *Aduana de Singapur*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.customs.gov.sg/leftNav/trad/cle/Internet+PurchasesPostal+Parcels.htm>

Agencia Nacional de Ambiente. (2013). *Agencia Nacional de Ambiente*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://app2.nea.gov.sg/>

Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación (A*STAR). (2013). *Agencia para la Ciencia, Tecnología e Investigación (A*STAR)*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.a-star.edu.sg/>

Aguirre, L. R. (2010). *Oportunidades Comerciales en Singapur*. Singapur.

Aprendiendo a exportar. (2013). *Aprendiendo a exportar*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de http://www.aprendendoaexportar.gov.br/sitio/paginas/comExportar/pp_romEmbPaLisModelo.html

Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur. (s.f.). *Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur*. Obtenido de <http://www.ava.gov.sg/FoodSector/FoodTradersAndEst/LicRegFoodTraders/index.htm>

Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur. (s.f.). *Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur*. Obtenido de <http://www.ava.gov.sg/AVA/Templates/AVA->

GenericContentTemplate.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b2BA0A4AA-05D8-4E3C-A8F9-60F26F90EA76%7d&NRORIGINALURL=%2fFoodSector%2fImportExportTransOfFood%2fReqToImportExportTransshipFood%2f&NRCACHEHINT=Guest#classifi

Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur. (s.f.). *Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur*. Obtenido de <http://www.ava.gov.sg/FoodSector/ImportExportTransOfFood/ReqToImportExportTransshipFood/obtainingfoodfromregulatedsources.htm>

Autoridad de los Ingresos Internos de Singapur IRAS. (2013). *Autoridad de los Ingresos Internos de Singapur IRAS*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.iras.gov.sg/irasHome/page.aspx?id=5676>

Autoridad Monetaria de Singapur. (2013). *Reporte Anual 2012-2013*.

Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA. (2013). *Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.mpa.gov.sg/>

Autoridad Portuaria y Marítima de Singapur MPA. (2013). *Circular Portuaria Marítima NO. 05 de 2013*.

AVA - Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur. (2013). *Una Guía de Etiquetado de Alimentos y Publicidad*. Singapur.

Ávila, B. (2013). *Guía Comercial de Singapur 2013*. Singapur.

Ávila, B. (2013). *Pitahaya en Singapur Parte III: Negociación*. Singapur.

Banco Central del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp

Banco Central del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp

Banco Central del Ecuador. (2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

Bergallo, E. (2010). *Trabajo de Estudio del mercado de palmitos y alcachofas en conserva para la Oficina Comercial de la Embajada del Ecuador en Japón*. Tokio.

BRAVO ITALY. (2013). *BRAVO ITALY*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.bigitalygourmet.com/in-brine/87-artichokes-in-brine.html>

- Bravo Italy Gourmet. (s.f.). *Bravo Italy Gourmet*. Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de <http://www.bigitalygourmet.com/>
- Cámaras Generales Fiscales AGC. (2013). *Cámaras Generales Fiscales AGC*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://statutes.agc.gov.sg/aol/search/display/view.w3p?page=0;query=CompId%3Ad7e54bfd-4b6c-4372-9f46-5a48617117c6%20ValidTime%3A20130821000000%20TransactionTime%3A20130821000000;rec=0;resUrl=https%3A%2F%2Fagcvldb.agc.gov.sg%3A443%2Faol%2Fbrowse%2FtitleRes>
- Cardoso, F. E., & Faletto, E. (1977). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI editores S.A.
- CCBOL GROUP S.R.L. (2013). *CCBOL GROUP S.R.L.* Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://www.ccbolgroup.com/palmitosCH.html>
- Centro de Comercio Internacional Trade Map. (2013). *Trade Map*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de www.trademap.org
- Chaimsohn, F. P., Mora Urpi, J., & Villalobos Rodríguez, E. (2007). *Densidades de siembra, arreglos espaciales, y fertilización en pejibaye (Bactris gasipaes cv "Diamantes-10" para palmito)*.
- Chaimsohn, F. P., Villalobos, E., & Mora Urpi, J. (2008). *Factibilidad financiera de la producción de palmito de pejibaye (Bactris Gasipaes K.) con fertilizante orgánico en Costa Rica*.
- COLD STORAGE. (2013). *COLD STORAGE*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <https://www.coldstorage.com.sg/onlineshopping/browse-brand.aspx?Search=artichoke>
- Comisión de Competencia de Singapur. (2007). *CCS Directrices sobre las disposiciones principales*.
- Comisión de Competencia de Singapur. (2007). *Directrices sobre Disposiciones Generales*. Singapur.
- Comisión de Competencia de Singapur CCS. (s.f.). *Comisión de Competencia de Singapur CCS*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.ccs.gov.sg/content/ccs/en/Legislation/Competition-Act.html>
- CORPEI. (2009). *Perfil del Palmito*. Guayaquil.
- CORPEI, C. d. (2008). *Perfiles de producto Palmito*.
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI. (2009). *Perfil del Producto Palmito*.

