



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TÍTULO:

Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y su Proyección y Aporte al Cambio de la Matriz Productiva en los próximos 10 años.

AUTORAS:

**Chávez Toala, Juliana Andreina
Padilla Calvache, Paola del Rocío**

Trabajo de Titulación:

**Previo a la Obtención del Título de
INGENIERAS EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

MSC. Armijos Tandazo, Vicente Paul

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Juliana Andreina Chavez Toala y Paola del Rocío Padilla Calvache, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional

TUTOR

MSC. Armijos Tandazo, Vicente Paul

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Pérez Jiménez, MGE

Guayaquil, 9 del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Juliana Andreina Chávez Toala y Paola del Rocío Padilla Calvache**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y su Proyección y Aporte al Cambio de la Matriz Productiva en los Próximos 10 Años** previa a la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional, 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, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 9 del mes de Septiembre del año 2014

AUTORAS

Juliana Andreina Chávez Toala

Paola del Rocío Padilla Calvache



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Juliana Andreina Chávez Toala y Paola del Rocío Padilla Calvache**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y su Proyecciones y Aporte al Cambio de la Matriz Productiva en los Próximos 10 Años, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 9 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORAS:

Juliana Andreina Chávez Toala

Paola del Rocío Padilla Calvache

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por las bendiciones recibidas día a día para culminar esta etapa en mi vida.

A mi madre, a mi familia por confiar en mí, que puedo cumplir mis metas, por tener un ejemplo de vida a seguir.

A mi amiga Juliana por sus aportaciones, por su paciencia, por su amistad y por el esfuerzo conjunto que hizo posible la culminación de este proyecto.

Al Ing. Vicente Armijos por sus valiosos conocimientos, su motivación, su paciencia, su experiencia y por la guía brindada durante toda la realización de este proyecto

Paola Padilla Calvache

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera primordial a Dios por haberme dado fortaleza para seguir adelante sin rendirme. A mi madre, por ser el pilar fundamental de mi vida y por haberme demostrado que todo trabajo de cualquier ámbito puede realizarse de una manera eficiente si hay paciencia y amor por las cosas. A mi padre, a pesar de tener un tiempo limitado para mí por su trabajo, me brindó su apoyo incondicional porque sé que este momento profesional que estoy viviendo es importante tanto para mí como para él.

A mi novio por su comprensión porque prefirió sacrificar su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor para ti, ahora puedo decir que parte de esta tesis lleva mucho de ti, gracias por estar siempre a mi lado. A mi compañera Paola Padilla porque sin el equipo que formamos, no habiéramos logrado esta meta.

Juliana Chávez Toala

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico principalmente a mi mama, por ser padre y madre brindándome su apoyo incondicional durante todo el transcurso de mi vida, por los valores inculcados, por su amor, consejos y por ser mi motivación para salir adelante y por haberme dado todo lo que soy como persona, a mi tía y a mi abuelita por su apoyo y por ayudarme con los recursos necesarios para poder estudiar y lograr mi objetivo de terminar la carrera y obtener mi título profesional.

A mi familia en general que ha sido un pilar importante en mi vida aportaron a mi desarrollo personal y profesional con su apoyo y motivación.

Paola Padilla Calvache



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

MSC. Armijos Tandazo, Vicente Paul
TUTOR

CONTENIDO

RESUMEN.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES.....	3
HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DEL PALMITO ECUATORIANO	3
CAPITULO I.....	6
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.2 JUSTIFICACIÓN	7
1.3 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
CAPITULO II	9
2 MARCO TEÓRICO	9
2.1 PERFIL DEL PALMITO	9
2.2 IMPORTANCIA ECONOMICA	9
2.3 ORIGEN Y VARIEDADES.-.....	10
2.4 CONDICIONES ECOLÓGICAS DE CULTIVO	10
2.4.1 HUMEDAD.....	10
2.4.2 TEMPERATURA.....	11
2.4.3 LUMINOSIDAD	11
2.4.4 SUELOS.....	11
2.4.5 SANIDAD	12
2.5EL CULTIVO DE PALMITO EN EL ECUADOR	12
2.6USOS DEL PALMITO.....	13
2.7BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL PALMITO	18

2.8 APORTE NUTRICIONAL.....	19
2.9 GASTRONOMÍA	20
2.10 FICHA TÉCNICA.....	22
2.11 SISTEMA DE SIEMBRA DEL PALMITO	23
2.12 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE SIEMBRA	24
2.13 CULTIVO DEL PALMITO	26
2.14 SUPERFICIE PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO	26
2.15 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	27
2.16 PARTIDA ARANCELARIA	28
2.17 BARRERAS ARANCELARIAS.....	29
2.18 INNOVACIÓN.....	31
2.19 MATRIZ DE ACTORES.....	32
2.20.1 MIEMBRO.....	32
2.20.2 ACCIONES GUBERNAMENTALES Y GREMIALES PARA EL PALMITO ECUATORIANO	33
2.20.3 ANCUPA	35
2.20.3 CFN (Corporación Financiera Nacional).....	36
CAPITULO III	39
3. MERCADO EXTERNO	39
3.1 BRECHA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.....	39
3.2 ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES TOTALES ECUATORIANAS	43
3.3 EXPORTACIONES TOTALES PRODUCTOS NO TRADICIONALES.....	48
3.4 EXPORTACIÓN DE PALMITO.....	50
3.4.1 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PALMITO.....	52
3.4.2 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN	56

3.43 EXPORTACIONES POR BLOQUES ECONOMICOS	59
3.4.4 PRINCIPALES EXPORTADORES DE PALMITO DEL MUNDO	68
3.5 PRINCIPAL COMPETIDOR DE ECUADOR.....	69
3.5.1 EXPORTADORES DE PALMITO EN COSTA RICA	70
3.5.1.1 PRESENTACIONES PALMITO COSTA RICA	70
3.5.2 EXPORTADORES DE PALMITO EN ECUADOR	71
3.5.2.2 PRESENTACIONES PALMITO ECUADOR	72
CAPITULO IV.....	73
4.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	75
4.3 HIPÓTESIS.....	75
4.4 VARIABLES.....	76
4.5 TIPO DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	76
4.6 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	77
4.7 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	77
4.9 ANALISIS PERCAPITA	79
4.10 GRÁFICOS DE LAS ENCUESTAS A LOS CONSUMIDORES DE PALMITO DE DIFERENTES MERCADOS	83
4.10 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	97
2.12 PROYECCIONES DE EXPORTACIONES DE PALMITO A 10 AÑOS	102
MARCO LEGAL.....	105
ANALISIS PEST	105
CONCLUSIONES.....	106
RECOMENDACIONES.....	109
ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #2.1 Superficie, Producción y rendimiento-Palmito

Tabla #2.2 Partida arancelaria –palmito

Tabla # 2.3 Barreras arancelarias

Tabla #3.4 Exportaciones totales de Ecuador: Exportaciones petroleras y no petroleras periodo 2000-2012 expresado en miles de dólares FOB

Tabla #3.5 Exportaciones totales de Ecuador: Exportaciones petroleras y no petroleras periodo 2000-2012 expresado en toneladas

Tabla #3.6 Total exportaciones productos petroleros, tradicionales y no tradicionales

Tabla #3.7 Participación del palmito en las exportaciones totales no tradicionales del país a nivel mundial

Tabla #3.8 Variación de las exportaciones anuales de palmito en toneladas y FOB

Tabla #3.9 Tres Principales destinos de exportaciones en Valor FOB (2000-2012)

Tabla #3.10 Exportaciones totales por bloques económicos

Tabla #3.11 Empresas Exportadoras de palmito (1er Trimestre 2014)

Tabla #4.12 N= Población económicamente activa

Tabla #4.13 Consumo per cápita países importadores (Toneladas y gramos)(2008-2012)

Tabla #4.14 Características del palmito según su preferencia

Tabla #4.15 Tasa de crecimiento del 2000-2012 y proyecciones a 10 años

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico #1 Principales provincias productoras de palmito

Grafico #2.1 Beneficios nutricionales del palmito

Grafico #2.2 Aporte Nutricional del palmito

Grafico #2.3 Ficha Técnica de agricultura

Grafico #2.4 Sistema de siembra del palmito

Grafico #2.5 Proceso cultivo de palmito

Grafico #3.6 Brecha exportaciones totales e importaciones (FOB) 2000-2012

Grafico #3.7 Porcentaje de dependencia del petróleo en las exportaciones totales del país (FOB) 2000-2012

Grafico #3.8 Brecha exportaciones productos tradicionales y no tradicionales e importaciones (FOB)

Grafico #3.9 Porcentaje exportación productos no tradicionales y no tradicionales (FOB) 2000-2012

Grafico #3.10 Porcentaje exportaciones totales petroleras, tradicionales y no tradicionales en miles de dólares FOB

Grafico #3.11 Porcentaje exportaciones totales petroleras, tradicionales y no tradicionales en toneladas

Grafico #3.12 Evolución de las exportaciones totales FOB Toneladas

Grafico #3.13 Evolución de las exportaciones no tradicionales en valor FOB en miles de US\$

Grafico # 3.14 Porcentaje de exportación de palmito en comparación con la exportación de productos no tradicionales a nivel mundial

Grafico #3.15 Porcentaje de exportación de palmito en comparación con la exportación de productos no tradicionales a nivel mundial en toneladas

Grafico # 3.16 Evolución de las exportaciones de palmito FOB- Toneladas

Grafico #3.17 Línea de tendencia de las exportaciones (FOB- Toneladas)

Grafico #3.18 Línea de tendencia del costo por tonelada de colocación

Grafico #3.19 Evolución de los principales destinos de exportación

Grafico #3.20 Porcentaje Principales importadores de Ecuador (valor FOB)

Grafico #3.21 Exportaciones por bloques económicos toneladas

Grafico #3.22 Exportaciones por bloques económicos en Valor FOB

Grafico #3.23 Importaciones de MERCOSUR en toneladas

Grafico #3.24 Importaciones de MERCOSUR en Valor FOB

Grafico #3.25 Importaciones de la UNION EUROPEA en toneladas

Grafico # 3.26 Importaciones de la UNION EUROPEA en Valor FOB

Grafico #3.27 Importaciones de ALADI en toneladas

Grafico #3.28 Importaciones de ALADI en Valor FOB

Grafico #3.29 Importaciones de NAFTA en toneladas

Grafico #3.30 Importaciones de NAFTA en Valor FOB

Grafico #3.31 Demanda Mundial

Grafico #3.32 Exportaciones de Ecuador y del mundo a Francia

Grafico #3.33 Principales exportadores del mundo

Grafico #3.34 Línea de tendencia de los 3 principales exportadores de palmito

Grafico #3.35 Principal competidor de Ecuador

Grafico #4.36 Porcentaje de consumo Per cápita-Francia

Grafico #4.37 Porcentaje de consumo Per cápita-Chile

Grafico #4.38 Porcentaje de consumo Per cápita-Argentina

Grafico #4.39 Porcentaje de consumo Per cápita-Estados Unidos

Grafico #4.40 Porcentaje de consumo Per cápita- Canadá

Grafico # 4.41 Genero de los encuestados

Grafico #4.42 Rango de edades

Grafico #4.43 Ciudad de residencia de los encuestados

Grafico #4.44 Nivel académico

Grafico #4.45 Consumo de palmito

Grafico #4.46 Frecuencia de consumo de palmito

Grafico #4.47 Lugar de adquisición del producto

Grafico #4.48 Grado de importación de los vegetales en los hogares

Grafico #4.49 Grado de importancia del palmito

Grafico #4.50 Razones de consumo de palmito

Grafico #4.51 Grado de importancia para mejora en la presentación del producto palmito

Grafico #4.52 Porcentaje de conocimiento sobre el origen del producto

Grafico #4.53 Escenario 1 _Exportaciones totales palmito 2000-2012

Grafico #4.54 Escenario 2 _Exportaciones totales palmito 2013-2022

Grafico #4.55 Innovaciones a base de palmito

RESUMEN

La República del Ecuador ha establecido una dependencia al sector petrolero durante las últimas cuatros décadas manteniendo una matriz productiva conformista que ha llevado a que el país exporte materia prima no invirtiendo en la industrialización de la misma y que se incremente las importaciones de productos elaborados, logrando así que exista una preocupante brecha en la balanza comercial, ya que si no consideramos a las exportaciones petroleras lo único que exporta Ecuador es un 30% y es un bajo porcentaje de ingresos percibidos, así también ha hecho caso omiso al potencial que tienen los rubros del sector no tradicional cuyas aportaciones dentro de este han sido muy significativas y que un futuro pueden llegar a convertirse en uno de los ingresos más importantes del país.

En este proyecto analizamos Los resultados de las exportaciones totales de Ecuador en los últimos 12 años donde nos muestra que los productos no tradicionales y tradicionales representan el 23.82% y el 20.86% respectivamente, nos enfocamos en las exportaciones del clúster palmito siendo un rubro poco conocido y estudiado que tiene potencial para ser explotado tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional, este producto representa el 2.21% del total de las exportaciones no tradicionales pero que ha contribuido de una manera estable a los ingresos del país percibidos anualmente convirtiendo al Ecuador como uno de los principales exportadores mundiales de este rubro.

Buscamos que Ecuador deje de basarse en la exportación de materia prima e importación de productos elaborados y comprometerse a cambiar este esquema de la matriz productiva para generar mayor participación y producción que permita un incremento en la exportación de nuevos productos elaborados, para ello se realizaron análisis estadísticos de los datos obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas a los actores involucrados (empresarios, chefs y consumidores) dando a conocer las posibles proyecciones para los

próximos 10 años, el consumo del producto y las innovaciones que se podrían realizar a base de palmito para ser implementadas en el mercado.

Este proyecto está estructurado en cuatro capítulos, en el primer capítulo se da a conocer el problema que buscamos solucionar, se define el propósito general del proyecto y como lo vamos a alcanzar. En el segundo capítulo se conoce sobre el palmito, su producción, su perfil, sus beneficios, gastronomía, la matriz de actores involucrados en el proceso de exportación y producción a nivel nacional.

En el tercer capítulo se trata del análisis financiero de las exportaciones totales del Ecuador, la brecha de exportaciones e importaciones, análisis de las exportaciones de palmito a los principales destinos, competidores de Ecuador. En el cuarto capítulo se analizan los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas a los consumidores de palmito, empresarios, exportadores y chefs para conocer sus puntos de vista acerca de hábitos y actitudes de consumo, innovaciones, desarrollos y tecnologías aplicables que aporten al proceso de cambio en la matriz productiva, así como proyecciones de exportación de palmito basado en el incremento del consumo en los próximos 10 años.

Con todo esto concluimos que el proyecto cumple con los objetivos propuestos, dando a conocer posibles innovaciones que se puedan implementar en el mercado por empresarios para potencial las exportaciones logrando un posible incremento de un año a otro con un promedio del 11% en valor FOB.

Palabras Claves: Dependencia petrolera, exportaciones, Matriz productiva, mercado, producción, innovaciones

ABSTRACT

The Republic of Ecuador has established a dependence on oil over the past four decades while maintaining conformism in the productive matrix. Ecuador exported only raw materials, the country did not invest in industrialization and it caused the increase in imports of manufactured products. There is a worrying gap between export and import. If we do not consider the oil exported by Ecuador that is the only resource in the trade balance, its incomes are only 30%. The country have ignored the potential about this products in the non-traditional sector whose contributions to the international market have been very significant and they can become one of the most important revenues of the country in the future.

This project analyzes the results of the Ecuadorian exports of Palm hearts to international markets over the past 12 years where it shows us that traditional and non-traditional products represent 23.82% and 20.86% respectively. This project focus on Palm heart exportation, a product which is not known and not very studied but it has a lot potential to be exploited in the international market and domestic market too. This product represents 2.21% of the non-traditional exports, but it has contributed in a stable manner to the country's annual revenues, being one of the main world exporters for this category.

In order to achieve this goal, Ecuador must not depend on exporting raw materials and importing finished products and it should commit to changing this scheme to generate a good participation and production to allow a greater export of new products, but the analysis were performed for this statistical data obtained from interviews and surveys to stakeholders (employees, chefs and consumers) providing the projections expected for the next 10 years, the consumption of the product and the innovations that could be implemented in the market.

This project is structured in four chapters, the first chapter is given to know the problem that we seek to solve, the overall purpose of the project should be defined and how it will be achieved. The second chapter is given to inform about the Palm hearts, production, profile, profits, gastronomy, the matrix of actors involved in the export process and production at national level.

The third chapter is a financial analysis of Ecuadorian exports, the gap between export and import, the analysis of exports of the Palm hearts to the major destinations and its international competitors. The fourth chapter discusses the results of the surveys to the consumers and interviews to the entrepreneurs which export Palm and chefs to know their points of view about the innovations, consumption and technology applicable to change the productive matrix, as well as the projections for the next 10 years about their exportation with this product.

We conclude this project in compliance with the proposed objectives, informing the strategies that can be implemented in the market by entrepreneurs for potential exports.

Key words: exportation, production, innovation, productive matrix, dependence on oil

RÉSUMÉ

La République de l'Équateur a développé une dépendance du secteur pétrolier pendant les quatre dernières décennies soutenant une matrice productive conformiste qui a mené le pays à exporter des matières premières en n'investissant pas dans l'industrialisation de la même ce qu'a fait que les importations de produits élaborés augmentent, en obtenant ainsi qu'il existe un écart inquiétant dans la balance commerciale, puisque si nous ne considérons pas les exportations l'Équateur exporte seulement 30% et est un faible pourcentage de revenu perçus, ainsi qu'il a ignoré le potentiel du secteur non traditionnel dont les contributions ont été très importantes et qu'à l'avenir peuvent devenir l'un des revenus les plus importants du pays.

Dans ce projet, nous analysons les résultats des exportations totales de l'Équateur au cours des 12 dernières années ce qui montre que les produits non-traditionnels et traditionnels représentent 23,82% et 20,86% respectivement, nous nous concentrons sur les exportations de cœur de palmier étant un produit peu connu et étudié qui a le potentiel pour être exploité autant dans le marché national comme dans le marché international, ce produit représente 2,21% du total des exportations non-traditionnelles, mais qui a contribué d'une manière stable aux revenus perçus pour le pays annuellement, en convertissant à l'Équateur comme l'un des principaux exportateurs mondiaux de ce produit.

On veut démontrer que l'Équateur doit cesser de se base sur l'exportation de matières premières et l'importation de produits finis et s'engager à changer ce système économique pour générer une majeure participation et production qui permettra une plus grande exportation de nouveaux produits élaborés, pour cela on a réalisé des analyses statistiques des données obtenues d'entretiens et d'enquêtes réalisées aux acteurs impliqués (des entrepreneurs, chefs cuisiniers et des consommateurs), entablant les projections prévues pour les dix prochaines années ,la consommation du produit et des innovations qui

pourraient réaliser en vertu de cœurs de palmier pour être mis en application sur le marché.

Ce travail est structuré en quatre chapitres, dans le premier chapitre est décrit le problème que nous cherchons à résoudre, l'objectif général du projet, et comment nous allons l'atteindre.

Le deuxième chapitre, il est sur les cœurs de palmier, sa production, son profil, ses bénéfices, sa gastronomie, la matrice d'acteurs impliqués dans le processus d'exportation et de production au niveau national.

Le troisième chapitre s'agit de l'analyse financière des exportations totales de l'Equateur, l'écart de l'exportation et l'importation, l'analyse des exportations de cœurs de palmier aux destinations principales, et les concurrents de l'Equateur.

Dans le quatrième chapitre on analyse les résultats des entretiens et d'enquêtes réalisées aux consommateurs, chefs d'entreprise exportateurs de cœurs de palmier et chefs cuisiniers pour connaître leurs points de vue sur des innovations, consommation et technologie applicables pour un changement dans la matrice productive, ainsi que des projections d'exportation de cœurs de palmier à 10 ans.

Avec tout cela, nous concluons que le projet accomplit avec les objectifs atteints, on propose de possibles innovations qui peuvent être mises en œuvre sur le marché par des entrepreneurs pour améliorer les exportations en obtenant un développement possible d'un an à l'autre avec une moyenne de 11 % en valeur FOB.

Mots-clés: Exportations, matrice productive, marché, production, innovation, Dépendance pétrolière

INTRODUCCIÓN

Entre los siglos XV y XVIII la economía se basó en la aplicación de políticas mercantilistas, el Mercantilismo significó, en términos globales, la defensa de la producción nacional, el desarrollo del aparato fiscal, el control del sistema monetario y crediticio, el establecimiento de privilegios y subsidios para impulsar el comercio y la industria, y la regulación de producción de determinados bienes y establecimientos (Anderson, 1985) (Ardant, 1975).¹

El objetivo principal del mercantilismo era lograr el superávit de la balanza de pagos y de la balanza comercial haciendo referencia al proteccionismo, la limitación de las importaciones con la imposición de aranceles, medidas contingentes, etc. Para aumentar la producción nacional y la utilización máxima de la materia prima, promoviendo las exportaciones con medidas que favorezcan a los exportadores como subsidios, primas, préstamos, etc. y beneficiar a los productores agrícolas y manufactureros con la introducción de nuevas tecnologías para disminuir las importaciones, aumentar las exportaciones y optimizar la producción.

El desarrollo de los países ha llevado a generar grandes cambios en las políticas, en la actualidad Ecuador al tener una economía capitalista está tomando como referencia algunas de estas teorías y políticas mercantilistas del siglo XV al XVIII, también según el Plan Nacional para el Buen Vivir entre las estrategias del gobierno está el “Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones, exportadores y desatinos mundiales”² para

¹ Isuani, E. (1991). Bismarck o Keynes: ¿Quién es el culpable? Notas sobre la crisis de acumulación. e E. Isuani, R. Lo Vuolo y E. Tenti Fanfani, El Estado benefactor: un paradigma en crisis, CI EPP, Buenos Aires, Miño y Dávila.

² Estrategia de cambio III, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013

“Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible”³ así como
“Construir un Estado democrático para el Buen Vivir”⁴

Nuestro país cuenta con un ecosistema cuyos recursos renovables nos permitirán explotar una diversidad de potenciales productos que pueden ser a futuro exportados.

El gobierno de turno liderado por el Economista Rafael Correa quiere darle un giro total a la economía ecuatoriana, viene trabajando en la transformación de la matriz productiva; en vista de que la misma se ha basado únicamente en exportar materia prima e importar productos terminados.

Para lograr estos objetivos se requiere la participación conjunta del Estado y el esfuerzo e iniciativa del talento humano.

³ Objetivo 11, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013

⁴ Objetivo 12, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013

ANTECEDENTES

HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DEL PALMITO ECUATORIANO

Según Leyla Jiménez (2012) el cultivo del palmito ecuatoriano empezó en 1987 donde el desarrollo del sector agroindustrial estaba dedicado al proceso de enlatado y enfrascado del mismo donde se inició en 1991. El palmito ecuatoriano se identifica por su textura más completa y agradable en el mercado, es decir, sin trozos fibrosos, con un color único a marfil, y con una resistencia más fuerte en cuanto a la oxidación de los palmitos de Brasil, Costa Rica y Venezuela.

En este sector se ha experimentado un crecimiento estable y constante que se ha ido convirtiendo en un producto con una creciente representatividad dentro de las exportaciones No tradicionales del Ecuador, también dentro del sector de las frutas y vegetales (Leyla Jiménez, 2012).

En nuestro país, el palmito no es un cultivo estacional porque se produce durante todo el año para así poder obtener hasta dos cosechas por planta anualmente. Las condiciones que se mantienen en el sector agro-ambiental de las zonas tropicales del cultivo son: la luminosidad, humedad y temperaturas estables, con un nivel de precipitación regular anualmente y con óptimas condiciones de riego y suelo que dan como resultado un producto totalmente uniforme con importantes cualidades de sabor y consistencia en el palmito. Las principales provincias ecuatorianas productoras de esta palmera son: Esmeraldas, Pichincha, Manabí, Orellana, Pastaza y Los Ríos. Las zonas que conservan una conciencia ecológica y que preservan las plantas de palmito silvestre provenientes del bosque tropical del Ecuador.(Leyla Jiménez, 2012)

Grafico #1 Principales provincias productoras de palmito



Fuente: Revista de Agronegocios, Edición 18

La superficie del palmito cultivado se encuentra en constante crecimiento debido al incremento que existe en la demanda mundial del palmito ecuatoriano, siendo este reconocido como principal exportador a nivel mundial y ya que responde a elevados estándares internacionales tanto en la producción agrícola como en el proceso industrial del producto. (Leyla Jiménez, 2012)

Según Pro Ecuador el palmito ecuatoriano se exporta en conserva, entero, en trozos o rodajas, que preservan las propiedades de textura, color y sabor agradable y delicado. Es muy apetecido por la delicadeza de su sabor, especialmente en los mercados gourmet y restaurantes más exigentes del mundo.

Existen dos variedades dentro de la producción de este cultivo: palmito con espinas (80%) y sin espinas (20%). Las conservas son la forma de presentación más utilizada.

De acuerdo a informes de Pro Ecuador, las características climatológicas y agroecológicas de los suelos para el cultivo de palmito en el Ecuador (alta humedad y precipitación, luminosidad y temperatura moderadamente elevada) privilegian su producción en ciertas zonas como el noroccidente de la provincia de Pichincha, las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santo Domingo, Los Ríos, y en la Amazonía (provincia de Orellana, principalmente).

CAPITULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El palmito es uno de los principales productos de las exportaciones no tradicionales en el Ecuador siendo considerado como el principal exportador mundial de este producto.