- Departamento de Estadística de Singapur. (2011). *Ciclo de crecimiento cronológico de Singapur y rendimiento del Indicador Adelantado Compuesto* .
- Departamento de Estadística de Singapur. (2013). *Anuario de Estadísticas de Singapur 2013*.
- Departamento de Estadística de Singapur. (2013). *Cuentas Nacionales*.
- Departamento de Estadística de Singapur. (2013). *Indicadores claves demográficos*. Singapur.
- Departamento de Estadística de Singapur. (2013). *Población y estructura de la población*. Singapur.
- Departamento de Estadísticas de Singapur. (2008). *Reporte de encuesta de gastos de los hogares 2007-2008*. Singapur.
- Departamento Forestal de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2013, de <http://www.fao.org/docrep/x0451e/x0451e08.htm>
- Doing Business. (2013). *Doing Business*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/singapore/>
- El Banco Mundial. (2013). *Índice de Desarrollo Mundial de Origen de Datos*.
- ELITE FINE FOOD. (2013). *ELITE FINE FOOD*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.elitefood.sg/>
- EXPAT FOODHALL. (2013). *EXPAT FOODHALL*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.expatfoodhall.com/>
- Ferreiro, S. (2007). *Transporteinternacional.blogspot.com*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://transporteinternacional.blogspot.com/2006/11/contratos.html>
- Food & Hotel Asia 2014. (2013). *Food & Hotel Asia* . Recuperado el 2013, de <http://www.foodnhotelasia.com/index.php/about-fha2014/the-main-event/>
- FORO SENECA. (s.f.). *FORO SENECA*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de 2008: <http://foroseneca.crearforo.com/singapur-lo-contrario-de-espaa-en-riqueza-y-empleo-tema17866.html>
- Francia, E. d. (2002). *Embajada del Ecuador en Francia*. Obtenido de http://www.ambassade-equateur.fr/commerce_esp.htm

- Guerrero, A. T. (2009). Evaluación de tres niveles de: nitrógeno, fósforo y potasio en el cultivo de palmito (*Bactris Gasipaes Kunt*) en producción, en el Cantón Puerto Quito. Santo Domingo, Santo Domingo, Ecuador.
- Guía de Procedimientos Aduaneros. (2013). *Guía de Procedimientos Aduaneros*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.customs.gov.sg/elearning/main.htm>
- H. L. YONG COMPANY. (2013). *H. L. YONG COMPANY*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.hlyong.com/new-gallery-3/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (2010). *Estudio de mercado: El sector de palmito en India*.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (2012). *El mercado del palmito en Alemania*.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (s.f.). *Guía del Exportador*.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (s.f.). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/mision/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (s.f.). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR*. Recuperado el 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/?post_type=tribe_events&eventDisplay=month
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (s.f.). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR*. Recuperado el 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/areas/promocion-de-exportaciones/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (s.f.). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR*. Recuperado el 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/category/oportunidades-comerciales/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR. (2013). *Balanza Comercial Ecuador-Singapur*.
- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD. (s.f.). *La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de

<http://www.oecd.org/std/compositeleadingindicatorsclifrequentlyaskedquestionsfaqs.htm>

LIBRACO SERVICES (S) PTE LTD. (2013). *LIBRACO SERVICES (S) PTE LTD.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2013

LIM SIANG HUAT . (2013). *LIM SIANG HUAT* . Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.lshworld.com/products/prodlist.aspx?CatelD=191>

Lim Siang Huat Pte Ltd. (s.f.). *Lim Siang Huat Pte Ltd.* Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de <http://www.lshworld.com/>

Market Access Map - Centro de Comercio Internacional. (2013). *Market Access Map.* Recuperado el 3 de Diciembre de 2013, de www.macmap.org

Mendel Online. (2013). *Mendel Online.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <https://www.mendel-online.eu/mo/Start/Start.do;jsessionid=A2173BE397C6C242C839CBB4D6CE31D5>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP. (2013). Guayaquil.

Ministerio de Ambiente y Recursos Hídricos MEWR. (2013). *Ministerio de Ambiente y Recursos Hídricos MEWR.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://app.mewr.gov.sg/web/Contents/contents.aspx?ContId=1547>

Ministerio de Desenvolvimento, Industria y Comercio Exterior. (2013). *Ministerio de Desenvolvimento, Industria y Comercio Exterior.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de http://www.aprendendoaexportar.gov.br/sitio/paginas/comExportar/pp_romEmbPaLisModelo.html

Ministerio de Trabajo de Singapur. (s.f.). *Ministerio de Trabajo de Singapur.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.mom.gov.sg/employment-practices/employment-rights-conditions/employment-act/Pages/default.aspx>

Ministerio de Trabajo de Singapur. (s.f.). *Ministerio de Trabajo de Singapur.* Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de <http://stats.mom.gov.sg/Pages/Employment-Summary-Table.aspx>

Ministerio de Trabajo de Singapur. (s.f.). *Ministerio de Trabajo de Singapur.* Recuperado el 21 de Febrero de 2014, de <http://stats.mom.gov.sg/Pages/Unemployment-Summary-Table.aspx#>