Las exportaciones del palmito representa el 2.21% durante los últimos doce años en los productos no tradicionales del país, donde este vegetal no ha sido explotado de la mejor manera. Sin embargo, el sector petrolero siendo un recurso ecuatoriano sigue ocupando el principal ingreso del Ecuador con un porcentaje mayor del 50% lo cual justifica su enorme dependencia en dicho sector para sostener la balanza comercial del Ecuador.

Ecuador está siendo afectado en su balanza comercial debido a las grandes importaciones que realiza y más aún cuando la explotación de los recursos no renovables como el petróleo juega el papel como principal ingreso para el Ecuador. Los productos no tradicionales representan gran rentabilidad para nosotros por cada una de las características que lo representan, en especial el palmito pero ninguno de los productos en este sector son promocionados o innovados lo suficiente para aumentar su participación en el mercado internacional.

Desde hace cuatro décadas se ha mantenido una dependencia del petróleo para mantener la matriz productiva a través de las exportaciones. Esto ha originado que las exportaciones de los productos no tradicionales tengan un bajo porcentaje de participación respecto del total de exportaciones.

Las limitaciones, la falta de mejoras y promoción para la exportación del palmito a pesar de que su curva de rendimiento de los últimos 12 años ha sido estable. Según la FAO (2013) no existen estudios sobre los posibles productos terminados que se pueden elaborar con el palmito utilizándolo como materia prima y aprovechando la fibra y vitaminas que contiene este.⁵

1.2 JUSTIFICACIÓN

Ecuador cuenta con otras opciones que podrían cubrir un déficit petrolero a futuro para que el impacto no afecte tan significativamente a la balanza comercial. Por ello deberían promover las exportaciones de productos no tradicionales, aumentar y buscar nuevas alternativas como invertir en la industrialización y producción.

Uno de los productos no tradicionales con que cuenta el país y que le ha permitido ser el mayor exportador en el mundo es el palmito según Inaexpo (2009), debido a que no es producto estacional y la situación climática del país permite que el cultivo de este sea abundante y su producción eficaz.

Aprovechando esta ventaja competitiva, esta investigación tiene como finalidad analizar el comportamiento del sector agroindustrial en los 12 últimos años en busca de los principales compradores de palmito realizando proyecciones a largo plazo que permiten dar a conocer a los empresarios, grandes y pequeños productores de la viabilidad de este proyecto; que es posible cambiar la matriz productiva, empezando a crear y exportar nuevos productos elaborados.

⁵ Acerca Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas (2013), pag 53

1.3 OBJETIVO GENERAL

Motivar al sector agroexportador ecuatoriano de palmito a la explotación de este producto no tradicional y a descubrir nuevas alternativas de manufactura como potencial exportación para aportar a un cambio en la matriz productiva.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.4.1 Analizar el comportamiento de las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales total país, por rubros y toneladas hacia los mercados internacionales en los últimos 12 años.
- 1.4.2 Medir el movimiento económico de las exportaciones de palmito del Ecuador generado desde el año 2000 – 2012 para determinar sus principales competidores
- 1.4.3 Determinar el aporte que ha generado el clúster palmito a nuestras exportaciones en miles de dólares para determinar los compradores potenciales.
- 1.4.4 Analizar la información estadística relevante para sugerir una tendencia futura del palmito en el mercado internacional.
- 1.4.5 Evidenciar innovaciones en el palmito que permitan motivar a empresarios ecuatorianos a invertir en el desarrollo de productos no tradicionales para apoyar el crecimiento económico del país en los próximos 10 años.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 PERFIL DEL PALMITO

El pejibaye como se lo conoce en Costa Rica ha sido cultivado por los indios del trópico americano desde épocas precolombinas.

El pejibaye es la planta más versátil y prometedora que se conoce (Vega, 1986).

Según Venus Manufacturers Wide Range Of Organic Chemicals el palmito es la parte comestible de las palmeras de la especie *Bactris Gacipaes* H.B.K. conocido como Tembe en Bolivia, Pejibaye en Costa Rica y Pijuayo en Peru.⁶

2.2 IMPORTANCIA ECONOMICA

De acuerdo al libro *El Cultivo de Pejibaye en la Zona Atlántica de Costa Rica* (1988), la tecnificación del cultivo de pejibaye apenas está iniciándose pero ya puede preverse su gran potencial económico explotándolo por su fruta como sucedáneo del maíz y por su palmito (ver posibles usos del pejibaye). Es posible que en poco tiempo se transforme en un cultivo mayor y tecnificado, el cual ofrezca una buena posibilidad de diversificación agrícola para las zonas bajas y húmedas del país y sirva de fundamento al desarrollo de una agroindustria muy importante.

⁶ Acerca del perfil del palmito (2014). Sitio web de CCBOL GROUP S.R.L. Venus Manufacturers Wide Range of Organic Chemicals Recuperado <http://www.ccbolgroup.com/palmitosCH.html>

2.3 ORIGEN Y VARIEDADES.-

El pejibaye cultivado surgió posiblemente de hibridaciones ínter específicas espontáneas. La segregación de esos híbridos dio origen a la gran diversidad de tipos que hoy se observan.

Su posterior distribución por los indios, la aplicación de algunos criterios de selección por los mismos y en algunos casos la ocurrencia de nuevas hibridaciones, llevó a la formación de poblaciones de pejibaye con algunas características propias que los diferencian entre sí. Pero en todos los casos cada población encierra variaciones considerables que no permiten definir las como variedades. Por lo tanto aun no existen variedades como tales, estas así como clones e híbridos comerciales aún están por crearse.

2.4 CONDICIONES ECOLÓGICAS DE CULTIVO

Según el libro Palmito de pejibaye (*Bactris gasipaes* Kunth). Su cultivo e industrialización las condiciones ecológicas para el cultivo de palmito son las siguientes: Mora Urpi J, Gainza Echeverria J. (1999)

2.4.1 HUMEDAD

En trópico húmedo su cultivo se realiza con las precipitaciones iguales o mayores de 2000 mm; con veranos no mayores de 4 meses; los suelos deben estar bien drenados caso contrario en la época de lluvias produce problemas sanitarios y limita el desarrollo radical. El crecimiento se retrasa durante los

periodos secos y se deshidrata el palmito por ende el peso se reduce y la fibrosidad se aumenta.⁷

En el trópico seco se puede cultivar con un sistema de riego en las zonas de Guanacaste, Costa Rica y Guayaquil, Ecuador. 6 meses o más dura el periodo seco prolongado y este hace que el sistema de aspersión es el más propicio para la planta aunque existen otros sistemas que pueden ser más económicos dependiendo de las condiciones de suelo y clima.(Mora Urpi, 1999)

2.4.2 TEMPERATURA

Temperatura recomendadas para su cultivo igual o superior a los 24°C; sin embargo, podría cultivarse comercialmente hasta los 23 y 22 °C según las características.(Mora Urpi,1999)

2.4.3 LUMINOSIDAD

No requiere sombra en ninguna etapa de su desarrollo, pero con una sombra moderada en su inicio puede crecer en altura más rápido, aunque la planta resulta más delgada y débil a comparación con otra expuesta al sol. La luz es esencial para inducir la producción de hijos.(Mora Urpi, 1999)

2.4.4 SUELOS

Su cultivo se realiza en suelos fértiles, aunque se adapta a cualquier variedad de suelos pueden ser secos, ligeramente arcillosos y debe tener un pH básico.(Mora Urpi, 1999)

⁷ Mora Urpi J, Gainza Echeverria J. (1999). Palmito de pejibaye (*Bactris gasipaes* Kunth). Su cultivo e industrialización. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=gjxTOMG2zgYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

2.4.5 SANIDAD

Si el cultivo se realiza correctamente y sin uso de pesticidas puede llegar a presentar condiciones sanitarias muy buenas, aunque esto aumenta que la planta sufra de estrés nutricional e hídrico. (Mora Urpi, 1999)

2.5 EL CULTIVO DE PALMITO EN EL ECUADOR

Según informes elaborados por el Ministerio de Agricultura del Ecuador, hay una estimación que el cultivo de palmito inicia en el año de 1987 en las regiones como la sierra y la costa, en donde se observa claramente un aumento en cuanto al área sembrada y los niveles de elaboración, este progreso irradia en las negociaciones al exterior que revelan incrementos importantes en el periodo, conservando un substancial nivel de exportaciones en volumen y costos a partir del año 1991.⁸

Según los estudios realizados por CORPEI a partir del año 2001 el Ecuador se convirtió en el principal exportador a nivel mundial del palmito, gracias a las excelentes e impecables condiciones climáticas y de gran productividad en el campo y en la industria de este producto⁹. Esta empresa representa el 52% de todas las exportaciones ecuatorianas no tradicionales y el 28% del consumo mundial. Para la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei), el palmito se ha transformado en un producto con alta representatividad en las exportaciones no tradicionales del país. Donde la producción constituye, también, una fuente sumamente esencial de empleo en las zonas rurales de las provincias de Esmeraldas, Pichincha, Manabí, Morona

⁸ Acerca de la agricultura del palmito ecuatoriano (2009).recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web el palmito ecuatoriano blogspot <http://elpalmitoecuadoriano.blogspot.com/2009/11/ventajas-competitivas-y-comparativas.html>.

⁹ (moya, inaexpo del ecuador y agroceres del brasil tienen en este país una planta que industrializa el palmito, 2004, pág. <http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema19.htm>).Recuperado el 22 de Junio del 2014.

Santiago, Pastaza, Napo y Sucumbíos, que han sido atenuadas para el cultivo del palmito.¹⁰

La agricultura de la palma aceitera en el Ecuador se ha formado en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas desarrollándose así en la provincia de Esmeraldas donde rodea aproximadamente unas 240.000 hectáreas, con una fabricación de aceite crudo de 430.000 toneladas métricas. Mientras que en las primeras décadas, el aceite se aprovechó para cubrir la demanda del mercado nacional, pero actualmente se exporta algo más del 50% en un total país. Ancupa, Asociación Nacional de Cultivadores en Palma Aceitera, cuenta con 6.000 palmicultores lo cual se brinda trabajo directo e indirecto a 176.000 personas donde la aportación al PIB agrícola es del 15%. (Corpei, 2004). De acuerdo a la agricultura ecuatoriana el suelo donde se desarrollan las palmas parece una bella y verde alfombra vegetal lo cual se debe a una planta leguminosa, la purearía galvánica, que crece relacionada a la palma. Añadiendo que posee la ventaja de absorber el nitrógeno del aire cambiándolo en derivados proteicos que luego son utilizados como fertilizantes. De este modo una hectárea de cultivo realiza hasta 6 toneladas de dióxido de carbono y produce el equivalente en oxígeno, todo lo cual evita que aumenten los gases contaminantes del aire que normalmente respiramos.¹¹

2.6 USOS DEL PALMITO

De acuerdo al diario Hora Buena (2012) se dice que el palmito es consumido en el mercado internacional de la siguiente manera:

¹⁰ Acerca de las investigaciones de CORPEI (2004). Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web del diario hoy <http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema19.htm>

¹¹ Acerca del suelo ecuatoriano para la agricultura de palmito (2010). Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web Ecuador Palmicultor <http://www.eluniverso.com/2010/12/07/1/1363/ecuador-palmicultor.html>.

- 1.- Forma natural, como ensaladas.
- 2.- En conservas o enlatados en salmuera con vinagre, aceite y condimentos. En esta forma se conserva más tiempo y es más comercial.
- 3.- En sus formatos de crema o sopa; refresco, licor, hoja tierna en ensalada, tostada como cereal; alimentos concentrados para animales.

Según estudios realizados en Perú el consumo de palmito a nivel mundial es un vegetal rico en fibra que puede y debe ser consumido fresco, los caminos entre las zonas industriales y los ejes de consumo han causado que a nivel global el consumo del palmito sea más consumido en su forma de salmuera, agua con una alta concentración de sal disuelta. El Perú es un país con amplios bosques cálidos, los sembradíos se ubican como parte del paquete de lucha fundamental contra el narcotráfico, es uno de las siembras opcionales que ha asumido para un mayor avance en cuanto a la Amazonía del Perú. Sin embargo, pese a su gran consentimiento en el mercado consumista internacional este ha sido discutido por los grupos ecologistas, ya que mayormente la causa de las plantas cosechadas que provienen de la selva virgen de los países sudamericanos, y no se tiene ninguna clase del efecto agrícola sistematizada para su reforestación. (Hora Buena, 2012)

Especialmente la especie *E. edulis*, nativa de las Misiones, no ha logrado ser plantada con éxito, y el corte sin abstinencia la ha llevado al borde de la extinción. El reglamento de la actividad ha elaborado la tala injustificada de palmeras para producción oculta. Pese a todos estos inconvenientes en algunas zonas esta planta es una expectativa de siembra en los bosques cálidos del Perú. Sobre todo meditando que hay zonas donde se está realizando el agro- industrial conservando como materia prima la palmera. El lanzamiento de la internalización del producto puesto que el mercado se muestra gradual y por lo tanto es ineludible conseguir una buena calidad y aplazamiento de los

productos que son fabricados. Con el propósito de lograr como resultado efectivo más en la fabricación y la estandarización de la materia prima en función a los requerimientos y exigencias del consumidor final, asumiendo que es una siembra beneficiosa y amplificadora de divisas para el país. Cabe explicar que de la elaboración total el 90% se exporta a la comunidad europea y solo una mínima parte es destinada al consumo nacional. Los usos y productos que se pueden hacer del pejibaye son muy variados. A continuación se muestra algunos posibles usos para el fruto, el palmito y el estípote o tallo ¹²

CON EL FRUTO:



- Verde: verdura y otras formas
- Enlatado: en salmuera, en vinagre, con condimentos y sabores, en encurtido
- Molido o granulado: para preparar salsas, rellenar gallinas, cremas, sopas.
- Harina: para pan, para tortilla,

para “cereal”, para queso y helados

- Frito: a la Francesa
- Concentrado: para aves, cerdos, ganado lechero, etc.
- Vino
- Vinagre
- Alcohol

¹² Acerca del consumo del palmito a nivel mundial (2012).Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web del diario hora buena <http://horabuena.blogspot.com/2012/04/el-palmito-consume-este-vegetal-de.html>.

CON EL PALMITO:



- Natural
 - Enlatado: en salmuera, en vinagre, en aceite y con condimentos
 - Crema o sopa
 - Congelad
 - Refresco
 - Licor
- Hoja tierna en ensalada
 - Tostado como cereal

CON EL ESTÍPITE O TALLO



- Madera: ornamental (parqué, columnas, etc.)
- Cañas de pescar
- Arcos y flechas
- Empuñaduras para herramientas y otros artículos
- Bordones
- Macetas
- Celulosa para papel celofán y rayón
- Licor (de las partes suaves)

INFLORESCENCIA Y HOJAS



- Inflorescencia tierna: en salmuera, en vinagre, en aceite con condimentos
- Polen: como tal, para cria de abejas y consumo humano
- Hojas: como forraje
- Como planta ornamental (sin espinas): plantas de hoja entera y hoja variegada

2.7 BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL PALMITO¹³

Según Pronaca, las propiedades nutricionales del palmito son las siguientes

Grafico #2.1 Beneficios nutricionales del palmito

Potasio	Regularización de todas las funciones celulares y incluyendo las del corazón, del sistema nervioso y de los músculos.
Vitamina B6	Ayuda al mantenimiento del sistema nervioso. Cobre, indispensable para que los huesos, tendones, tejido conectivo y el sistema vascular
Zinc	Acelera la cicatrización de heridas, y ayuda a la digestión de proteínas.
Fósforo	Favorece el mantenimiento del cerebro.
Riboflavina	Interviene en la producción de glóbulos rojos.
Vitamina C	Es importante para el mantenimiento de las defensas del cuerpo.
Hierro	La carencia de hierro en el cuerpo puede dar lugar a: debilidad corporal, palidez de la piel, fatiga habitual, entre otros
Fibra	Equilibra los niveles de colesterol y glucosa en sangre, contribuye a prevenir el cáncer de colon y también ayuda a regular el tránsito intestinal.

13 Pronaca. (2011). Acerca del Palmito: AK Iguana Consultores, C.A. Recuperado el 23 de Julio de 2014, de sitio web de AK Iguana Consultores, C.A.: <http://vidaefectiva.com.ve/conoce-los-beneficios-de-comer-palmito-v18009e/>

2.8 APOORTE NUTRICIONAL¹⁴

Grafico #2.2 Aporte Nutricional del palmito

	Cal c/100g	Sodio mg. Na	Calcio mg. Ca	Hierro mg. Fe	Fósforo mg. P	Potasio mg. K	Vit. A U.I.	Vit. B1 mg	Vit. B2 mg	Vit. B3 mg	Vit. C mg
Hortalizas A											
Acelga	25	140	90	3.5	39	400	6500	0.04	0.15	0.5	34
Apio	18	115	30	0.5	30	800	-	0.03	0.03	0.3	9
Berenjena	25	2	15	0.5	30	210	10	0.05	0.05	0.6	5
Pulpa de berenjena											
Berro	20	50	150	1.9	60	282	4900	0.10	0.15	0.9	75
Broccoli	35	16	105	1.3	78	400	2500	0.10	0.15	0.9	100
Coliflor	28	18	27	1.0	56	300	60	0.11	0.11	0.7	75
Esparrago	24	4	24	1.0	50	240	855	0.12	0.12	1.4	25
Esparrago (puntas)											
Espinaca	28	70	80	3.5	50	500	5000	0.1	0.2	0.6	45
Hinojo	25	86	100	2.5	55	400	3500	0.23	0.11	0.2	93
Lechuga	13	9	20	0.5	23	175	330	0.05	0.06	0.3	7
Pepino	15	5	20	0.8	23	170	250	0.03	0.04	0.2	13
Rabanito	15	17	20	1.2	35	320	10	0.03	0.03	0.3	26
Radicheta											
Col de bruseelas	40	11	22	1.5	80	400	550	0.11	0.14	0.9	100
Repollo											
Tomate	21	3	12	0.5	26	240	900	0.06	0.04	0.7	23
Tomate (pulpa)											
Zapallitos (zuchini)	18	1	22	0.9	22	250	350	0.04	0.07	0.5	19
Zapallitos (pulpa)											
Hortalizas B											
AjÍ	30	2	20	1.5	30	180	2000	0.08	0.07	0.8	100
Ajo	135	35	30	1.4	135	500	-	0.20	0.08	0.5	12
Alcaucil	30	45	45	1.0	60	400	150	0.08	0.1	0.8	8
Alcaucil (corazón)											
Arvejas	80	2	25	2.0	115	310	500	0.3	0.15	2.0	28
Calabaza	28	2	20	0.7	40	250	1600	0.04	0.04	0.5	12
Cebolla	37	10	30	0.6	36	150	30	0.04	0.04	0.3	10
Cebolla de verdeo	28	3	70	1.5	40	300	5800	0.08	0.11	0.6	50
Chauchas	32	5	55	1.1	40	220	500	0.08	0.15	0.8	18
Chauchas s/hilo s/grano											
Habas	105	5	29	2.3	160	400	210	0.25	0.2	1.5	29
Nabos	29	40	35	0.5	30	290	7600	0.05	0.07	0.7	30
Palmitos	26	45	86	0.8	79	336	-	0.04	0.09	0.7	1.3
Palmitos (corazón)											
Puerro	52	5	58	1.1	50	320	50	0.1	0.06	0.5	17
Remolacha	45	70	20	1.0	35	340	20	0.03	0.05	0.4	10
Zanahoria	40	45	40	0.9	35	400	3500	0.06	0.05	0.6	8
Zapallo	40	2	25	1.0	30	320	3700	0.05	0.07	0.7	11

14 Licata, M. (2014). Acerca del aporte nutricional de los productos:Zonadiet . Recuperado el 23 de Junio de 2014, de sitio web de Zonadiet: <http://www.zonadiet.com/tablas/hortalizas.htm>

2.9 GASTRONOMÍA

Ceviche de Palmito (Ecuador)



Arroz con palmito y hongos (Costa Rica)



Palmito gratinado (Costa Rica)



Empanada de palmito (PRONACA)



Sanduche de Palmito (PRONACA)



2.10 FICHA TÉCNICA

Grafico #2.3 Ficha Técnica de agricultura

FICHA TÉCNICA DE AGRICULTURA	
Producto Específico:	Palmito
Nombre Comercial:	Palmito
Código CPC V.2:	01990.01.01
Código CIU 4.0:	A0129.02
Código Nandina 2007:	1212.99.90
PROPIEDADES GENERALES	
Descripción:	El Ecuador es el principal exportador de palmito del mundo. Las ventas externas de este producto representan el 2,2% del total de exportaciones no tradicionales del país. Europa, principalmente Francia, y América Latina son los principales mercados de destino. El palmito constituye la parte central u el corazón de la palmera. Es un producto con alto contenido de fibra, sin colesterol y además contiene altas cantidades de hierro y calcio. Los corazones de palmito son suaves de color marfil, textura firme y sabor delicado
Usos:	Se lo puede consumir al natural, en ensaladas de vegetales, como bocaditos con mezclas de salsas y otros encurtidos, además de acompañamiento de una variedad de platos
Magnitud:	Peso
Unidad de Medida:	Kilogramos o toneladas
Presentación Comercial:	Empacados en frascos y cajas de cartón corrugado
PROPIEDADES ESPECÍFICAS	
Nombre Científico	Bactris gasipaes H.B.K
Clima:	La zona de cultivo ecológico es bosque húmedo y muy húmedo tropical, con clima cálido-húmedo
Tipo de Propagación:	Semillas (Sexual)

Fuente: Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas - INEC

2.11 SISTEMA DE SIEMBRA DEL PALMITO ¹⁵

Grafico #2.4 Sistema de siembra del palmito



¹⁵ Acerca del procesamiento de los corazones de palmito al natural. (2006). Recuperado el 22 de Junio de 2014, del sitio web de la FAO

2.12 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE SIEMBRA¹⁶

Recepción y selección: en este proceso se escogen los tallos tiernos de corta reciente, sin indicios de fermentación. (FAO, 2006)

Despuntado y descascarado parcial:

Con apoyo de un cuchillo largo el palmito se despunta en la parte más gruesa. De ese corte se miden 70 cm y se hace un nuevo corte, separándose el segmento restante que es duro, no comestible. Al tallo comestible se le excluye el cascarón externo, que por lo general es dura y con excesivas espinas (los productores deben usar guantes de cuero para esta labor). (FAO, 2006)

Escaldado: Los tallos se ponen en un recipiente u olla, se envuelven con agua y se cocinan a hervor durante 25 minutos. (FAO, 2006)

Descascarado final: Los palmitos escaldados se ubican sobre una mesa y se descarta todo el cascarón restante, dejando por separado el corazón que es la parte comestible. (FAO, 2006)

Troceado:

Los corazones se seccionan en trozos de 8 cm. que es el tamaño conveniente para conservar en frascos o latas de 16 onzas. Si se desea los tallos más gruesos se pueden partir en forma prolongada. (FAO, 2006)

Sumersión en salmuera de espera:

Los fragmentos se sumergen en una solución que contiene 1.5% de sal, 0.15% de ácido cítrico y 0.01% de ácido ascórbico, con la intención de prevenir el oscurecimiento. (FAO, 2006)

¹⁶ Ver nota al pie 15

Envasado:

Los pedazos se envasan en frascos de vidrio o latas estériles hasta concordar el peso drenado. Luego se rellenan con una salmuera caliente que contiene 2.5 % de sal, 0.25% de ácido cítrico y 0.01% de ácido ascórbico. (FAO, 2006)

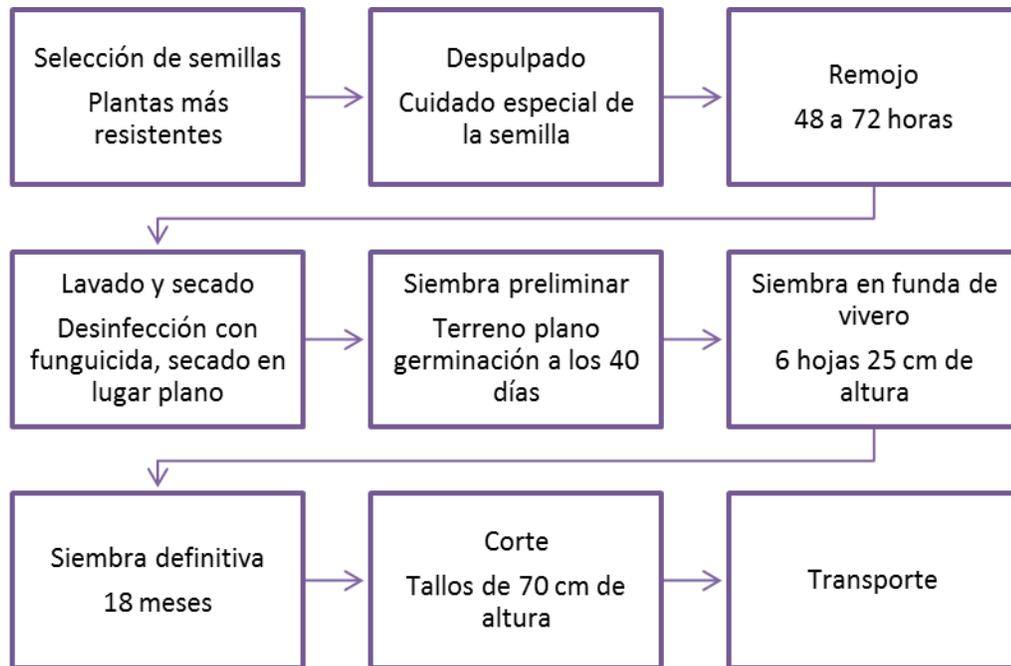
Esterilización: se cubren las tapas y se da un tratamiento de esterilización comercial. Para los frascos son 10 minutos en baño maría a 95 °C y para las latas se requiere de 10 minutos en autoclave a una ambiente de 25 minutos en baño maría. (FAO, 2006)

Enfriado: los frascos se ponen en un recipiente con agua a 40 °C para que refrigeren. Las latas, se mojen en agua fría. (FAO, 2006)

Etiquetado: los frascos o latas se secan con un trapo limpio y se les registra el código de fabricación en la tapa. Posteriormente se etiquetan y se adaptan en cajas para su almacenamiento. (FAO, 2006)

2.13 CULTIVO DEL PALMITO¹⁷

Grafico #2.5 Proceso cultivo de palmito



2.14 SUPERFICIE PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO

De acuerdo a las estadísticas del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, la siguiente tabla nos muestra la superficie cosechada en hectáreas, la producción en toneladas métricas y el rendimiento del año 2000 al año 2012

¹⁷ Acerca del procesamiento de los corazones de palmito al natural. (2006). Recuperado el 22 de Junio de 2014, del sitio web de la FAO

Tabla #2.1 Superficie, Producción y rendimiento-Palmito

TABLA DE SUPERFICIE, PRODUCCION Y RENDIMIENTO -PALMITO - -NACIONAL-

Año	Provincia	Sup_Sembrada	Sup_Cosechada	Produccion	Rendimiento
2000	Nacional	15,359	13,711	92,560	6.75
2001	Nacional		8,116	91,721	11.30
2002	Nacional		9,055	86,130	9.51
2003	Nacional		9,527	74,441	7.81
2004	Nacional		14,300	134,184	9.38
2005	Nacional		15,416	149,525	9.70
2006	Nacional		15,357	142,903	9.31
2007	Nacional		15,680	145,301	9.27
2008	Nacional		16,061	153,473	9.56
2009	Nacional		15,914	182,035	11.44
2010	Nacional		16,106	197,758	12.28

Fuente: Sistema de información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

2.15 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Según la FAO es el producto que está elaborado por tallos posteriores, sin cascarón y en pedazos de varias especies del palmero (*Bactris gasipaes*), sometidas a un proceso de precocción y conservado en contenedores de vidrio o latas y con un contenido de salmuera acidificada lo cual este vegetal es más conocido como “conserva de palmito” o “palmito al natural”.

El palmito procesado es muy valorado por su sabor, lisura, color marfil y se consume en mercados internacionales especialmente en ensaladas, pero también se puede aprovechar este vegetal en la elaboración de cremas y guisados como en Costa Rica. Los principales exportadores de palmito son Brasil, Costa Rica,

Colombia, Ecuador y Perú, mientras los países compradores son EEUU, Canadá, Francia, Alemania, España, Italia y Países Bajos.¹⁸

2.16 PARTIDA ARANCELARIA

La partida arancelaria nos facilita la identificación y clasificación de un producto para la exportación a los mercados internacionales, en la tabla N ° se muestra la partida arancelaria de palmito

Tabla #2.2 Partida arancelaria –palmito

Partida	Descripción
General	
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.
Detalle	
20089100	Palmitos, preparados o conservados de otra forma Palm hearts, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit (excl. prepared or preserved with vinegar)

Fuente: Perfil del palmito 2009, Corpei

Elaborado por: Autoras

¹⁸ Pedro Sánchez Saá, Hacia la Construcción de Territorios Competitivos e Innovadores (1990). Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web Gobierno de la Provincia de Pichincha www.cepal.org/ilpes/.../6/.../Presentación%20Palmito%20Seminario.ppt

2.17 BARRERAS ARANCELARIAS

Tabla # 2.3 Barreras arancelarias

Importing country	Year	Total ad valorem equivalent tariff
Francia	2014	0%
Chile	2009	6.00%
Argentina	2013	0%
Estados Unidos	2013	0%
Canada	2013	0%
Belgica	2014	0%
España	2014	0%
Israel	2008	12,00%
Uruguay	2013	0%
Marruecos	2012	49,00%
Libano	2007	30,00%
Venezuela	2013	0%
Colombia	2013	0%
Italia	2014	0%
Mexico	2009	20,00%

Jordania	2008	22,00%
Suiza	2013	0%
Emiratos Arabes	2014	5,00%
Reino Unido	2014	0%
Australia	2014	0%
Sud Africa	2013	20,00%
Portugal	2014	0%
Alemania	2014	0%
Panama	2013	15,00%
China	2011	5,00%

Fuente: Macmap

Elaborado por: Autoras

2.18 INNOVACIÓN

Presentación nueva del Palmito (Incorporado por Alpigo S.A)



Alpigo es una empresa costarricense que se ha dedicado a los nuevos diseños de empaque de este vegetal dando como resultado el premio de mejor empresa innovadora en marketing internacional según Procomer 2013.

COMERCIO JUSTO

Según Fairtrade Labelling Organization el Comercio Justo simboliza esta alternativa como una opción esencial al comercio convencional que se fundamenta en la participación entre productores y consumidores. Fairtrade brinda a los productores un trato más equitativo, justos y entornos comerciales más beneficiosos para ambas partes. Esto consiste en optimizar las condiciones de vida de cada persona tanto productor como consumidor y hacer procedimientos futuros que contengan un comercio justo. Para los consumidores, Fairtrade es una forma efectiva de dominar e ir contrarrestando la pobreza a través de sus compras diarias.

Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE simboliza que los productores y comerciantes han considerado los

criterios de Fairtrade como tema principal de negociación. Los criterios están destinados a edificar el desequilibrio que existe en los negocios de conseguir en las relaciones comerciales, y no guardar ningún respeto al equilibrio de los mercados y las legalidades del comercio convencional¹⁹

El Comercio Justo es una práctica fundamental en el intercambio económico responsable que se origina en el mercadeo de los productos en las naciones empobrecidas a través de mecanismos más equitativos con los productores del Sur y más considerados con el medio ambiente respetando todas las leyes de comercio justo en una negociación. Se plantea como una opción al comercio convencional, diferenciado por las relaciones asimétricamente intercambiadas, y por esta razón corresponde ir acompañado inevitablemente por la imputación y la lucha a pesar del ilícito régimen del comercio internacional que muchas veces ha pasado desapercibido en todas las reglamentaciones que se llevan a cargo de un productor y consumidor. (Fairtrade, 2011)

COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) se instituye para simbolizar a los pequeños productores que fueron fundados en diferentes rubros ante diferentes peticiones de la CLAC, FLO y otros sellos, redes y decisiones de Comercio Justo. (Fairtrade, 2011)

2.19 MATRIZ DE ACTORES

2.20.1 MIEMBRO

COPROBICH es una empresa de productores legítimamente registrada por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP)

¹⁹ Acerca del concepto de comercio justo (2011).Recuperado el 22 de Junio del 2014,sitio web Fairtrade Labelling Organizations International <http://www.fairtrade.net/what-is-fairtrade.html?&L=1>

alianza Ministerial N. 184; desde el año 2003. De derecho privado, exenta, sin fines de lucro y de servicio y patrocinio social para sus beneficiarios que son indígenas Puruhá de 65 grupos de los cantones Riobamba, Colta, Guamote, Guano y Penipe. En la actualidad cuenta con 650 familias afiliadas. La misión de COPROBICH es producir, convertir y comerciar productos de alta eficacia, efectuando patrones internacionales para poder compensar y prevalecer la demanda de sus consumidores, originando el resguardo del medio ambiente, ayudando al impulso socio-económico de sus beneficiarios y de la Provincia de Chimborazo.²⁰

2.20.2 ACCIONES GUBERNAMENTALES Y GREMIALES PARA EL PALMITO ECUATORIANO

La ayuda de técnicas frescas al sector agrario se convierte en el principal socio para su reactivación. Principalmente porque es semejanza de seguridad ya que es considerada como una labor que concibe ingresos y empleo para el país; y al mismo tiempo permite desarrollar la fabricación con bajos costes en la mano de obra, pues así los cultivadores ya no deben asistir a los financiamientos ilegales por falta de dinero. (Revista Agro, 2012)

En el 2013, el régimen mercantil ha sido costeado por 1. 506 millones de dólares para las siembras de banano, café, cacao, cereales, flores, y otros cultivos. A eso, se añade la cría de animales, de camarón, pesca y extracción de madera. Esos patrimonios simbolizaron un 17% más de lo que se concedió en el 2012, que alcanzó a los 1.287 millones de dólares. (Revista Agro, 2012)

Según el Banco Central del Ecuador en el 2013, el gobierno costeó 16.287 millones de dólares en créditos a todos los partes productivas del

²⁰ Acerca de coordinadora ecuatoriana de comercio justo (2014).Recuperado el 22 de Junio del 2014, sitio web de Coprobich <http://es.cejecuador.org.ec/miembros/coprobich/>

estado. De ahí, para los cultivos agrarios y actividades de pesca y acuicultura fueron impartidos el 9,2% del monto total, que aumentaron los 1,506 millones. (Revista Agro, 2012)

Hay que solemnizar que el sector agronómico o sector primario está accedido por las diferentes funciones económicas en relación a la evolución de los recursos originarios en productos primarios no evolucionados. Habitualmente, los frutos principales que son los productos agrarios son los más utilizados como materia prima en la elaboración industrial. Las actividades primordiales en relación a la sección principal del Ecuador son la agricultura, la ganadería, la repoblación forestal, la apicultura, la acuicultura, la caza y la pesca. (Revista Agro, 2012)

Según la Superintendencia de Bancos la banca gubernamental es la que mayor soporte concede en el campo con plazos convenientes a las agriculturas y tasas de interés mínimas al sector. Existen programas de créditos exclusivos para el sector agrario cuya oferta de créditos a bajo costes y el financiamiento de propósitos a largo plazo se conceden diariamente de forma individual y a agrupaciones agrícolas.

En el 2013, la banca estatal contribuyó con 5.599,7 millones de dólares. Eso simbolizó un incremento del 8,2% a comparación del año anterior que se dispuso en 5.176,2 millones. La actividad agraria fue una de las favorecidas del patrimonio para regenerar sus niveles de fabricación en cuanto al producto. (Revista Agro, 2012)

Según la Revista Agro en la lista de las entidades que son gestionadas por el Estado son: el Banco del Pacífico, Corporación Financiera Nacional (CFN) y Banco Nacional de Fomento. Los recursos económicos no son el principal soporte para los cultivadores sino más bien la prosperidad en sus niveles de fabricación en los productos, ya que la gran mayoría no se ha

tecnificado y ha producido que sus costes de la industria sean desiguales y caros.²¹

2.20.3 ANCUPA

La Asociación Nacional de Cultivadores en Palma Aceitera es la agrupación que surge con la misión de simbolizar y valer a los palmicultores ecuatorianos, promoviendo su impulso monetario y nacional con un compromiso ambiental. Esta asociación se ocupa en las 5 zonas palmeras: Quinindé, La Concordia, Quevedo, San Lorenzo y el Oriente, resguardando así todo las provincias palmeras del Ecuador. (Ancupa, 2013)

ANCUPA cuenta con el Centro de Investigaciones en Palma Aceitera - CIPAL- en el cual se llevan a cabo indagaciones bajo una perspectiva de forma interdisciplinaria e interactiva. Elaborándose a nivel de laboratorio, zonas empíricas y en sembradíos comerciales. (Ancupa, 2013)

La gestión de la Asociación se orienta esencialmente en proponer servicios de:

- Representación gremial
- Licencias y Fichas Ambientales
- Elaboración de bioproductos
- Laboratorio microbiológico
- Refuerzo técnico
- Exploración ambiental y metereológica
- Formaciones
- Publicaciones y biblioteca

²¹ Acerca de los créditos que se siembran en el sector agropecuario (2012).Recuperada 22 de Junio del 2014, del sitio web de la revista AGRO <http://www.revistaelagro.com/2014/05/02/creditos-se-siembran-en-el-sector-agropecuario/>

Según ANCUPA surge el 29 de octubre de 1970, como una corporación de representación del sector palmicultor, donde se origina en diversas habilidades sobre el beneficio de todos quienes establecen parte de la sucesión lucrativa del aceite de palma. (Ancupa, 2013)

Este Gremio congrega a todas las personas naturales o jurídicas, consagradas al cultivo de palma aceitera, extracción de aceite rojo y de palmiste que enuncien su aspiración de asociarse, promoviendo la alianza, contribución y asistencia recíproca entre ellos, así como el avance y el perfección del cultivo y extracción.(Ancupa, 2013)

Según Gilbert, Representante de Ancupa «Pese a la grave crisis que atraviesa hoy en día el sector palmicultor debido a la enfermedad de la PC, ANCUPA continúa en su proceso de mantener un gremio sólido e integral. Si mantenemos una organización adecuada, transmitiremos nuestras necesidades a los organismos públicos y privados que nos pueden facilitar la ayuda que hoy en día necesitamos de manera urgente. No desmayaremos ni escatimaremos todos los esfuerzos hasta conseguir el bienestar del palmicultor, donde se continuarán realizando reuniones y asambleas para establecer estrategias y fomentar un plan de acción emergente».²²

2.20.3 CFN (Corporación Financiera Nacional)

Según Francisco Naranjo (2014), los cultivos de palma africana han crecido de manera acelerada en diferentes provincias del país. Esto nos ha permitido superar en más de 40.000 hectáreas a las plantaciones de banano,

²² Gilbert Torres, representante de ANCUPA (2013).Recuperado el 22 de Junio del 2014,sitio web de ANCUPA <http://www.ancupa.com/index.php/sala-de-prensa/143-ancupa-reunion-palmicultores>

según afirmó el director ejecutivo de la Asociación de Cultivadores de Palma (Ancupa, 2014).²³

Según Jorge Wated (2004) el crecimiento se ha debido en parte gracias al apoyo que entidades del sector público le han dado, como es el caso de la Corporación Financiera Nacional (CFN). Esta entidad en los últimos seis años ha invertido más de 81 millones de dólares en créditos dirigidos para la producción de palma africana, así como para la elaboración de aceite y demás derivados.²⁴

Este apoyo se ha visto reflejado en un nuevo Acuerdo de Cooperación, el cual permitirá que los palmicultores accedan a las facilidades de crédito que mantiene la Corporación, así como a las asesorías de planes de negocios, proyectos y alcance de información que ofrece la entidad gubernamental.²⁵

Esta actividad productiva va de la mano con las iniciativas orientadas a la transformación de la matriz productiva en el país, una vez que permite contar con materia prima para desarrollar proyectos de biocombustibles promovidos por el Gobierno Nacional o por inversionistas privados. Según Jorge Wated (2004) «Las energías renovables están definidas como un sector productivo prioritario para el cambio de matriz productiva. De ahí la importancia de apoyar al sector palmicultor del país».

²³ Francisco Naranjo, funcionario de ANCUPA (2014).Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web del telégrafo <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/los-palmicultores-tienen-300-millones-en-ingresos.html>

²⁴ Jorge Wated, gerente de CFN (2014).Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web el telégrafo <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/los-palmicultores-tienen-300-millones-en-ingresos.html>

²⁵ ver nota al pie 23 y 24

La Corporación Financiera señala como organización es la que maneja los montos de los créditos, señaló que los préstamos están dirigidos directamente al desarrollo de dos tipos de productos y a aumentar la producción, es decir, nuevas siembras. También a incrementar la productividad, esto es que las actuales plantaciones sean más productivas, y para esto se necesita de la transferencia de tecnología y capacitación al palmicultor.²⁶

Según Francisco Naranjo (2014) El acceso a créditos específicos para la palma es importante porque es un cultivo de largo plazo o de largo aliento que se demora en entrar en producción cerca de cuatro años, y que luego se mantiene productivo por 20 años. “Se requieren unos préstamos y unas condiciones financieras específicas para palma, es decir, con cuatro años de gracia y por lo menos 10 años para pagar. De esta forma se ajusta a la etapa productiva del cultivo y esto es lo que hemos acordado con la CFN”.²⁷

²⁶ ver nota al pie 23

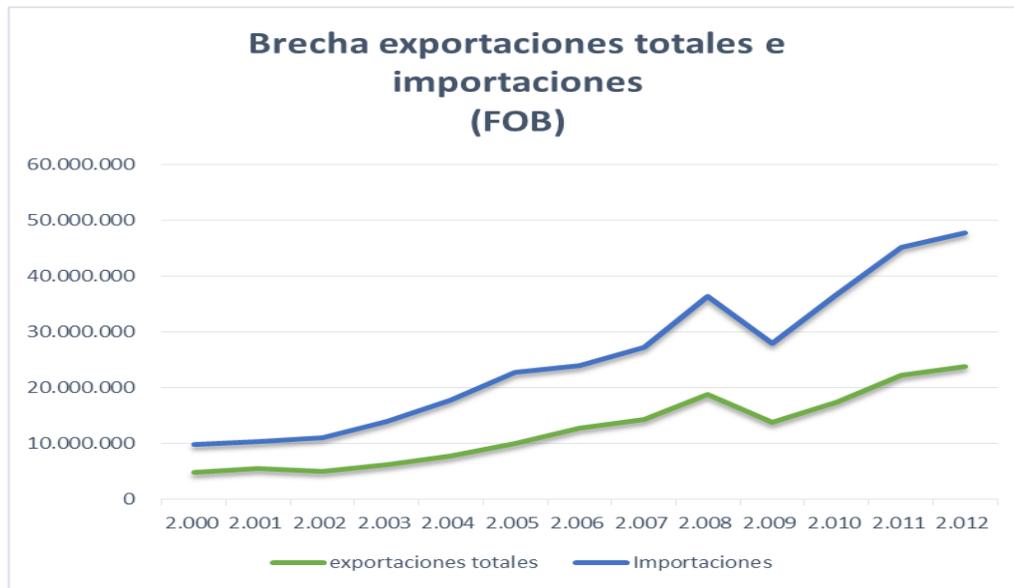
²⁷ ver nota al pie 23

CAPITULO III

3. MERCADO EXTERNO

3.1 BRECHA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

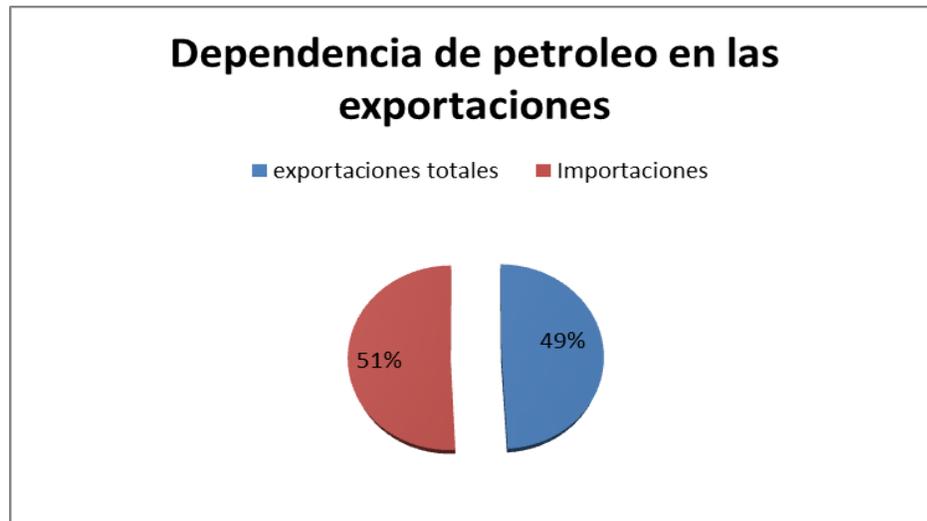
Grafico #3.6 Brecha exportaciones totales e importaciones (FOB) 2000-2012



Fuente Banco Central, Trade Map

Elaborado por Autoras

Grafico #3.7 Porcentaje de dependencia del petróleo en las exportaciones totales del país (FOB) 2000-2012

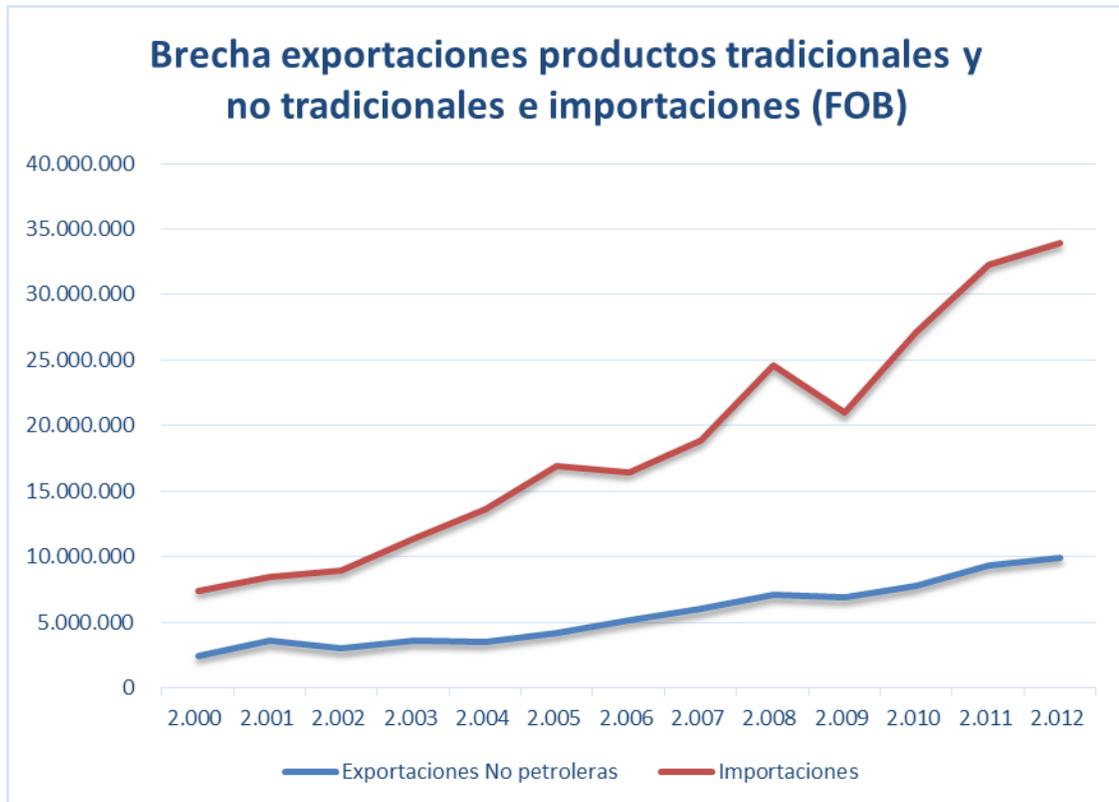


Fuente Banco Central, Trade Map

Elaborado por Autoras

De acuerdo a la grafica #3.7 podemos observar que el pais ha mantenido un equilibrio en su balanza comercial en los ultimos 12 años pero con la dependencia que se tiene del petroleo, si quitamos este recurso no renovable del total de las exportaciones y sólo consideramos las exportaciones tradicionales y no tradicionales (grafico #3.9) no podemos sustentar la balanza comercial debido a que las importaciones alcanzarían un 70% y esto nos ayuda a entender a que nos puede llevar si seguimos dependiendo del petroleo.