- Mintel. (2013). *Mintel*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.mintel.com/>
- Oficina Comercial del Ecuador en Santiago. (2012). *Estudio de palmito en conservas*. Santiago de Chile.
- Oficina Comercial del Ecuador en Singapur. (10 de Noviembre de 2013). Palmito. Singapur.
- Oficina de Análisis Económico Dpto de Comercio de EEUU. (2009). *Conceptos y Métodos de la Renta Nacional de EE.UU. y Cuentas de Productos*.
- Oficina Económica y Comercial de España en Singapur. (2012). *Singapur Canales de Distribución*. Singapur.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Singapur. (2012). *El mercado de productos gourmet en Singapur*. Singapur.
- Oficina Económica y Comercial del España en Singapur. (s.f.). *Singapur: Marco Político*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación FAO. (2011). *Árboles frutales y plantas únicas en la vida amazónica*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO. (2013). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Ppocesados/HORT6.HTM#A1
- Organización Mundial del Comercio. (2013). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/dev4_s.htm
- Parlamento de Singapur. (2005). *Ley de Venta de Alimentos*.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2010). *Reglamento de Comprobantes de venta, retención y documentos complementarios*.
- RED GUM. (2013). *RED GUM*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.redgum.com.sg/product-gallery/>
- Romero, V. (s.f.). *CLUBENSAYOS.COM*. Recuperado el 17 de Febrero de 2014, de <http://clubensayos.com/Temas-Variados/Palmitos/120168.html>
- Rueda, T. (21 de Noviembre de 2009). *El palmito ecuatoriano*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2013, de <http://elpalmitoecuatoriano.blogspot.com/>

- Seguridad de Gobierno de Singapur SGS. (2013). *Seguridad de Gobierno de Singapur SGS*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.sgs.gov.sg/The-SGS-Market/Fiscal-Policy.aspx>
- Servicio en Línea de Licencias de Negocio OBLs. (2013). *Servicio en Línea de Licencias de Negocio OBLs*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <https://licences.business.gov.sg/SHINE/sop/continue/OASIS/SelectLicences/7/SelectLicences>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA. (2013). *Manual específico para el proceso de exportaciones marítimas y terrestres declaradas como contenerizadas*.
- Tey, S. E. (2009). *Consumo de alimentos y gastos en Singapur: Implicaciones para las exportaciones agrícolas de Malasia*.
- Urpi, J. M. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro09/Cap4_3.htm#auto
- Vásconez, A. M. (1997). *La agroindustria del palmito en la economía ecuatoriana. Análisis del periodo 1990 – 1994*.
- Villalobos, J. (4 de Junio de 2012). *Coyuntura Económica*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2013, de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- World Bank. (2012). *World Bank*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://lpisurvey.worldbank.org/international/global>

Otras fuentes

21 FOOD.COM. (2013). *21 FOOD.COM*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.21food.com/products/hosen-asparagus-59212.html>

Alta Comisión de la República de Singapur en Kuala Lumpur. (2013). *Alta Comisión de la República de Singapur en Kuala Lumpur*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de http://www.mfa.gov.sg/content/mfa/overseasmission/kuala_lumpur/news_of_interest/01/01/20130807_03.html

Asia Round the World ASROWD. (2013). *Cotización exportación desde Ecuador de palmito en conserva a Singapur*.

Benítez, L. A. (s.f.). Proyecto de prefactibilidad para la exportación de palmito en conserva hacia la Argentina. Quito, Pichincha, Ecuador.

BLOG ALIMENTOS. (2013). *BLOG ALIMENTOS*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://blogalimentos.com/el-palmito/>

Diario La Hora. (11 de Enero de 2007). Palmito, el corazón de la palma. *Diario La Hora*.

DIETAS.NET. (2013). *DIETAS.NET*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos/verduras-y-hortalizas/verduras-en-conserva/palmito-en-conserva.html>

Holguín, S. (29 de Octubre de 2013). Proceso de producción de palmito en conserva. (S. Campaña, Entrevistador)

Hongyi, W. (s.f.). *Singapore Infopedia*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de http://infopedia.nl.sg/articles/SIP_1462_2009-02-18.html

Investopedia. (s.f.). *Investopedia*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.investopedia.com/terms/s/sibor.asp>

Guidemesingapore.com. (s.f.). *Guide me Singapore*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.guidemesingapore.com/relocation/introduction/singapores-political-system>

LOS ALIMENTOS. (s.f.). *LOS ALIMENTOS*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2013, de <http://alimentos.org.es/alcachofas-conserva>

PROCECONSA. (s.f.). *Composición del producto*.

PROCECONSA. (s.f.). *Monografía de proceso*.

PRONACA. (s.f.). *PRONACA*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2013, de http://www.pronaca.com/site/principal.jsp?arb=347&utm_source=alimentarte&utm_medium=email&utm_term=palmito&utm_content=palmito%2B en%2Becuador&utm_campaign=julio%2B2007

RECETAS.COM. (s.f.). *RECETAS.COM*. Recuperado el 17 de Febrero de 2014, de <http://www.recetas.com/ingredientes/palmitos.html>