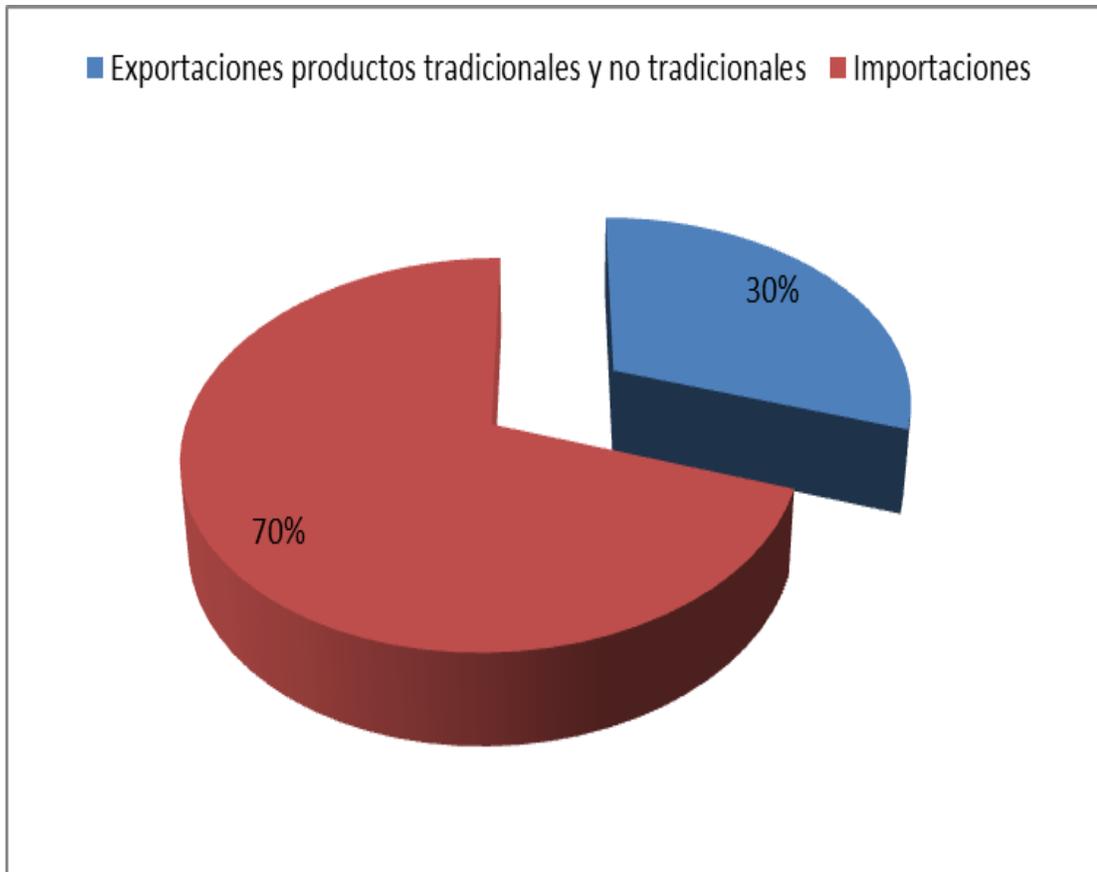
Grafico #3.8 Brecha exportaciones productos tradicionales y no tradicionales e importaciones (FOB)



Fuente Banco Central, Trade Map

Elaborado por Autoras

Grafico #3.9 Porcentaje exportación productos no tradicionales y no tradicionales (FOB) 2000-2012



Fuente Banco Central, Trade Map

Elaborado por Autoras

3.2 ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES TOTALES ECUATORIANAS

Tabla #3.4

Exportaciones totales de Ecuador: Exportaciones petroleras y no petroleras periodo 2000-2012 expresado en miles de dólares FOB

Miles de dólares FOB												
Años	TOTAL EXPORTACIONES	PETROLERAS			NO PETROLERAS							
		Total	Petróleo crudo	Derivados	Tradicionales						No tradicionales	Total
					Banano y plátano	Café y elaborados	Camaron	Cacao y elaborados	Atún y pescado	Total		
2000	4.926.627	2.442.423	2.144.009	298.415	821.374	45.584	285.434	77.361	72.202	1.301.954	1.182.249	2.484.203
2001	5.479.341	1.899.994	1.722.332	177.662	1.665.419	44.104	281.386	86.610	92.009	2.169.528	1.409.818	3.579.347
2002	5.036.121	2.054.988	1.839.024	215.964	969.340	41.689	252.718	129.057	87.947	1.480.750	1.500.383	2.981.133
2003	6.222.693	2.606.819	2.372.314	234.505	1.100.800	70.423	298.964	169.641	97.539	1.737.367	1.878.507	3.615.874
2004	7.752.891	4.233.993	3.898.508	335.484	1.023.610	84.136	329.793	154.235	82.100	1.673.874	1.845.025	3.518.899
2005	10.100.031	5.869.850	5.396.840	473.010	1.084.394	92.249	457.539	176.126	114.975	1.925.283	2.304.898	4.230.181
2006	12.728.148	7.544.510	6.934.010	610.500	1.213.489	99.423	588.160	171.088	128.015	2.200.175	2.983.462	5.183.637
2007	14.321.315	8.328.566	7.428.356	900.210	1.302.549	123.300	612.887	239.361	168.996	2.447.094	3.545.656	5.992.750
2008	18.818.327	11.720.589	10.567.947	1.152.642	1.640.528	130.137	712.724	290.259	192.451	2.966.100	4.131.638	7.097.738
2009	13.863.058	6.964.638	6.284.131	680.507	1.995.654	139.716	664.419	402.634	233.602	3.436.025	3.462.395	6.898.419
2010	17.489.927	9.673.228	8.951.941	721.287	2.032.769	160.946	849.674	424.912	237.405	3.705.706	4.110.994	7.816.700
2011	22.322.353	12.944.868	11.799.973	1.144.895	2.246.465	260.177	1.178.389	586.520	257.380	4.528.931	4.848.554	9.377.485
2012	23.769.568	13.791.957	12.711.229	1.080.729	2.077.351	261.058	1.279.653	454.815	324.535	4.397.412	5.580.198	9.977.610
TOTAL	162.830.400	90.076.424	82.050.614	8.025.810	19.173.741	1.552.942	7.791.739	3.362.619	2.089.156	33.970.199	38.783.777	72.753.976

Fuente: Banco Central

Elaborado: Por Autoras

Tabla #3.5

Exportaciones totales de Ecuador: Exportaciones petroleras y no petroleras
periodo 2000-2012 expresado en toneladas

TONELADAS												
Años	TOTAL EXPORTACIONES	PETROLERAS			NO PETROLERAS							
		Total	Petróleo crudo	Derivados	Tradicionales					Total	No tradicionales	TOTAL
					Banano y platano	Café y elaborados	Camarón	Cacao y elaborados	Atún y pescado			
2000	19.982.410	14.415.021	12.055.515	2.359.507	4.098.637	30.136	35.939	79.504	35.911	4.280.127	1.287.262	5.567.389
2001	23.845.865	14.714.905	12.574.475	2.140.430	7.373.836	32.284	44.323	74.668	56.155	7.581.266	1.549.694	9.130.961
2002	19.785.794	13.766.577	11.785.030	1.981.547	4.348.582	20.860	45.736	72.631	38.739	4.526.549	1.492.668	6.019.217
2003	21.311.618	14.667.803	12.928.942	1.738.860	4.763.867	27.329	56.864	89.765	34.764	4.972.589	1.671.226	6.643.815
2004	26.614.277	20.124.164	18.099.231	2.024.933	4.700.965	31.298	67.812	91.818	32.324	4.924.217	1.565.897	6.490.114
2005	27.321.778	20.317.290	18.404.855	1.912.435	4.848.939	34.874	92.033	105.295	42.136	5.123.277	1.881.211	7.004.489
2006	28.608.966	21.152.731	19.109.671	2.043.059	4.958.039	31.679	117.399	99.968	44.074	5.251.159	2.205.077	7.456.236
2007	27.732.718	19.725.875	17.356.399	2.369.477	5.288.236	30.046	127.704	94.849	56.821	5.597.656	2.409.187	8.006.843
2008	28.099.369	20.062.920	17.817.547	2.245.373	5.360.007	26.909	129.938	106.507	61.344	5.684.704	2.351.744	8.036.449
2009	27.348.361	18.517.067	16.721.353	1.795.714	5.728.298	41.045	136.295	143.980	82.809	6.132.427	2.698.867	8.831.294
2010	26.628.009	18.950.191	17.407.616	1.542.576	5.156.070	38.536	151.336	133.523	88.361	5.567.825	2.109.993	7.677.818
2011	27.311.034	18.767.729	17.025.440	1.742.289	5.667.958	55.806	187.391	182.194	72.486	6.165.836	2.377.469	8.543.305
2012	27.921.305	19.637.613	18.114.115	1.523.498	5.195.777	51.715	209.029	172.882	85.158	5.714.561	2.569.131	8.283.692
TOTAL	332.511.506	234.819.885	209.400.188	25.419.698	67.489.213	452.515	1.401.800	1.447.583	731.082	71.522.193	26.169.428	97.691.621

Fuente: Banco Central

Elaborado; Por autoras

Tabla #3.6

Total exportaciones productos petroleros, tradicionales y no tradicionales

	FOB	Toneladas
X petroleras	90.076.424	234.819.885
Tradicionales	33.970.199	71.522.193
No tradicionales	38.783.777	26.169.428
X TOTALES	162.830.400	332.511.506

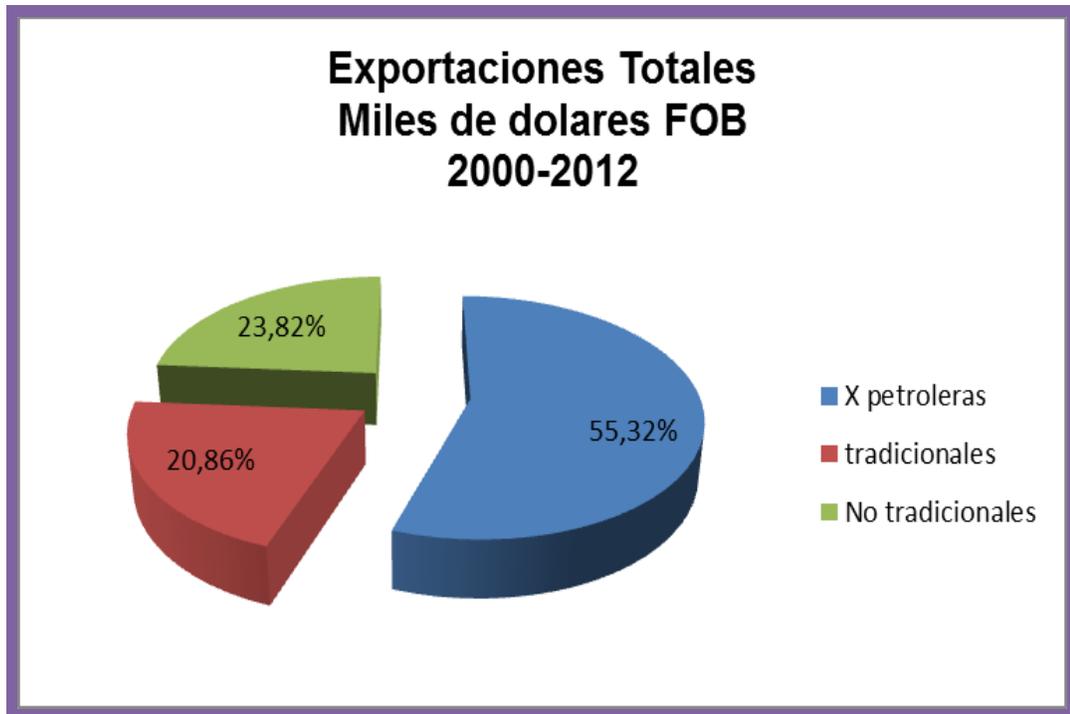
Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

En el Grafico #3.5 y #3.6 podemos observar que las exportaciones ecuatorianas de los últimos 12 años se han basado en la exportación de productos petroleros alcanzando el 55.32% el cual representa \$90.076.424 en valor FOB del total de las exportaciones de Ecuador, seguido de las exportaciones no tradicionales que representan el 23.82%

Grafico #3.10

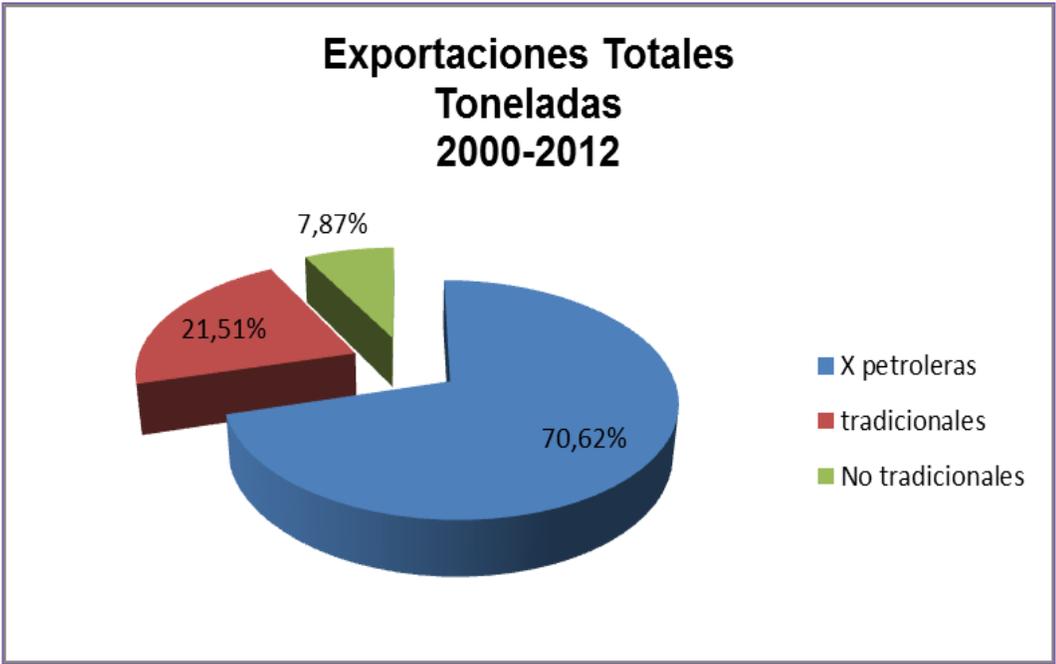
Exportaciones totales petroleras, tradicionales y no tradicionales en miles de dólares FOB



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

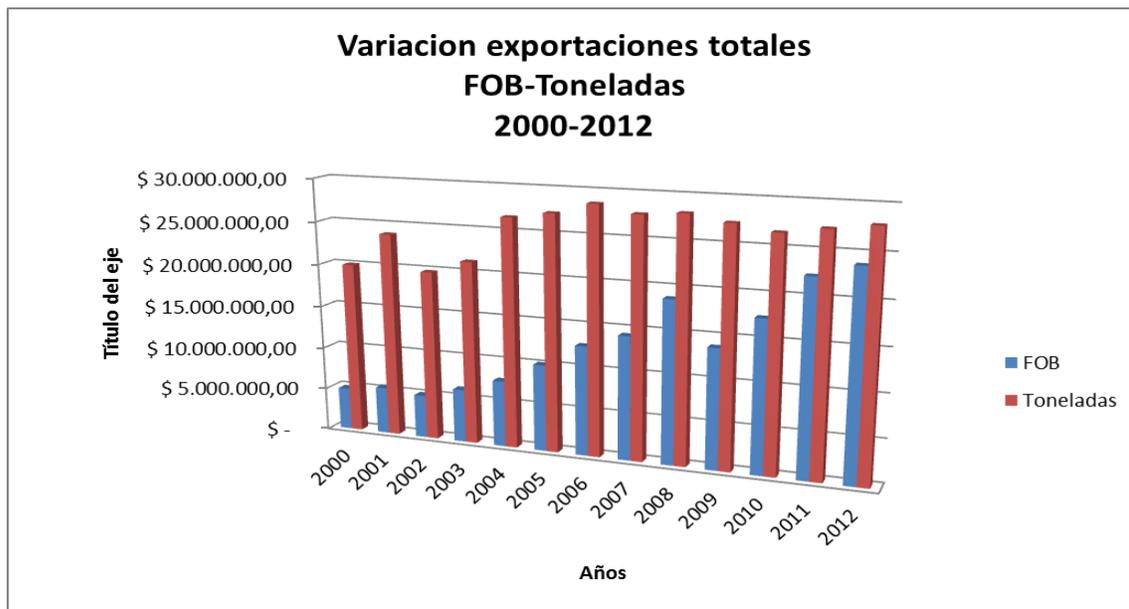
Grafico #3.11 Porcentaje exportaciones totales petroleras, tradicionales y no tradicionales en toneladas



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

Grafico #3.12 Evolución de las exportaciones totales FOB Toneladas



Fuente: Banco Central

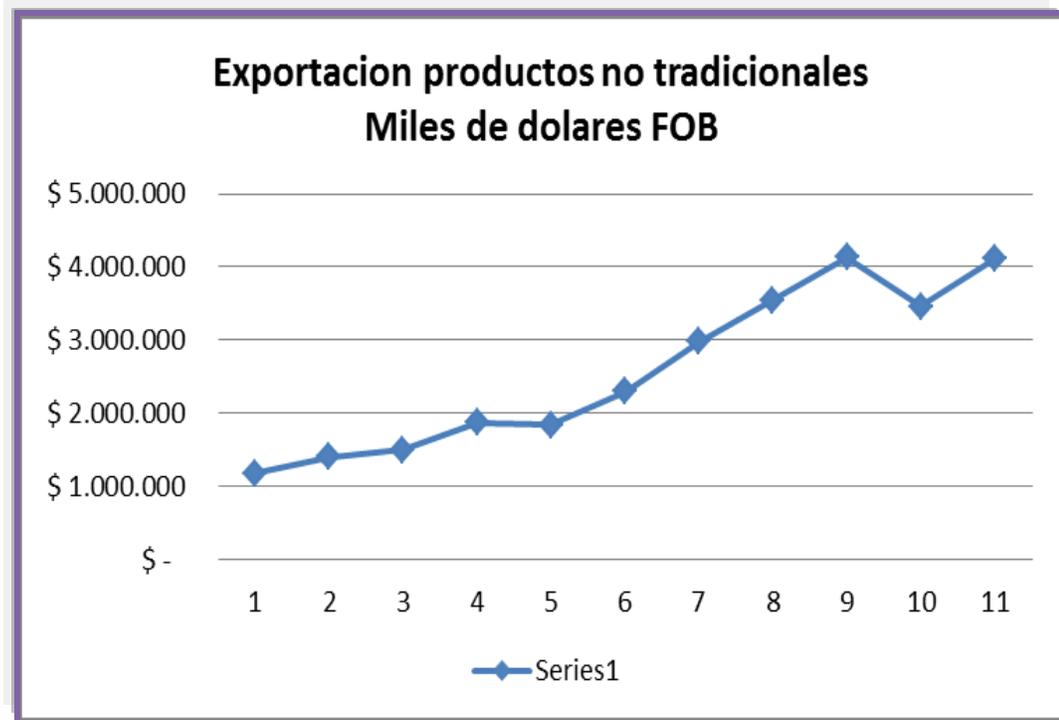
Elaborado por: Autores

3.3 EXPORTACIONES TOTALES PRODUCTOS NO TRADICIONALES

A través de los años con las iniciativas del gobierno y de las instituciones, las exportaciones de los productos no tradicionales han aumentado considerablemente teniendo una mayor participación en los mercados extranjeros en el año 2008.

Grafico #3.13

Evolución de las exportaciones no tradicionales en valor FOB en miles de US\$



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

3.4 EXPORTACIÓN DE PALMITO

Tabla #3.7 Participación del palmito en las exportaciones totales no tradicionales del país a nivel mundial

	Toneladas	FOB
x No tradicionales	25902646,28	\$ 27.729.687
Palmito	292772,24	\$ 625.338
TOTAL	26195418,52	\$ 28.355.025

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

En el Grafico #3.14 Se muestra la representación gráfica de la participación de las exportaciones de palmito dentro de las exportaciones de productos no tradicionales durante el periodo 2000-2012

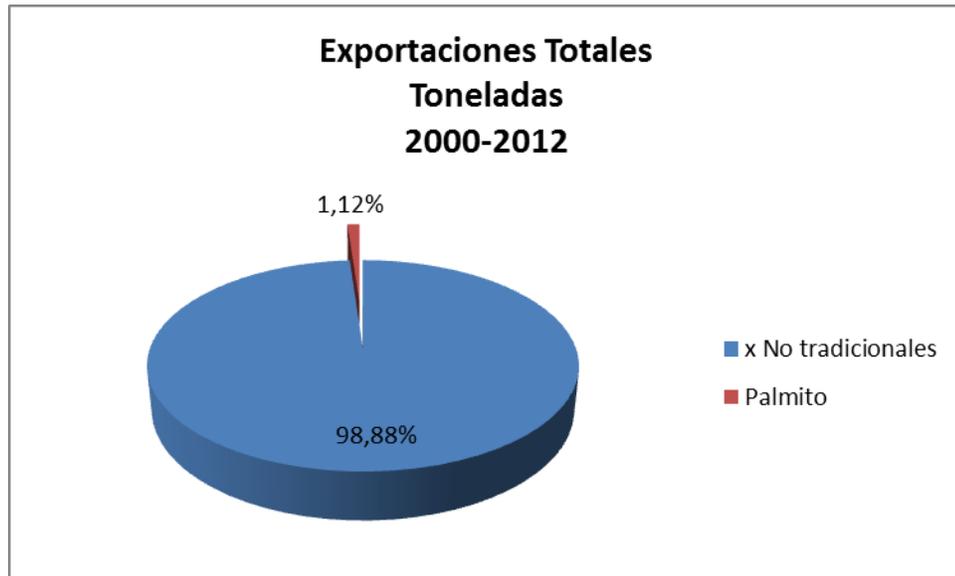
Grafico # 3.14 Porcentaje de exportación de palmito en comparación con la exportación de productos no tradicionales a nivel mundial



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

Grafico #3.15 Porcentaje de exportación de palmito en comparación con la exportación de productos no tradicionales a nivel mundial en toneladas



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

Tal cual lo demuestra el grafico #3.14 y #3.15 las exportaciones del palmito representan el 2.21% (\$625.338) en miles de dólares FOB de las exportaciones totales de los no tradicionales, mientras que en toneladas sólo representa el 1.12%.

3.4.1 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PALMITO

El palmito ha contribuido a las exportaciones ecuatorianas un pequeño porcentaje pero ha convertido a Ecuador en uno de los principales exportadores de palmito a nivel mundial.

TABLA #3.8

Variación de las exportaciones anuales de palmito en toneladas y FOB

AÑOS	TONELADAS	Variacion	FOB	Variacion	Precios	Variacion
2000	14760,28		\$ 24.168,23		\$ 1,64	
2001	16900,19	12,66%	\$ 27.978,14	13,6%	\$ 1,66	1,1%
2002	13461,36	-25,55%	\$ 22.266,35	-25,7%	\$ 1,65	-0,1%
2003	17766,24	24,23%	\$ 28.092,65	20,7%	\$ 1,58	-4,6%
2004	19475,34	8,78%	\$ 33.095,76	15,1%	\$ 1,70	7,0%
2005	21735,63	10,40%	\$ 40.480,85	18,2%	\$ 1,86	8,8%
2006	22196,74	2,08%	\$ 48.799,73	17,0%	\$ 2,20	15,3%
2007	25663,00	13,51%	\$ 64.760,00	24,6%	\$ 2,52	12,9%
2008	27816,00	7,74%	\$ 73.646,00	12,1%	\$ 2,65	4,7%
2009	23057,00	-20,64%	\$ 54.184,00	-35,9%	\$ 2,35	-12,7%
2010	27628,00	16,54%	\$ 61.436,00	11,8%	\$ 2,22	-5,7%
2011	31761,34	13,01%	\$ 73.442,66	16,3%	\$ 2,31	3,8%
2012	30551,12	-3,96%	\$ 72.987,87	-0,6%	\$ 2,39	3,2%
TOTALES	292772,24		625338,24		\$ 2,14	

Fuente: Banco Central

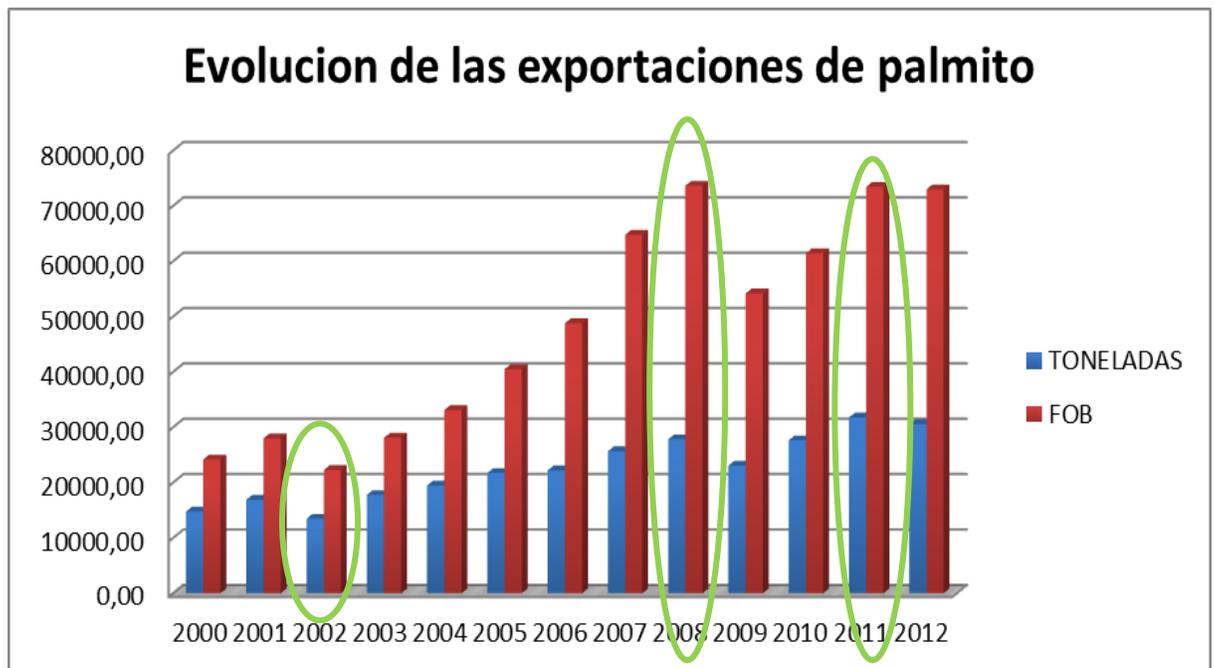
Elaborado por: Autores

Según muestra la tabla #3.7 las exportaciones de palmito han mantenido una tendencia positiva a lo largo de los doce años a excepción de los años 2002, 2009 y 2012 que existe una variación negativa.

En el grafico #3.16 se observa la evolución de las exportaciones de palmito en toneladas y en valor FOB, el cual nos indica un crecimiento anual y

que en el año 2011 alcanza los mayores volúmenes de exportación y en el 2008 el mayor valor FOB registrado

Grafico # 3.16 Evolución de las exportaciones de palmito FOB- Toneladas



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

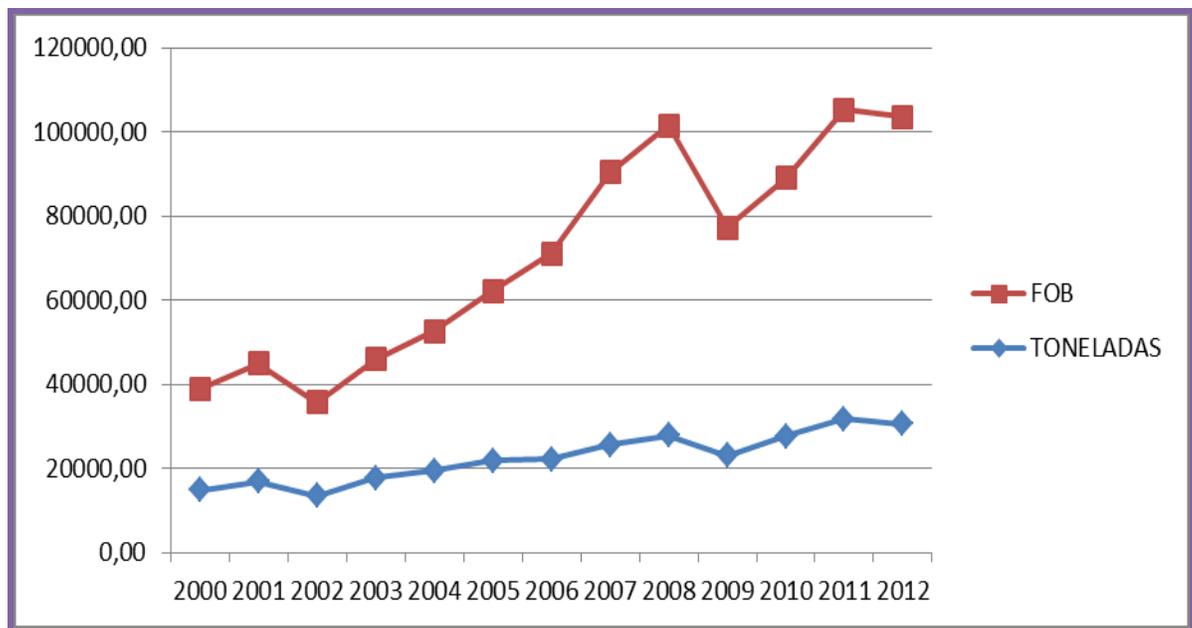
De acuerdo al grafico #3.16, en el año 2000 hubo una crisis mundial por el cambio de moneda del sucre al dólar. Desde este año, este rubro ha presentado un crecimiento sostenido. Entre 2003 y 2007 las ventas externas se incrementaron en el 23%, constituyendo el 2,2% de las exportaciones no tradicionales del Ecuador.

En 2008 Ecuador obtuvo el título del primer exportador mundial del palmito y su demanda aumento.

En el 2009 hubo una sobre producción de palmito ya que bajo la demanda del mismo debido a la crisis financiera mundial.

Según datos del BCE, el aumento en las exportaciones de palmito en el año 2012, se vio reflejado en las cantidades de producción, llegando a cultivar 31.000 toneladas de este producto en sus dos variedades: con espinas (80%) y sin espinas (20%). En el primer semestre del 2012, en Ecuador se exportaron 14.448 toneladas, mientras que en el primer semestre del año en curso esta cantidad se incrementó en un 2% con cultivos de 14.796 toneladas.

Grafico #3.17 Línea de tendencia de las exportaciones (FOB- Toneladas)

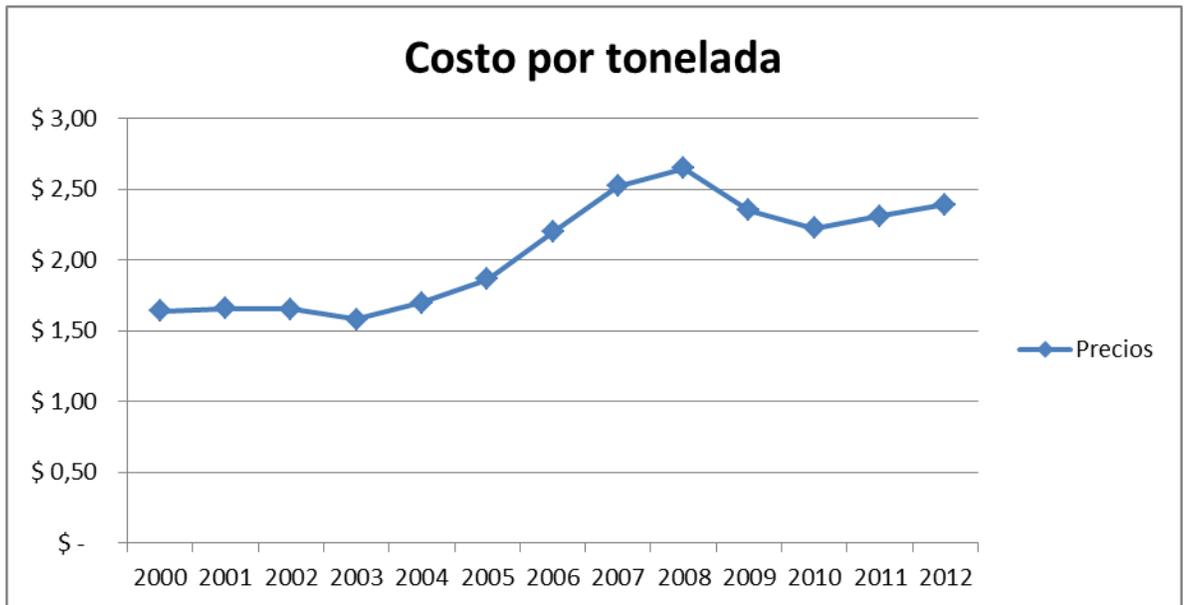


Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

En los años de análisis los costos por tonelada de colocación han mantenido una tendencia de crecimiento, logrando en el año 2008 alcanzar los \$2,65 por tonelada que es el mayor valor registrado, el promedio de costos es de \$2.14 en estos años.

Grafico #3.18 Línea de tendencia del costo por tonelada de colocación



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autores

3.4.2 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

Ecuador tiene una participación relativamente alta en el mercado extranjero, comenzando con exportaciones a 17 países en el año 2000, al 2012 ha llegado a exportar a 47 países.

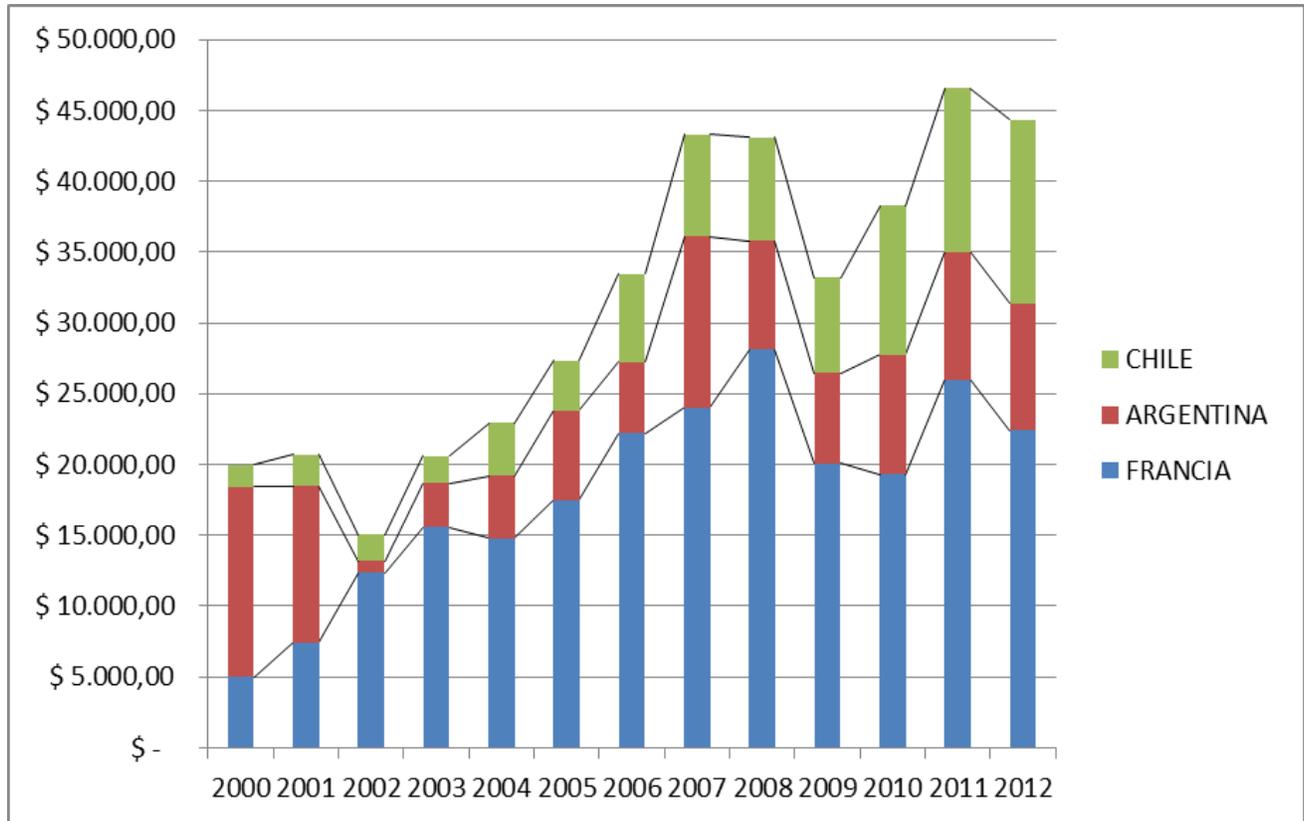
Tabla #3.9 Tres Principales destinos de exportaciones en Valor FOB

AÑOS	FRANCIA	ARGENTINA	CHILE
2000	\$ 4.997,41	\$ 13.427,71	\$ 1.549,95
2001	\$ 7.414,98	\$ 11.078,24	\$ 2.231,79
2002	\$ 12.364,94	\$ 828,08	\$ 1.881,55
2003	\$ 15.570,48	\$ 3.112,10	\$ 1.928,30
2004	\$ 14.803,52	\$ 4.379,06	\$ 3.750,43
2005	\$ 17.496,89	\$ 6.288,13	\$ 3.545,20
2006	\$ 22.195,54	\$ 5.042,72	\$ 6.188,81
2007	\$ 24.021,00	\$ 12.069,00	\$ 7.212,00
2008	\$ 28.095,00	\$ 7.693,00	\$ 7.305,00
2009	\$ 20.072,00	\$ 6.399,00	\$ 6.739,00
2010	\$ 19.282,00	\$ 8.490,00	\$ 10.509,00
2011	\$ 25.989,96	\$ 8.997,09	\$ 11.566,30
2012	\$ 22.384,76	\$ 8.990,87	\$ 12.939,89
TOTALES	\$ 234.688,48	\$ 96.795,00	\$ 77.347,22

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

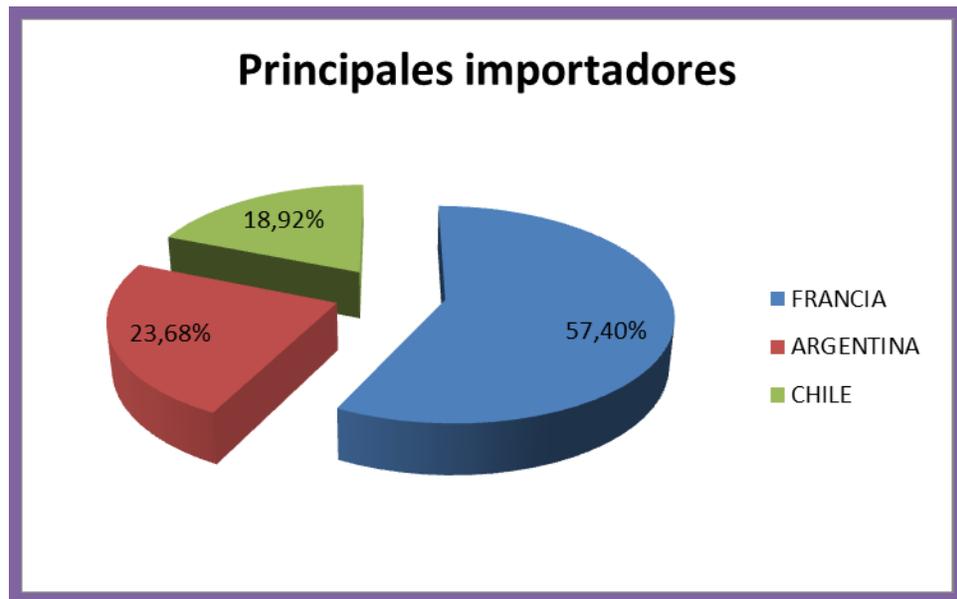
Grafico #3.19 Evolución de los principales destinos de exportación



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Grafico #3.20 Principales importadores de Ecuador (valor FOB)



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

3.43 EXPORTACIONES POR BLOQUES ECONOMICOS

En la tabla #3.10 se observa que el mayor importador de palmito ecuatoriano en los últimos 12 años es la Unión Europea, con el 37.23% seguido de ALadi con el 29.66% del total de las exportaciones

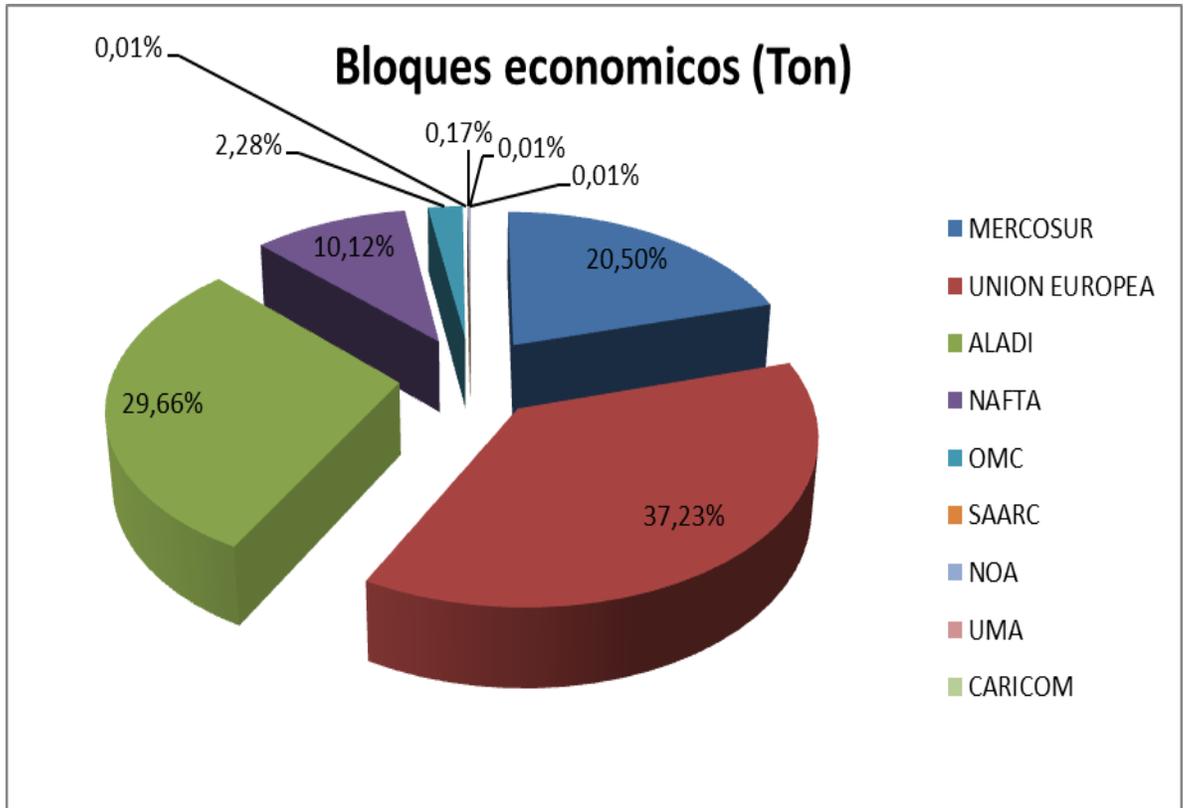
TABLA #3.10 Exportaciones totales por bloques económicos

	TONELADAS	FOB
MERCOSUR	182934,68	\$ 118.481,93
UNION EUROPEA	332229,24	\$ 229.279,75
ALADI	264637,62	\$ 172.762,47
NAFTA	90342,73	\$ 62.033,07
OMC	20328,09	\$ 13.586,69
SAARC	123,55	\$ 75,58
NOA	1513,01	\$ 1.081,77
UMA	130,11	\$ 79,51
CARICOM	60,71	\$ 40,45

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

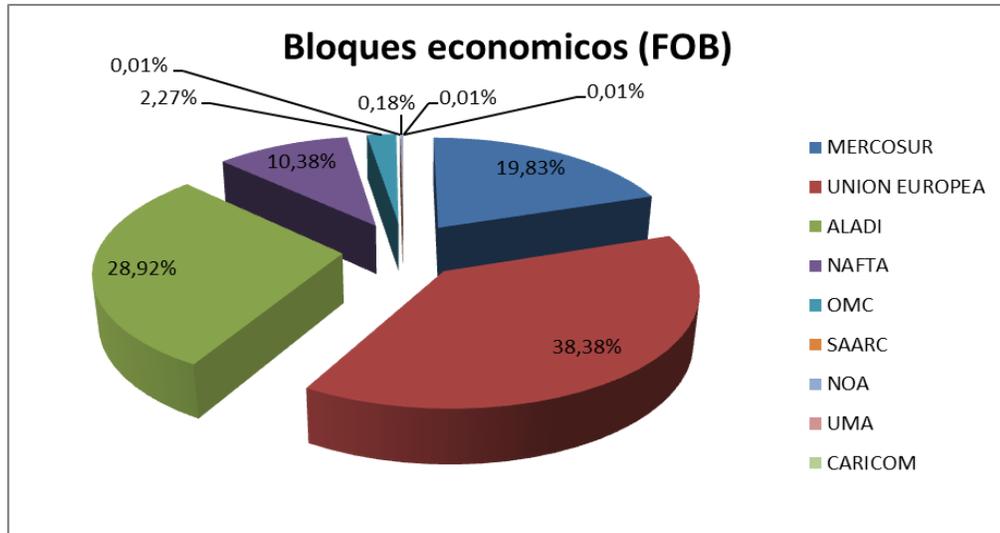
Grafico #3.21 Exportaciones por bloques económicos toneladas



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

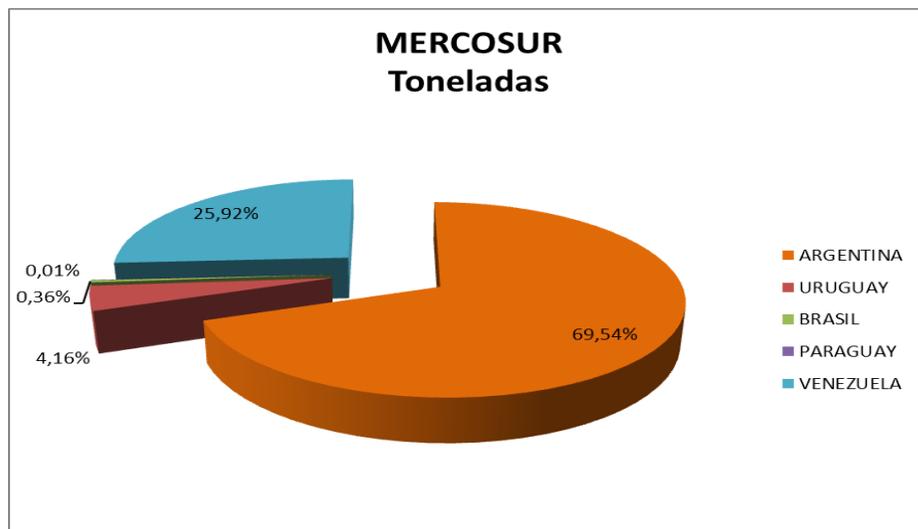
Grafico #3.22 Exportaciones por bloques económicos en Valor FOB



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

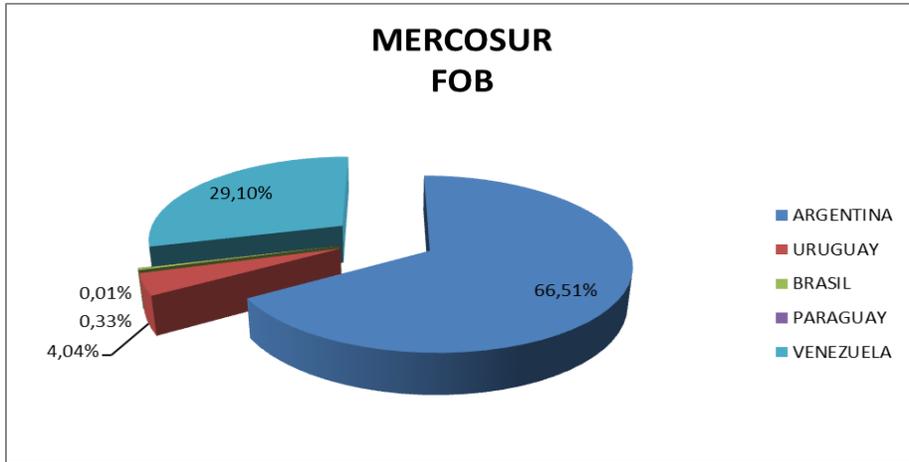
Grafico #3.23 Importaciones de MERCOSUR en toneladas



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

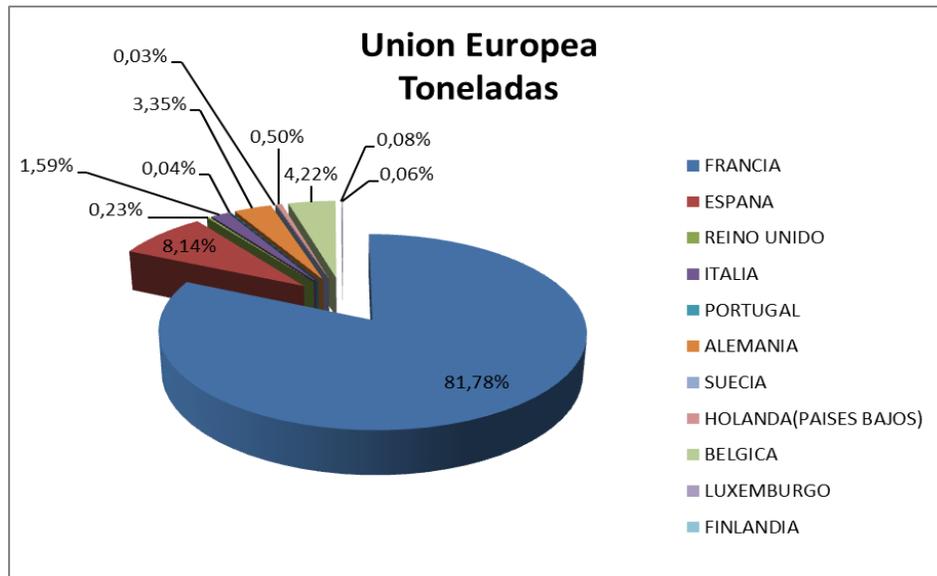
Grafico #3.24 Importaciones de MERCOSUR en Valor FOB



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

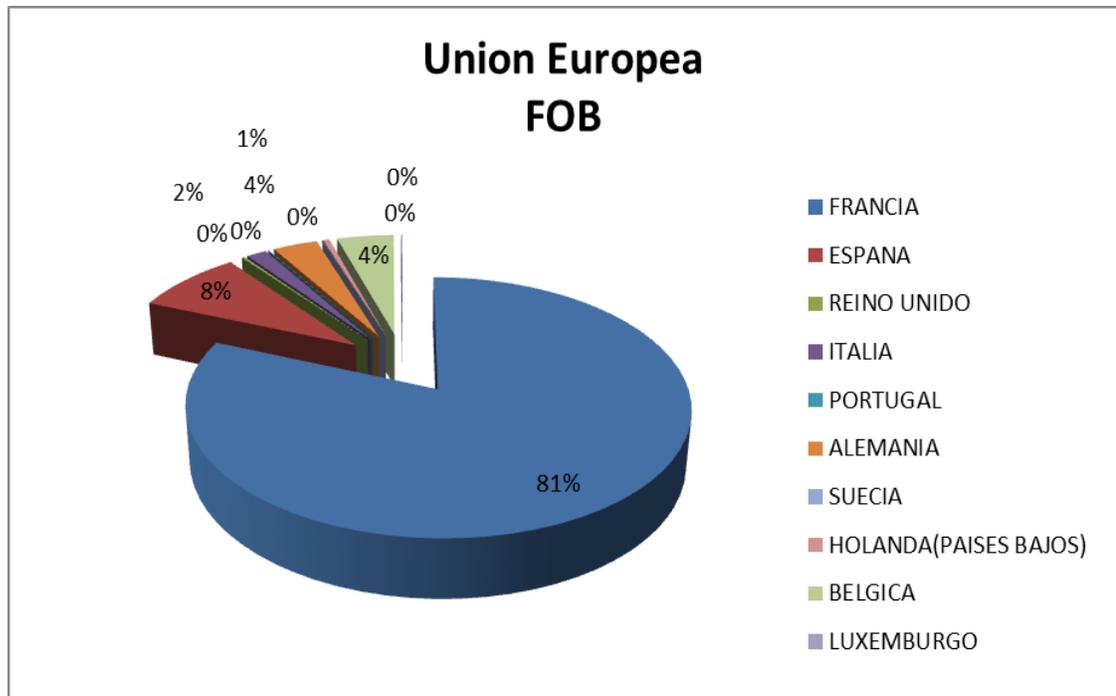
Grafico #3.25 Importaciones de la UNION EUROPEA en toneladas



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Grafico # 3.26 Importaciones de la UNION EUROPEA en Valor FOB

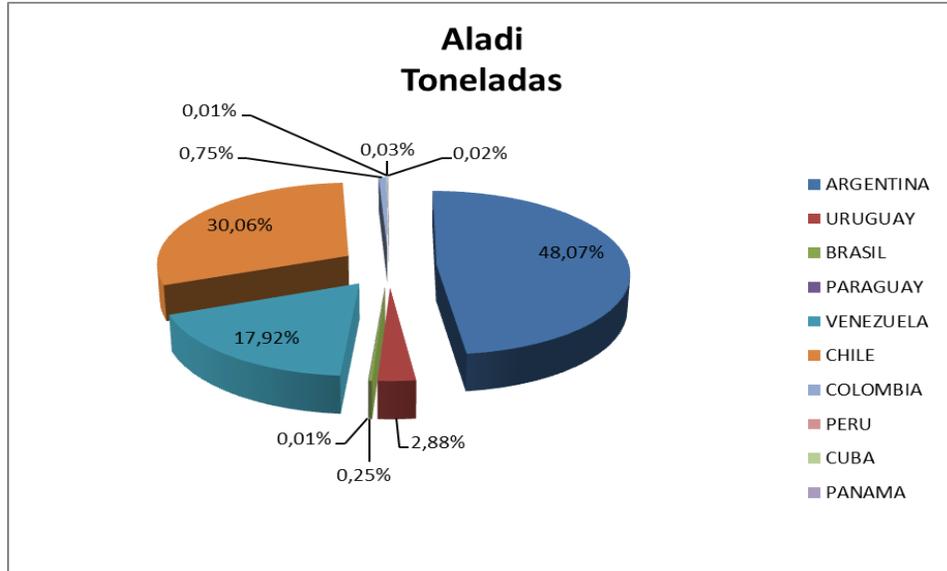


Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

En el grafico #3.26 podemos observar que Francia el principal importador de Ecuador abarca el 81.78% de las importaciones que relaciona la Unión Europea, esto representa en valor FOB \$ 186.314,22

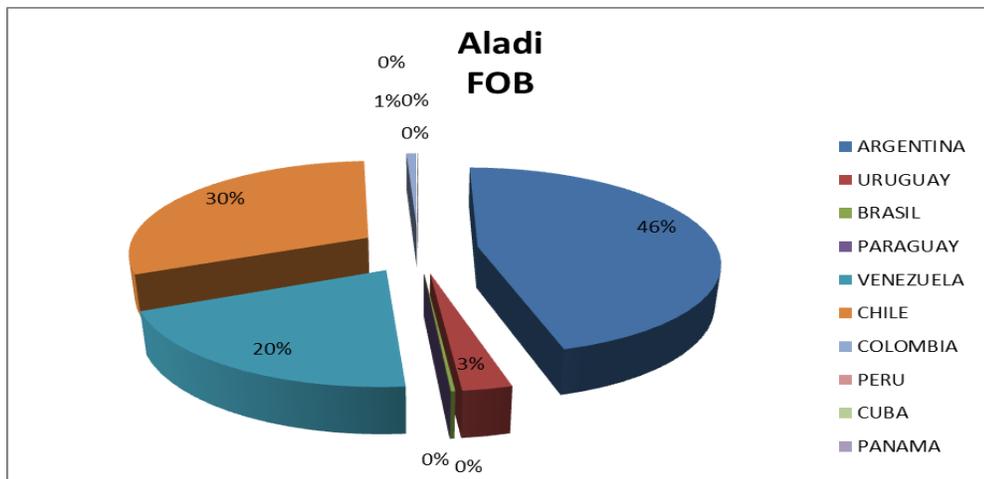
Grafico #3.27 Importaciones de ALADI en toneladas



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

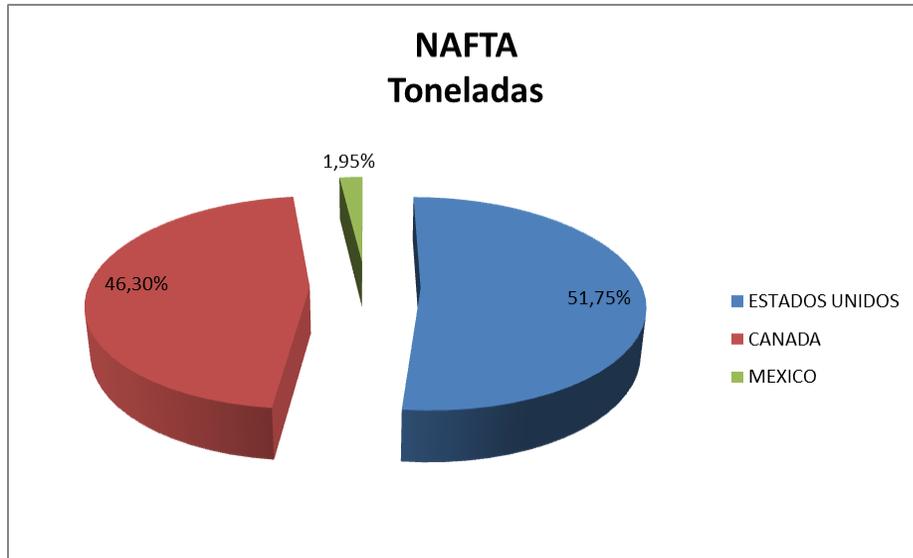
Grafico #3.28 Importaciones de ALADI en Valor FOB



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

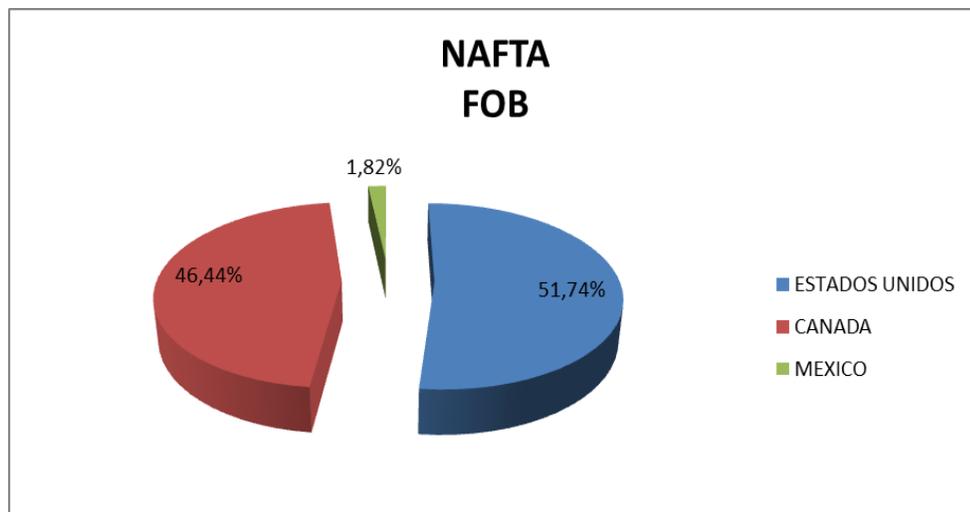
Grafico #3.29 Importaciones de NAFTA en toneladas



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autoras

Grafico #3.30 Importaciones de NAFTA en Valor FOB

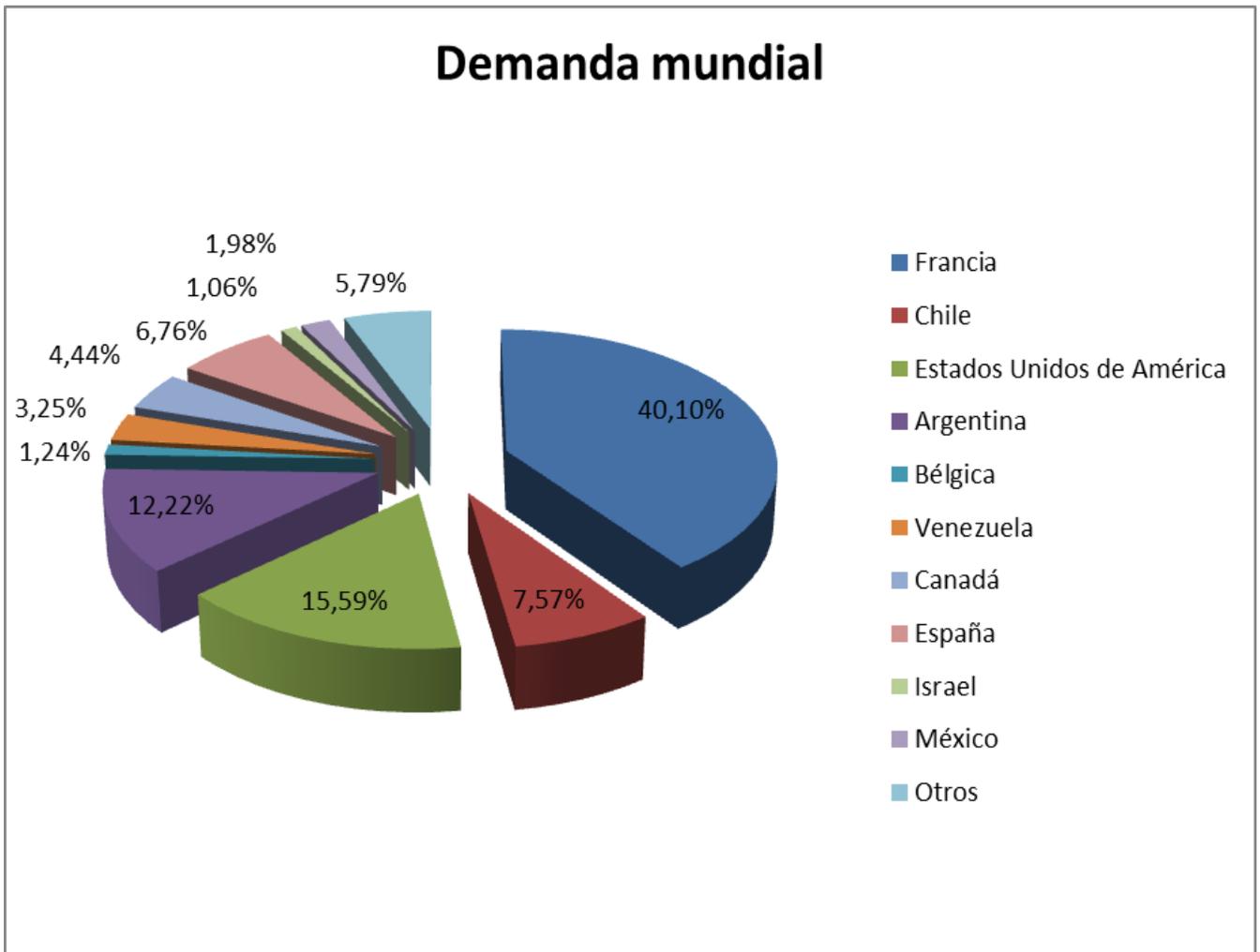


Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

El Grafico #3.31 muestra la cantidad de palmito que los países demandan en el mundo, y aquí observamos que Francia es el mayor importador de este producto.

Grafico #3.31 Demanda Mundial

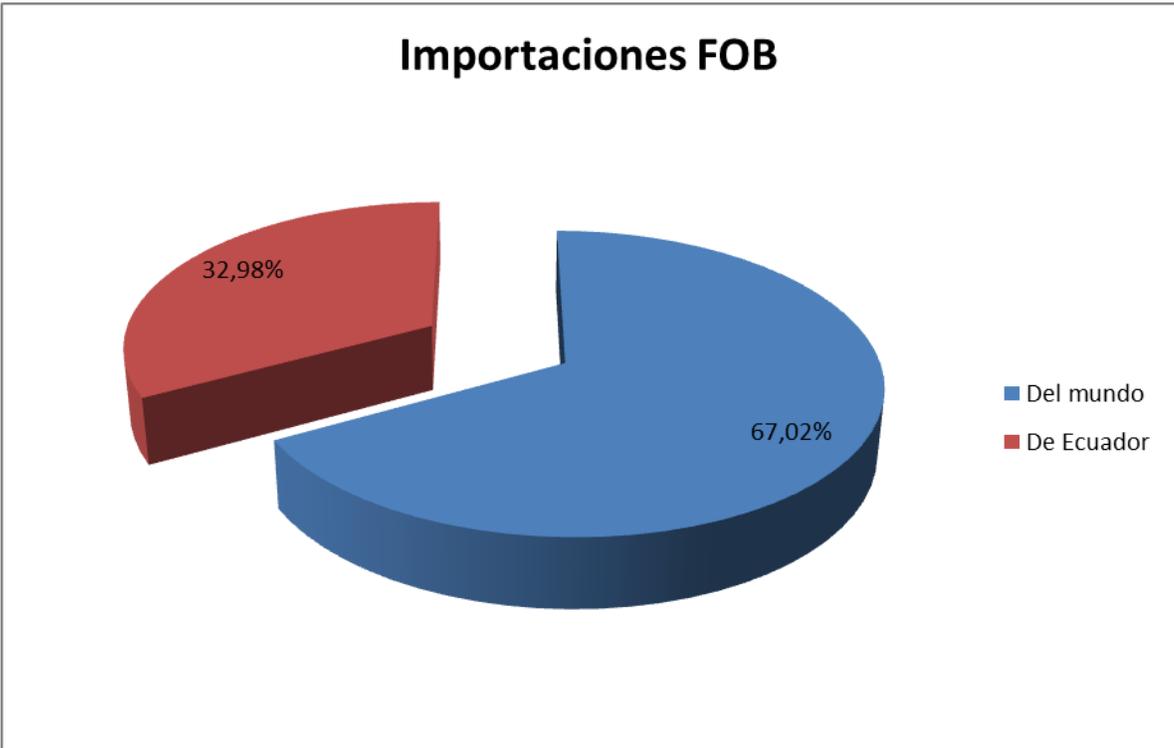


Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

En el grafico 3.32 podemos observar las importaciones que Francia el principal importador de palmito realiza del mundo y del Ecuador, y que nuestro país le exporta el 32.98% del total de las importaciones que este país realiza de este

Grafico #3.32 Exportaciones de Ecuador y del mundo a Francia



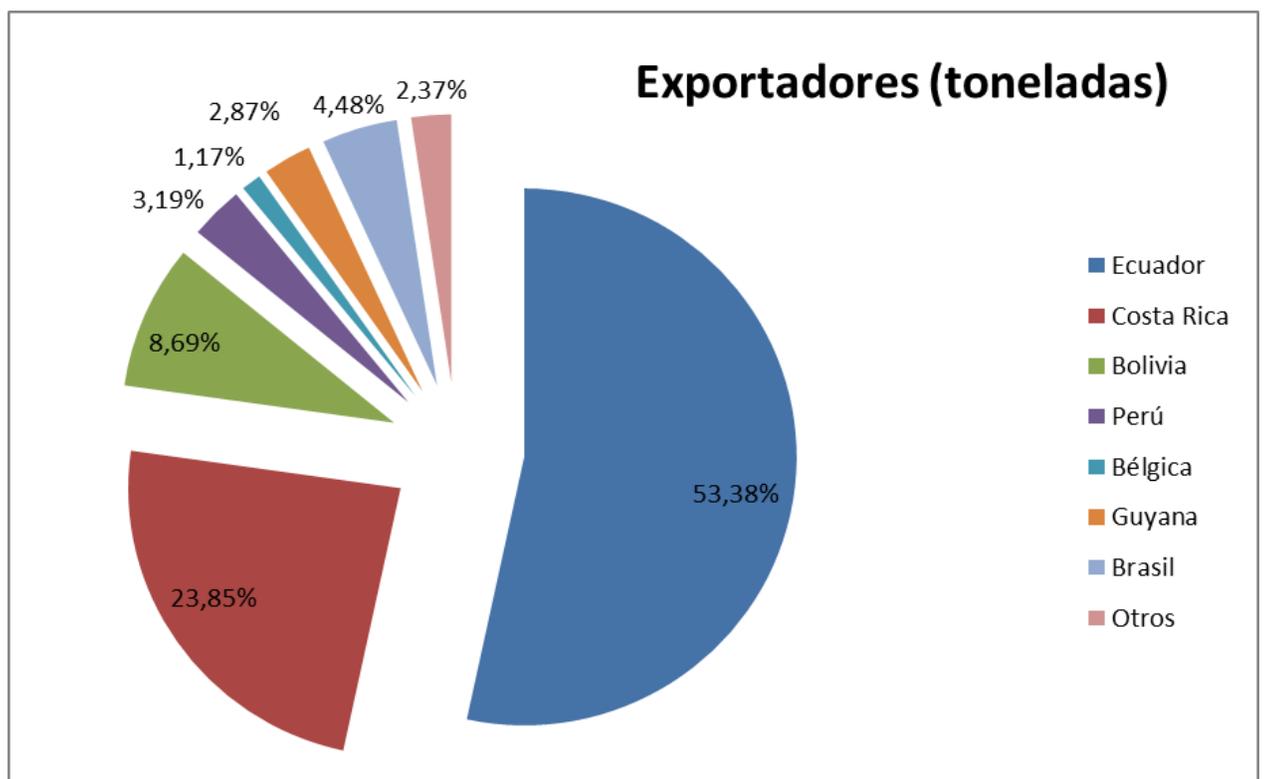
Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

3.4.4 PRINCIPALES EXPORTADORES DE PALMITO DEL MUNDO

De acuerdo al grafico #3.33 Ecuador es el principal exportador de palmito del mundo, tiene una participación de mercado del 53.38%. Otros exportadores importantes son Costa Rica, Bolivia y Brasil.

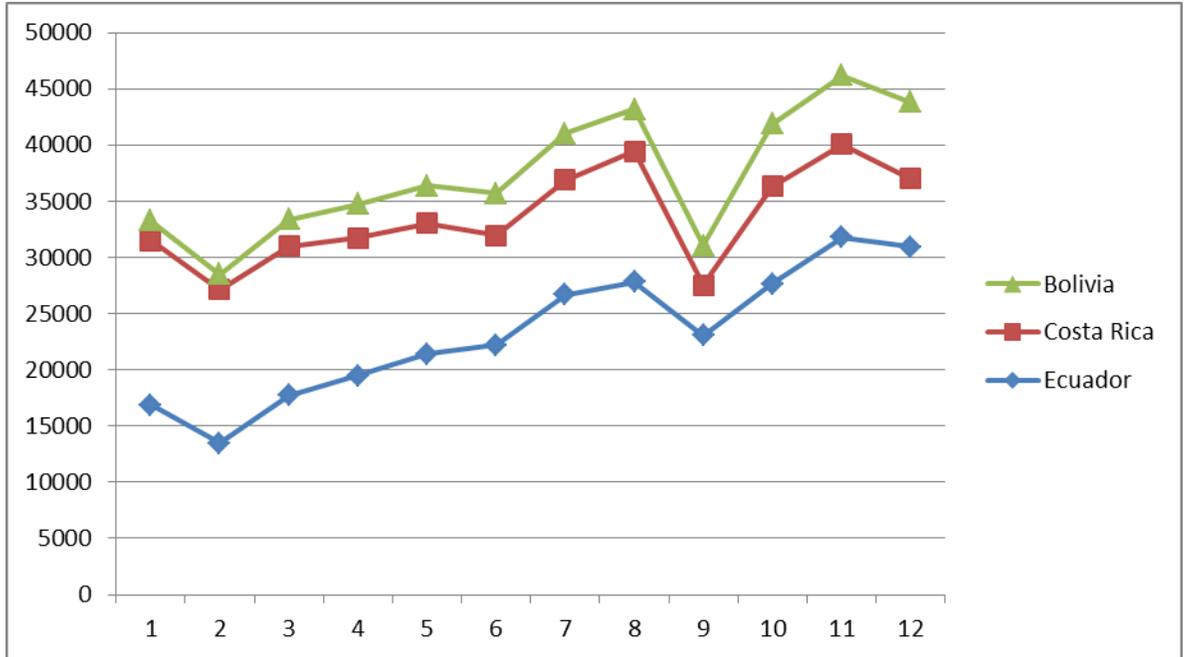
Grafico #3.33 Principales exportadores del mundo



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Grafico #3.34 Línea de tendencia de los 3 principales exportadores de palmito



Fuente: TradeMap

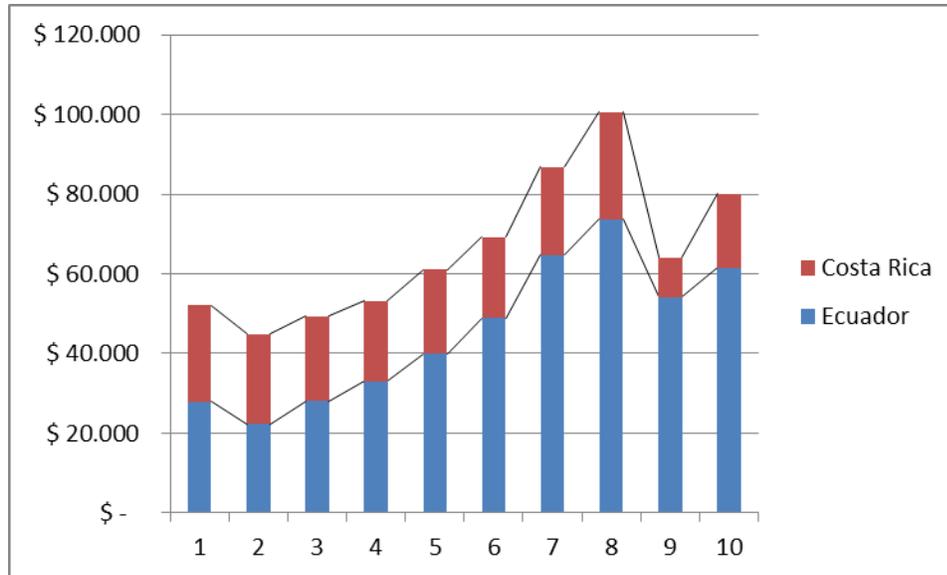
Elaborado por: Autores

3.5 PRINCIPAL COMPETIDOR DE ECUADOR

De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos por volumen de exportaciones de los últimos 12 años (grafico #3.35) llegamos a la conclusión que el competidor directo de Ecuador es Costa Rica.



Grafico #3.35 Principal competidor de Ecuador



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

3.5.1 EXPORTADORES DE PALMITO EN COSTA RICA

Entre los principales exportadores de palmito tenemos a: Agroindustrias Cabiros, S.A., Alimport, S.A., Conservas del Valle, S.A., Demasa Derivados de Maíz Alimenticio, S.A

3.5.1.1 PRESENTACIONES PALMITO COSTA RICA

- **Palmito fresco empacado al vacío:**

Como usualmente todos los palmitos que existen en los mercados son acidificados, limitando al consumidor para elaborar sus platillos con palmito. Por esta razón, ALPIGO lanzó un palmito fresco, sin cocinar, completamente natural; fabricado bajo las más exactas normas de inocuidad con una presentación nueva. (Procomer, 2014)

Palmito cocinado empacado al vacío:

Este es un producto que no necesita refrigeración. Está listo para ser consumido, para ser adornado en ensaladas y platillos exóticos del palmito. Sin olvidar el sabor fresco y natural como si se hubiese cosechado el día anterior. La exportación y distribución se hace en seco, no necesita refrigeración. (Procomer, 2014)

Innovación del Palmito



Variaciones en sabor

Demasa, es líder en exportaciones de palmito donde hace más de un año incorporaron una crema de pejibaye que fue premiada en la exposición Sial Innovación 2012, que se llevó a cabo en París, Francia. El premio se destacó por concepto de beneficios nutricionales y su sabor. (Grupo Nación S.A, 2013)

3.5.2 EXPORTADORES DE PALMITO EN ECUADOR

Tabla #3.11 Empresas Exportadoras de palmito (1er Trimestre 2014)

	Código	Nombre exportador	Ciudad
1	1792194997001	ALIMENTOS Y CONSERVAS DEL ECUADOR S.A. ECUACONSERV	Guayaquil
2	1290050320001	ECUAVEGETAL S.A.	Guayaquil
3	1790951588001	FUNDACION MAQUITA CUSHUNCHIC MCCH	Guayaquil
4	1791242491001	INDUSTRIA AGRICOLA EXP. INAEXPO	Quito
5	992356588001	INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PALMITO	Quininde
6	991509593001	NATECUA S.A.	Guayaquil
7	1790687147001	PROCECONSA S.A. PROCESADORA CONTINENTAL DE ALIM	Quito
8	890051154001	PROTROPIC CIA. LTDA.	Quito
9	1790481409001	SERVICIO INTEGRAL PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA SA	Quito
10	1791192761001	TRADINGCORP ECUATORIANA S.A.	Quito
11	1792022614001	TROPICALFOODS S.A.	Quito

3.5.2.2 PRESENTACIONES PALMITO ECUADOR

SNOB



FACUNDO



CAPITULO IV

MARCO METODOLOGICO

4.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra es una parte de la población de interés sobre la cual se recolectan datos (Sampieri, 2010), la población a considerarse en este estudio es finita y conocida por ende para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N= Total de la población = 11 empresas exportadores de palmito a nivel nacional al primer trimestre del año 2014

Z α = 1.96 (seguridad del 95%)

p= proporción esperada 5% (0.05)

q= 1 – p (1 – 0.05 = 0.95)

i = error que se prevé cometer 0.1

$$n = \frac{1.96^2 * 11 * 0.05 * 0.95}{0.1^2 * (11 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 7,10586 = 7$$

El tamaño de la muestra nos dio como resultado que debemos realizar las entrevistas para obtener la información a 7 empresas exportadores de palmito de una población de 11 empresas.

El siguiente cálculo es para la obtención del tamaño de muestra para la realización de las encuestas utilizando la misma fórmula de la parte de arriba:

Dónde:

N= Total de la población económicamente activa de las siguientes ciudades

Tabla 4.12 N= Población económicamente activa

Ciudad	PEA
Guayaquil	1510312
Quito	1249950
Buenos Aires	1622000
Paris	5272521
Santiago de Chile	3295390
New York	9585100
TOTAL	22535273

Fuente: Inec

Elaborado por: Autoras

N= 22.535.273

Z α = 1.96 (seguridad del 95%)

p= proporción esperada 50% (0.50)

q= 1 – p (1 – 0.50 = 0.50)

i = error que se prevé cometer 0.1

$$n = \frac{1,96^2 * 22535273 * 0,5 * 0,5}{0,1^2 * (22535273 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 96,039595

El tamaño de la muestra nos dio como resultado que debemos realizar al menos 96 encuestas para obtener la información que necesitamos sobre el consumo de palmito en estas 6 ciudades.

4.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El mayor porcentaje de los ingresos percibidos por el país se debe a la dependencia en el sector petrolero reduciendo las exportaciones de productos no tradicionales en el Ecuador?

4.3 HIPÓTESIS

¿Promover el incremento de consumo en los mercados internacionales a través de innovaciones en el palmito y tecnologías afines en el sector agroindustrial contribuye al desarrollo de las exportaciones del Ecuador y al cambio de la matriz productiva?

4.4 VARIABLES

- Salud
- Innovación
- Tecnología

4.5 TIPO DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizará el método exploratorio. Este método nos ayudará a realizar una investigación más a fondo sobre la demanda del palmito que es un producto no tradicional donde no se han aplicado las investigaciones necesarias para poder incrementar las exportaciones en dicho sector.

Según Jesús Ferrer (2010) la investigación exploratoria es considerada como el primer acercamiento a una problemática y se utiliza cuando este aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

Según Stella Domínguez (2011) La investigación exploratoria es un diseño de investigación cuyo objetivo principal es reunir datos preliminares que arrojan luz y entendimiento sobre la verdadera naturaleza del problema que enfrenta el investigador, así como descubrir nuevas ideas o situaciones. Se caracteriza en que la información requerida es definida libremente, el proceso de investigación es flexible, versátil y sin *estructura*. El concepto estructura hace referencia al grado de estandarización impuesto en el proceso de recolección de datos.

Por lo tanto se utilizará este tema para investigar que paso en los últimos doce años en las exportaciones del palmito y analizar cuáles podrían ser las principales causas en las que dependemos mucho del sector petrolero y no

incrementamos las exportaciones en el sector no tradicional del país.(Stella Domínguez, 2011)

4.6 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizará entrevistas a empresas exportadoras de palmito para recopilar información acerca de las actividades y programas que ellos utilizan y plantean para un futuro donde se analizará la información estadística relevante sobre la potencialización del clúster palmito en el Ecuador que lo conlleve al incremento de mercados en los próximos años para así poder emitir propuestas a los empresarios exportadores del palmito, de esta manera poder mejorar la efectividad de las empresas y que tomen mejores decisiones futuras logrando a largo plazo un cambio en la matriz productiva.

4.7 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas que se utilizarán para la obtención de los datos son las entrevistas y fuentes bibliográficas que podrían generar posibles cambios que nos conlleven a redefinir objetivos, plantearnos nuevas interrogantes que originen buscar otras fuentes de información que nos llevará a ampliar la visión de nuestro objetivo previamente planteado.

Según José Daniel Martínez (2008) el concepto de entrevista, no sólo es una estrategia para recoger informaciones, sino que dichas informaciones contribuyen a la realización de investigaciones diagnósticas escolares que permite la búsqueda de soluciones puntuales en el ámbito escolar, familiar, laboral, científico, periodístico, et. Ciertamente que toda entrevista exige unos parámetros o criterios que exige el diálogo entre dos o más personas con unas pautas de preguntas que orientan la conversación.

Según Mejía Lequerica (2014) Las entrevistas son uno de los principales enfoques en la recogida de datos en la investigación cualitativa. Conocemos

una variedad de formas de hacer entrevistas con objetivos y principios diferentes. Al mismo tiempo, la entrevista se presenta con varias ventajas, prácticas y problemas diversos comunes a todas las opciones de su realización.

4.8 FODA

FORTALEZAS

- *Sector altamente participativo al desarrollo nacional.
- *Aptitud agrícola del Ecuador. Se producen todo tipo de bienes agrícolas durante el año entero.
- *Existencia de varias instituciones proveedoras de servicios financieros y no financieros para el sector agrícola.
- *El sector agrícola cuenta con mecanismos de estabilización de precios que impiden que las fluctuaciones en el mercado internacional afecten a los productores nacionales.

OPORTUNIDADES

- *Crecimiento en la demanda de productos orgánicos en los países desarrollados.
- *Desarrollo de la agroindustria para adoptar valor agregado al sector agropecuario.
- *Posición geográficamente estratégica hacia mercados externos. Producción permanente con consecuentes ventanas de exportación.
- *Interés por parte de los productores agrícolas respecto de la asociatividad como mecanismo para mejorar su poder de negociación y obtener economías de escala en la provisión de servicios.

DEBILIDADES

- *Migración de ecuatorianos al exterior, especialmente en el sector rural
- *No existe una cultura de preservar los recursos naturales
- *Deficiente red de comercialización en ciertos productos.
- *Poca preparación de los productores agrícolas para enfrentar procesos de apertura comercial.

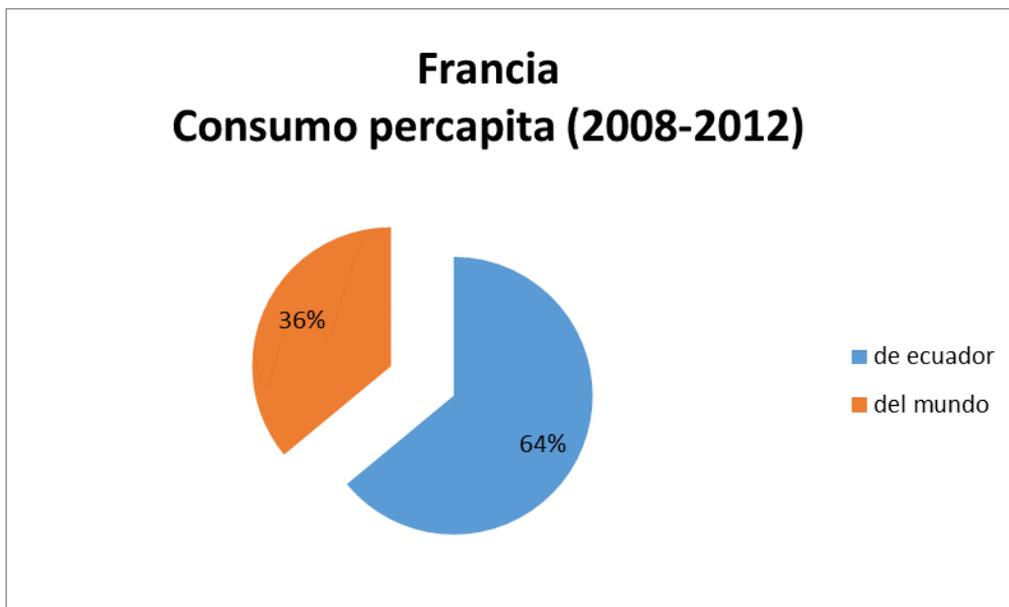
AMENAZAS

- *Inestabilidad política y económica.
- *Regionalismo.
- *Desastres naturales que afecten la capacidad productiva del país.
- *Devaluaciones cambiarias en los países vecinos.
- *Procesos de apertura comercial negociados desfavorablemente para el Ecuador.

4.9 ANALISIS PERCAPITA

En los siguientes gráficos se muestra el porcentaje de consumo percapita de los 5 principales países importadores de palmito de los años 2008 a 2012, la comparación de cuanto consumen de Ecuador y del mundo en gramos.

Grafico #4.36 Porcentaje de consumo Percapita-Francia



Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

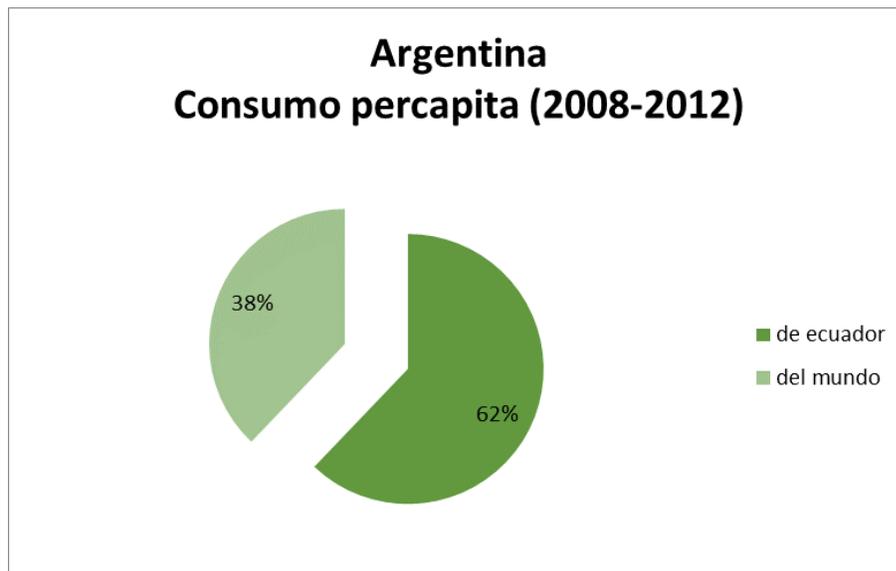
Grafico #4.37 Porcentaje de consumo Percapita-Chile



Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

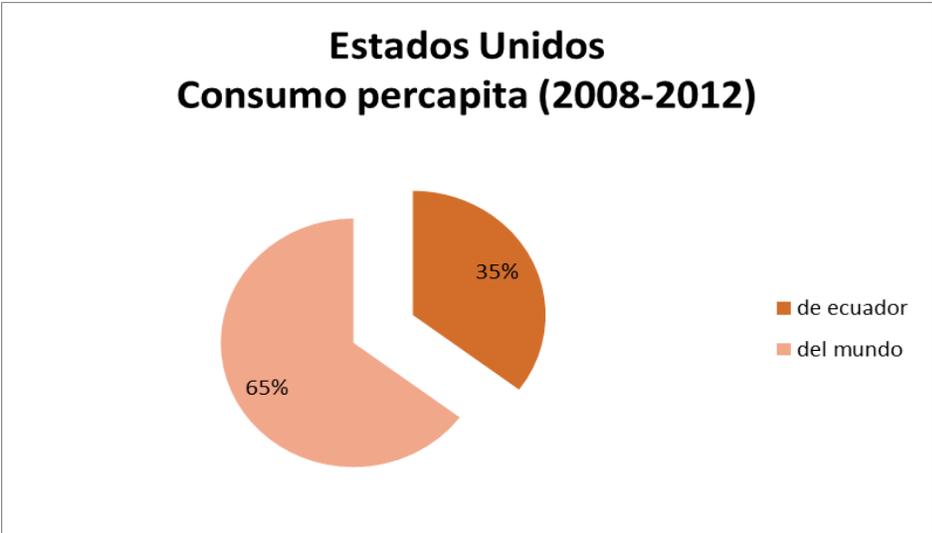
Grafico #4.38 Porcentaje de consumo Percapita-Argentina



Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

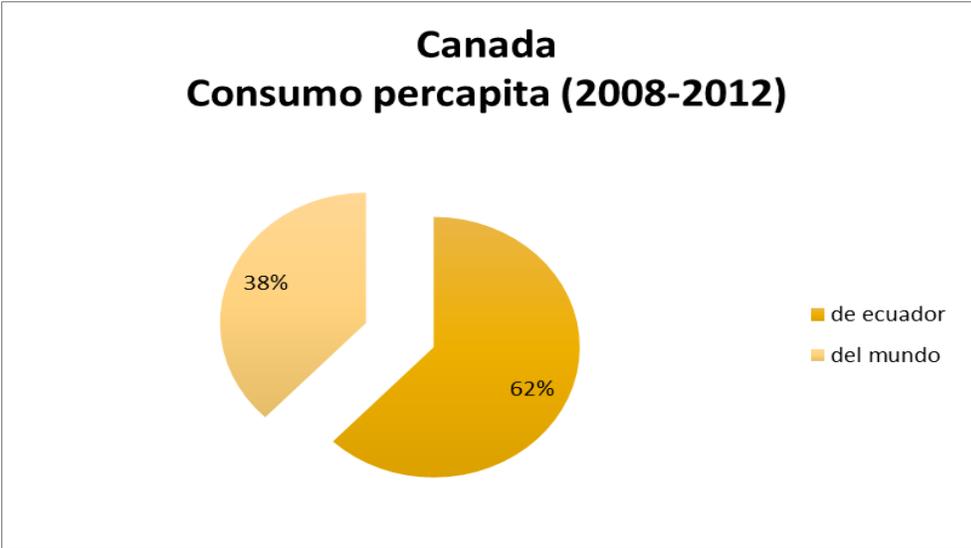
Grafico #4.39 Porcentaje de consumo Percapita-Estados Unidos



Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

Grafico #4.40 Porcentaje de consumo Percapita-Canada



Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

Tabla #4.3 Consumo percapital países importadores (Toneladas y gramos)(2008-2012)

2008							
PAISES	Toneladas		gramos		Poblacion Economicamente activa	Per capital	
	De Ecuador	Del mundo	De Ecuador	Del mundo		De Ecuador	Del mundo
FRANCIA	10210	5939	10.210.000.000	5.939.000.000	29412154	347,1354053	201,9233273
CHILE	2918	793	2.918.000.000	793.000.000	7478141	390,203929	106,0423974
ARGENTINA	3826	2505	3.826.000.000	2.505.000.000	18200464	210,2144209	137,6338537
ESTADOS UNIDOS	1739	4396	1.739.000.000	4.396.000.000	157724796	11,02553336	27,87133102
CANADA	1844	736	1.844.000.000	736.000.000	18608510	99,09444657	39,55179646
2009							
PAISES	Toneladas		gramos		Poblacion Economicamente activa	Per capital	
	De Ecuador	Del mundo	De Ecuador	Del mundo		De Ecuador	Del mundo
FRANCIA	7859,40	4101,6	7.859.400.000	4.101.600.000	29677817	264,824060	138,204235
CHILE	3270,39	703,61	3.270.390.000	703.610.000	7587653	431,014702	92,730914
ARGENTINA	3936,77	1878,23	3.936.770.000	1.878.230.000	18337932	214,679060	102,423218
ESTADOS UNIDOS	1909,67	3188,33	1.909.670.000	3.188.330.000	157889958	12,094943	20,193368
CANADA	1227,64	885,36	1.227.640.000	885.360.000	18730306	65,542976	47,268849
2010							
PAISES	Toneladas		gramos		Poblacion Economicamente activa	Per capital	
	De Ecuador	Del mundo	De Ecuador	Del mundo		De Ecuador	Del mundo
FRANCIA	8017,29	5634,71	8.017.290.000	5.634.710.000	29836224	268,70994131	188,85466204
CHILE	5426,46	426,54	5.426.460.000	426.540.000	8052188	673,91124003	52,97193757
ARGENTINA	5349,61	2855,39	5.349.610.000	2.855.390.000	18350012	291,53168946	155,60698271
ESTADOS UNIDOS	1724,12	4099,88	1.724.120.000	4.099.880.000	157453689	10,95001337	26,03864048
CANADA	1625,27	822,73	1.625.270.000	822.730.000	18917051	85,91561127	43,49145118
2011							
PAISES	Toneladas		gramos		Poblacion Economicamente activa	Per capital	
	De Ecuador	Del mundo	De Ecuador	Del mundo		De Ecuador	Del mundo
FRANCIA	10331,41	4815,59	10.331.410.000	4.815.590.000	29892102	345,62340246	161,09907560
CHILE	5583,38	1440,62	5.583.380.000	1.440.620.000	8344949	669,07299254	172,63376924
ARGENTINA	5473,89	3440,11	5.473.890.000	3.440.110.000	18600897	294,28096935	184,94323150
ESTADOS UNIDOS	2129,17	3925,83	2.129.170.000	3.925.830.000	157565258	13,51294078	24,91558133
CANADA	1823,54	866,46	1.823.540.000	866.460.000	19066215	95,64247545	45,44478283
2012							
PAISES	Toneladas		gramos		Poblacion Economicamente activa	Per capital	
	De Ecuador	Del mundo	De Ecuador	Del mundo		De Ecuador	Del mundo
FRANCIA	8820,11	4953,89	8.820.110.000	4.953.890.000	30117166	292,85989259	164,4872562
CHILE	5948,51	1359,49	5.948.510.000	1.359.490.000	8458204	703,28287187	160,7303394
ARGENTINA	5046,72	3762,28	5.046.720.000	3.762.280.000	18850709	267,72043428	199,5829441
ESTADOS UNIDOS	2822,96	3345,04	2.822.960.000	3.345.040.000	158666072	17,79183139	21,08226389
CANADA	1441,11	1558,89	1.441.110.000	1.558.890.000	19271114	74,78083519	80,89257321

Fuente: Trademap, Banco Central, Banco Mundial y Datos macro

Elaborado por: Autoras

En la tabla #4.12 podemos observar las cantidades en toneladas y gramos que exporta Ecuador y el mundo a los 5 principales consumidores de palmito, la población económicamente activa. Con la data obtenida podemos detallar que en el año 2012 el consumo percapita del mercado francés fue de 292.85 gramos importado desde Ecuador, esto representa aproximadamente el consumo de una lata de palmito de 246gramos por habitante al año.



Lata de 246 gramos

Snob – Corazones de pamito

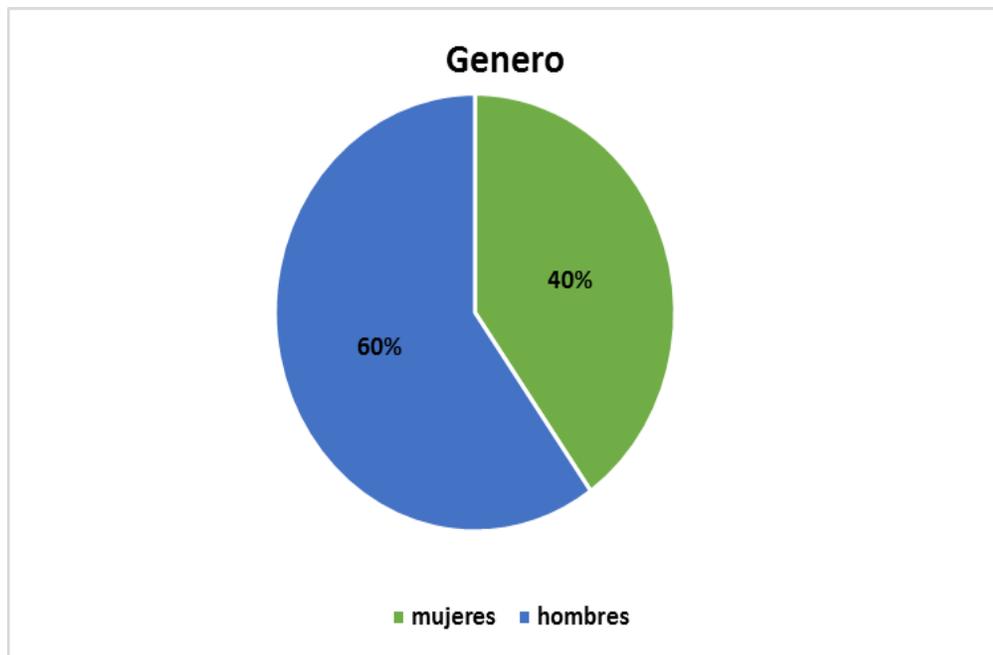
4.10 GRÁFICOS DE LAS ENCUESTAS A LOS CONSUMIDORES DE PALMITO DE DIFERENTES MERCADOS

Las encuestas fueron direccionadas a seis ciudades objetivo: Guayaquil, Quito, New York, Paris, Buenos Aires y Santiago de Chile, las cuales fueron realizadas en la plataforma de Google.docs.

Resultados de las encuestas

1. Cuál es su género?

Grafico # 4.41 Genero de los encuestados

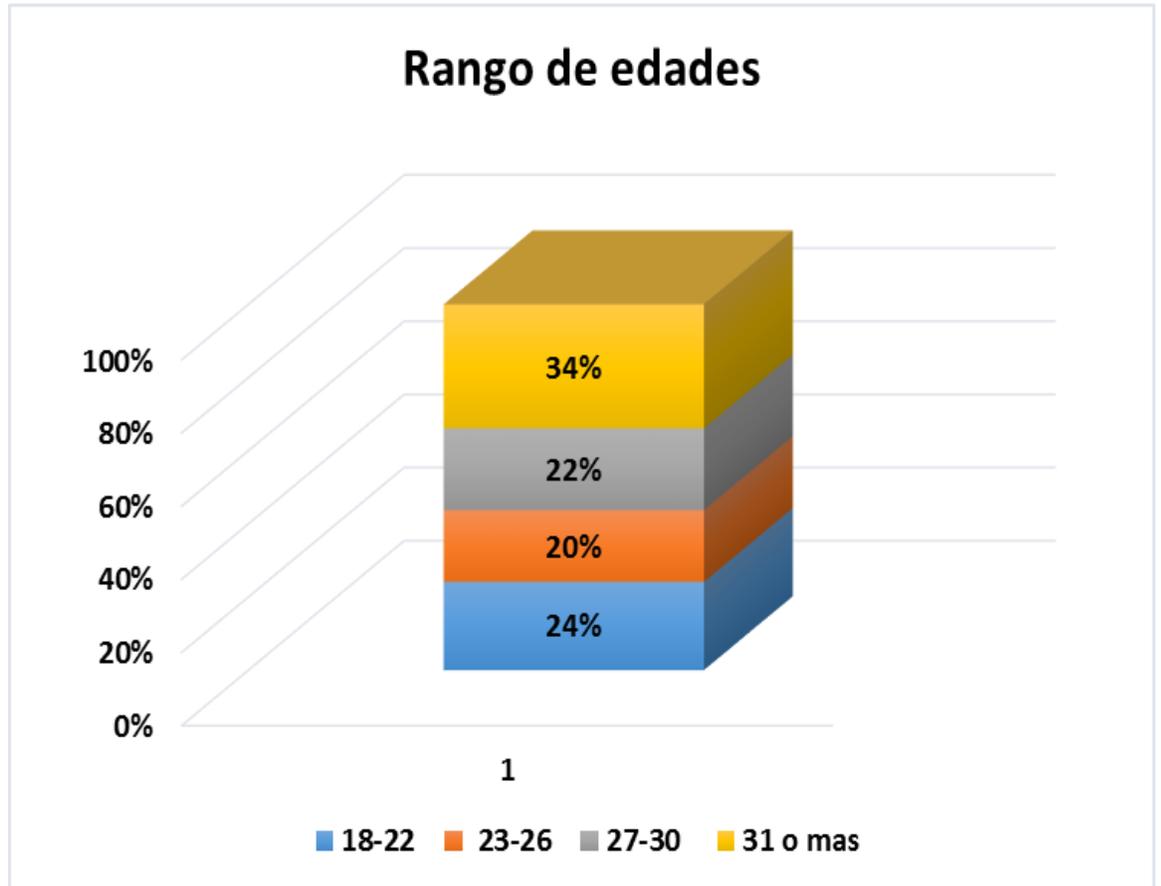


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

2. Señale su rango de edad

Grafico #4.42 Rango de edades

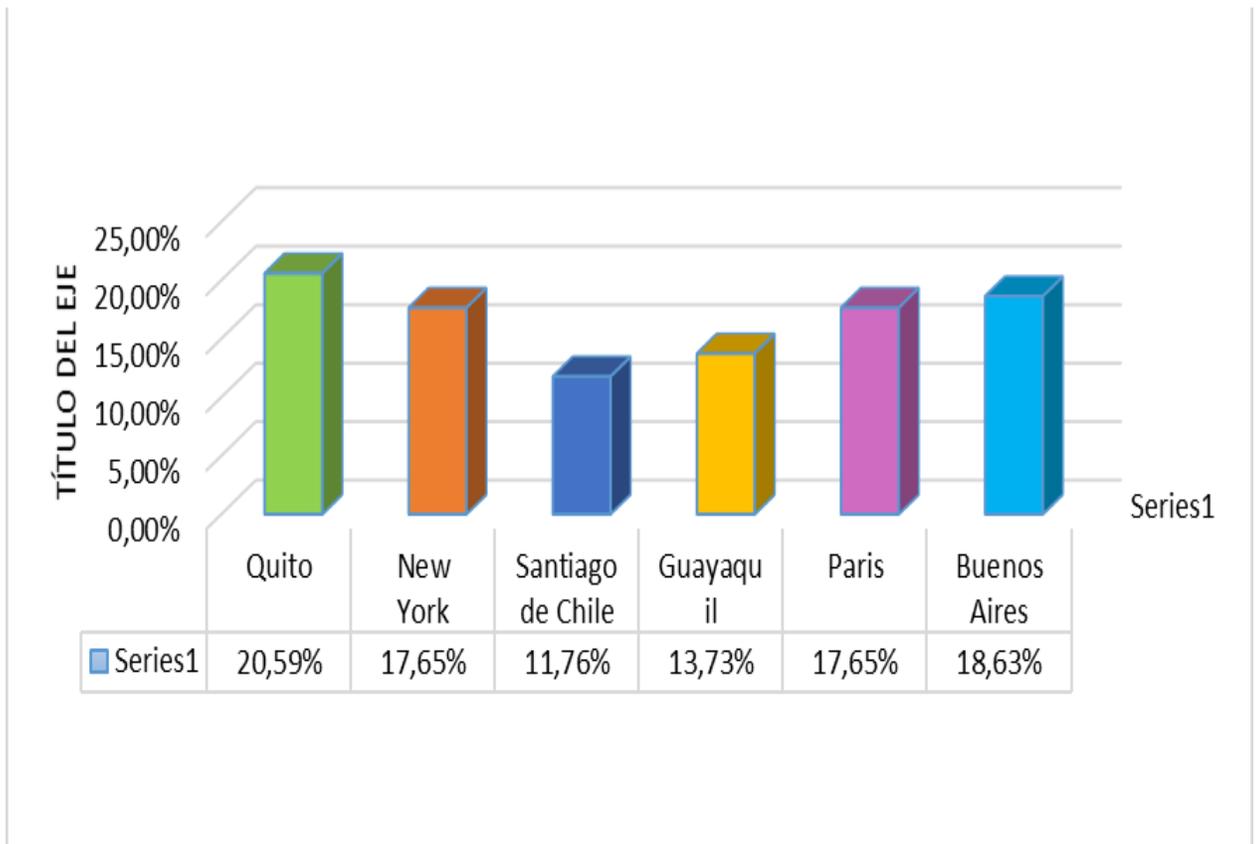


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

3. Ciudad de residencia

Grafico #4.43 Ciudad de residencia de los encuestados

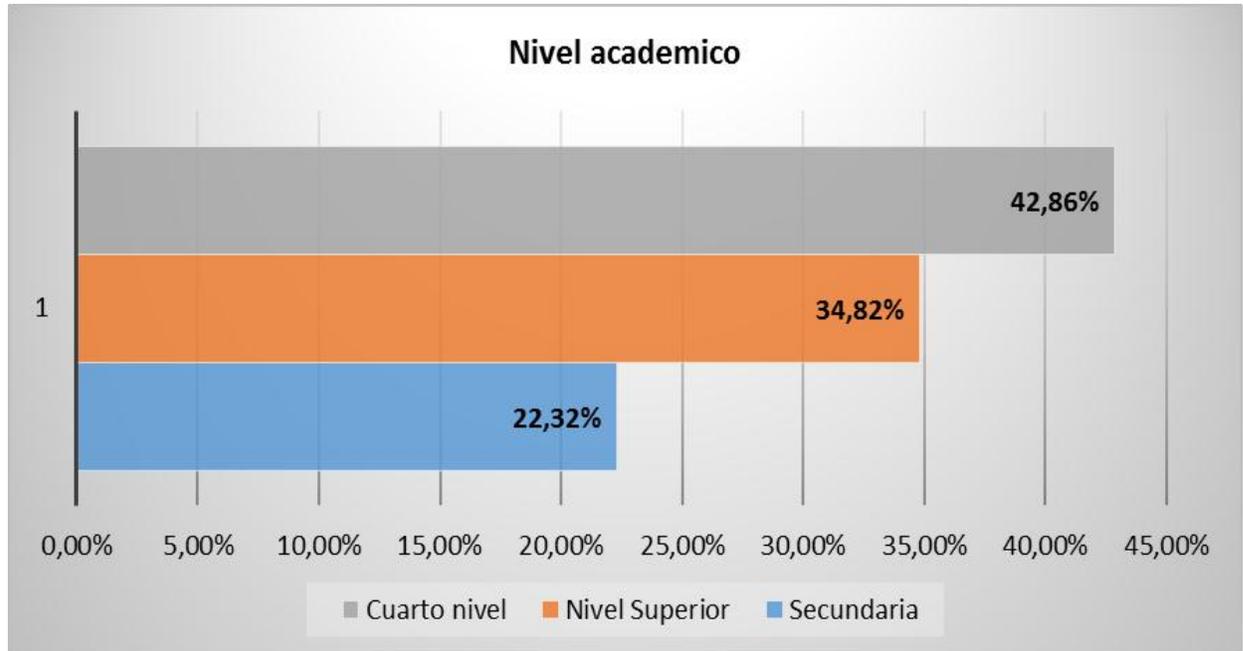


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

4. Marque su nivel académico

Grafico #4.44 Nivel académico

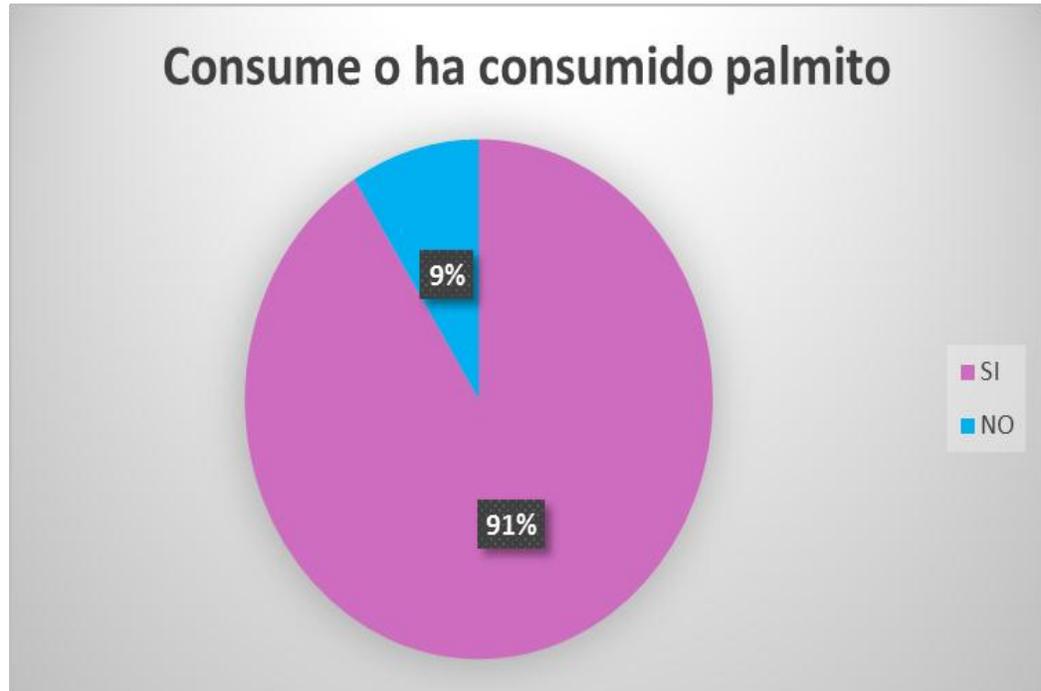


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

5. Consume o ha consumido usted palmito?

Grafico #4.45 Consumo de palmito

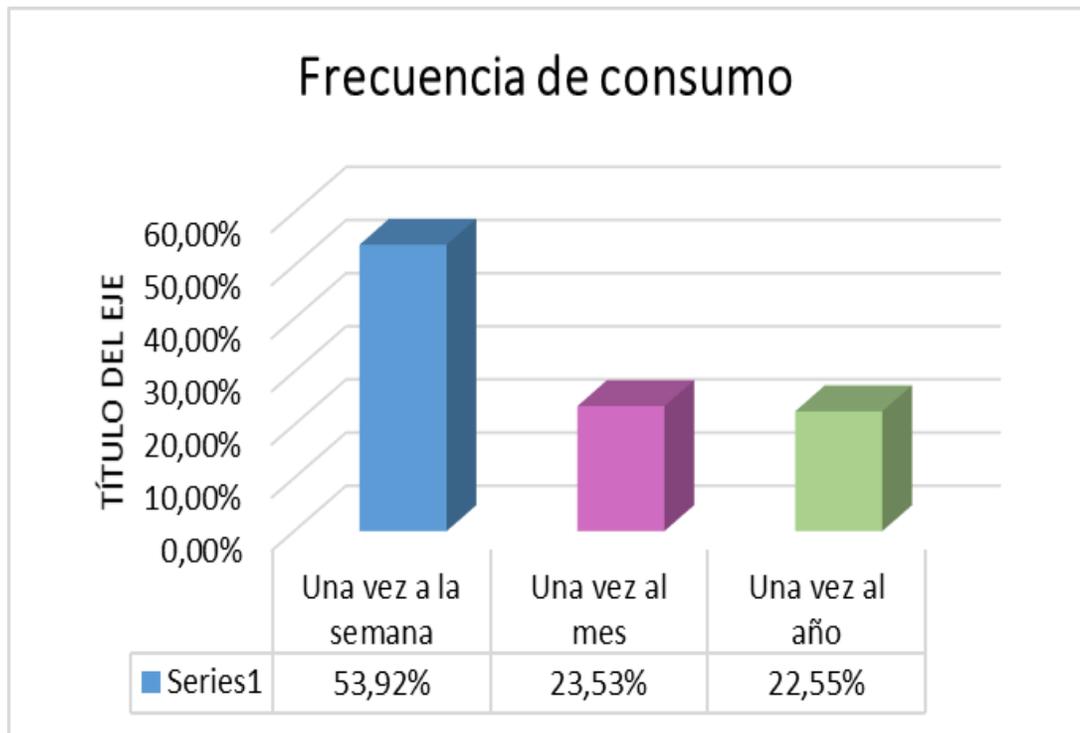


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

6. Con que frecuencia usted consume palmito?

Grafico #4.46 Frecuencia de consumo de palmito



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

7. Dónde adquiere usted el producto?

Grafico #4.47 Lugar de adquisición del producto



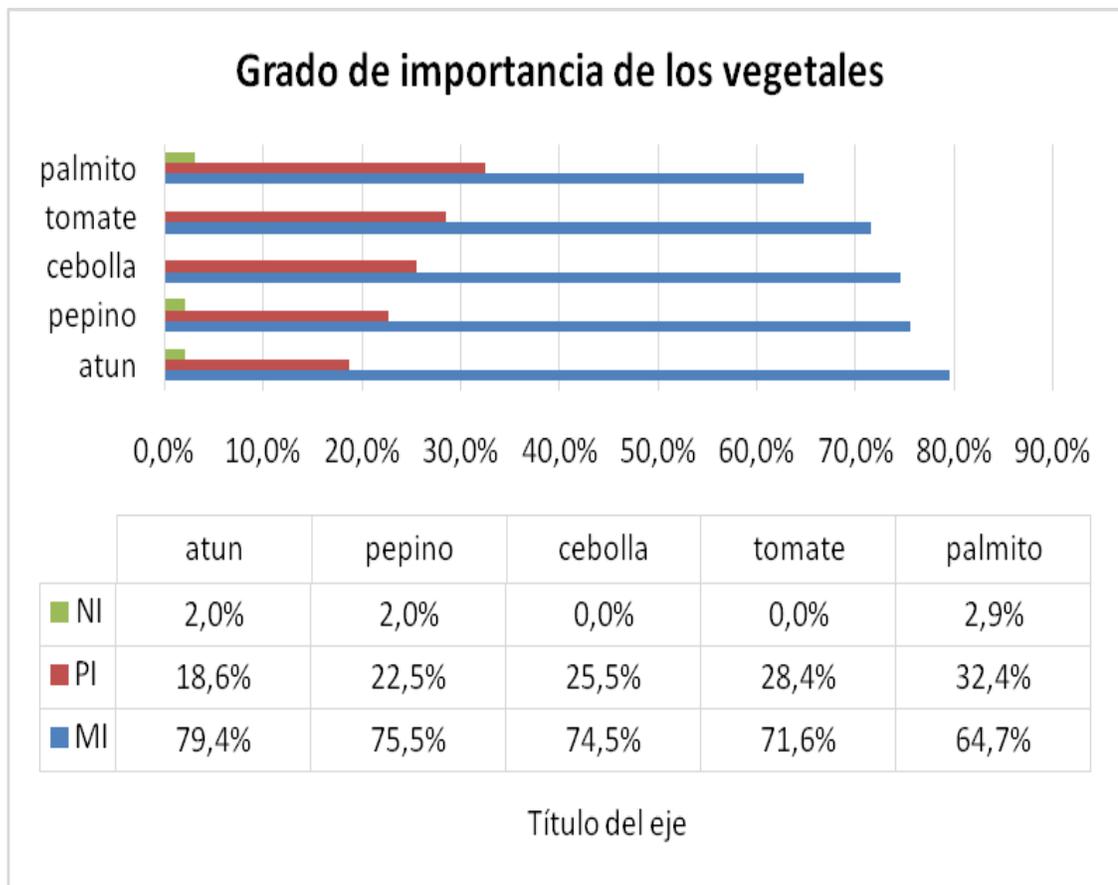
Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

8. En base al conocimiento que usted tiene sobre los productos de consumo para su hogar, según su importancia.

MI= Muy Importante
 PI= Poco Importante
 NI= No importante

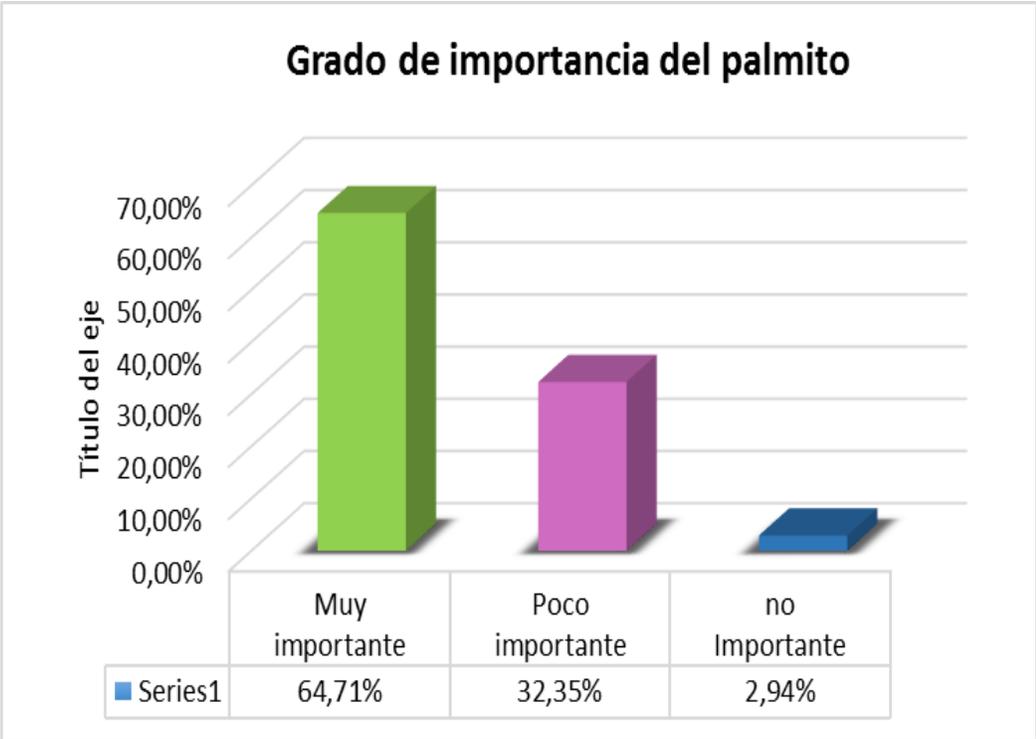
Grafico #4.48 Grado de importación de los vegetales en los hogares



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

Grafico #4.49 Grado de importancia del palmito

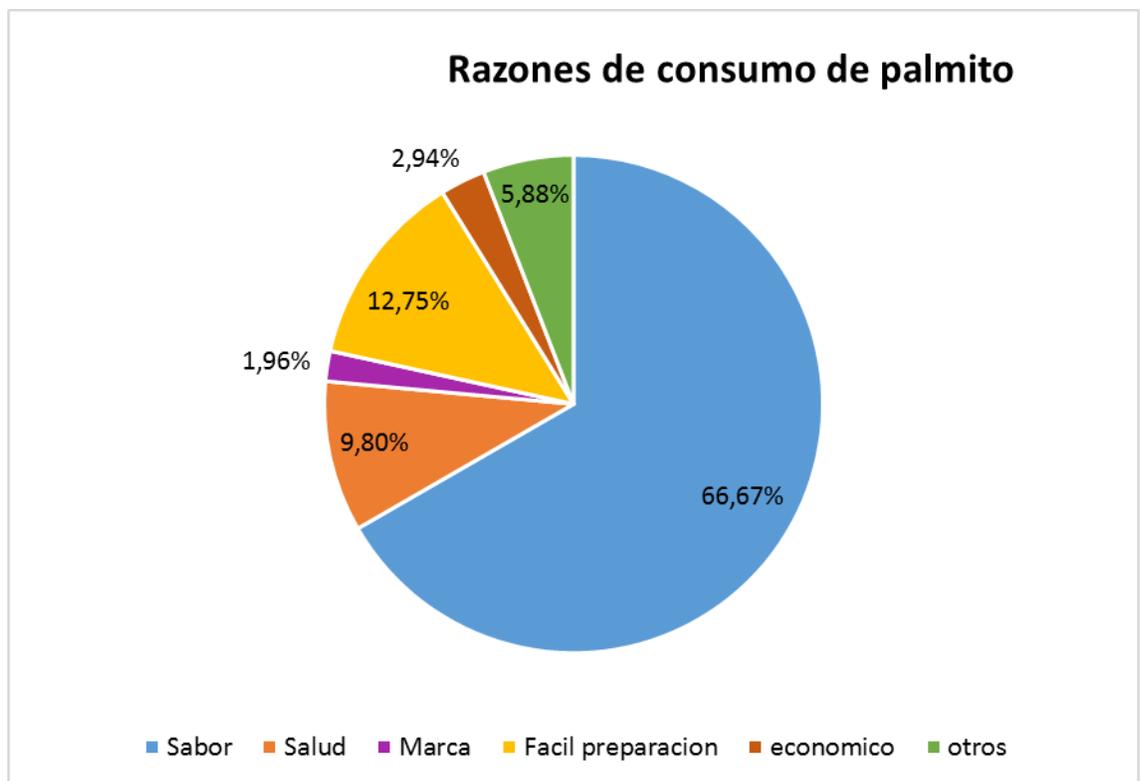


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

9. Señale las razones por las cuales consume el palmito

Grafico #4.50 Razones de consumo de palmito



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

10. De las siguientes características del palmito, enumere del 1 al 6 según su preferencia (siendo 1 su opción más preferida y 6 la menos preferida para usted)?

Tabla #4.14 Características del palmito según su preferencia

Preferencia	Precio	Calidad	Sabor	Presentación	Cantidad	Comodidad
1	12,75%	54,90%	47,06%	14,71%	7,84%	11,76%
2	13,73%	31,37%	37,25%	10,78%	13,73%	10,78%
3	27,45%	7,84%	8,82%	47,06%	12,75%	6,86%
4	14,71%	0,98%	2,94%	21,57%	33,33%	3,92%
5	1,96%	2,94%	0,98%	4,90%	31,37%	30,39%
6	29,41%	1,96%	2,94%	0,98%	0,98%	36,27%

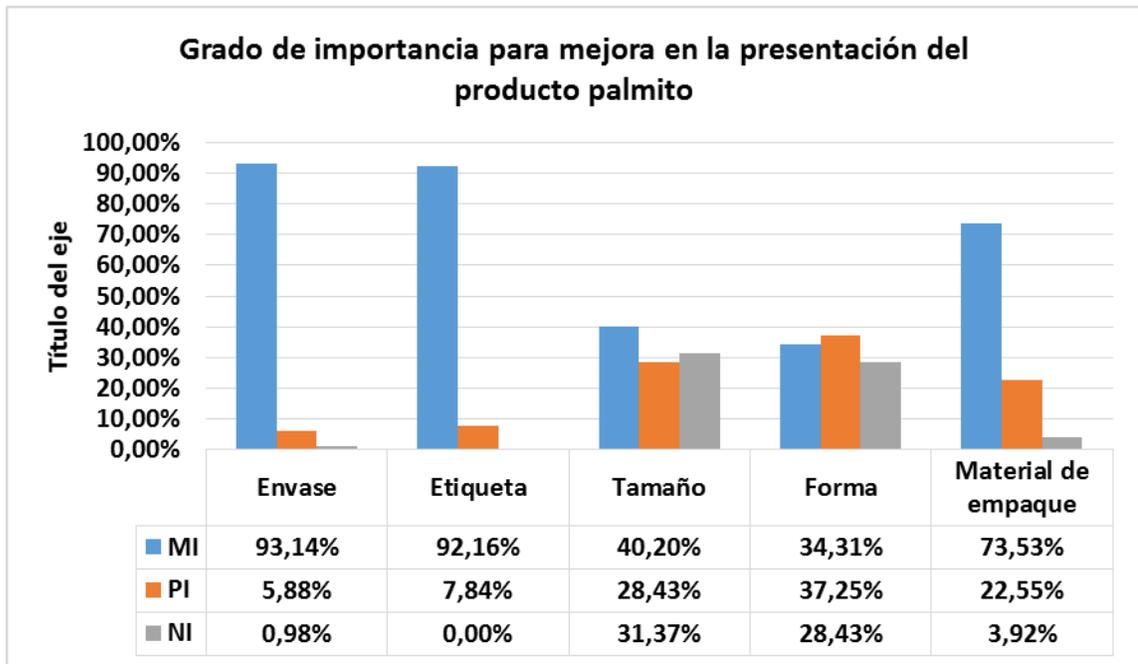
Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

11. Si usted fuese gerente de una exportadora de palmito. Sugiera una mejora en los siguientes rubros:

MI= Muy Importante
 PI= Poco Importante
 NI= No importante

Grafico #4.51 Grado de importancia para mejora en la presentación del producto palmito

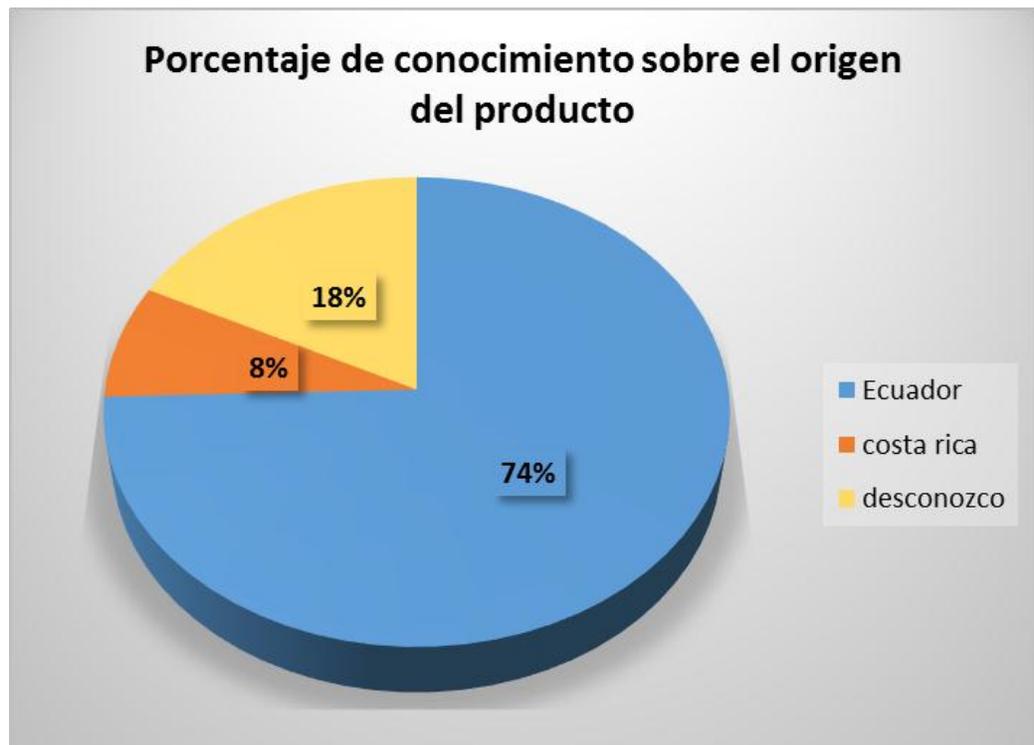


Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

12. Tiene usted conocimiento de que país proviene el producto que consume?

Grafico #4.52 Porcentaje de conocimiento sobre el origen del producto



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

13. En qué presentación le gustaría encontrar un producto a base de palmito en un supermercado para su consumo

Personas	Innovaciones con el palmito
7	fueron respuestas vagas
9	croquetas de palmito
8	enlatado de palmito con sardina
11	sopa de palmito
8	papilla de palmito para bebe
7	aceite de palmito
8	trozos de palmito en diferentes formas
9	fettuccini de palmito
9	harina de palmito
9	licor a base de palmito
8	mini rosquitas de palmito
10	enlatado de choclo con palmito
9	enlatado de atun con palmito
112	Total de encuestas

4.10 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Con las encuestas realizadas buscamos conocer el perfil de los consumidores de palmito, del total de 112 encuestas, el 60% son mujeres y el 40% son hombres, en el grafico #4.45 podemos observar que las personas que más consumen palmito oscilan entre el rango de 31 años en adelante, el cual representa el 34%, pero para los otros rangos de edades existe un porcentaje significativo de consumo, con respecto al nivel académico.

En el grafico #4.43 podemos analizar que en el mercado nacional el consumo de palmito es mayor en la capital de Ecuador con un 20.59% mientras que en el mercado internacional lo representa Buenos Aires con un 18,63%

De acuerdo al gráfico #4.45 el 91% de las personas encuestadas consumen o han consumido palmito de las cuales el 42,86% de los

encuestados son titulados de cuarto nivel mientras que el 34,82% son encuestados con un nivel superior, esto nos demuestra que el palmito siendo un vegetal usado para platillos gourmet es más conocido por las personas que se encuentran en estos dos niveles académicos

En el gráfico número #4.46, el 53.92% de las personas consumen palmito una vez a la semana y el 23.53% una vez al mes. El lugar más concurrido para la adquisición del producto es en los supermercados el cual representa un 79% de los encuestados como lo demuestra el gráfico #4.42

En el gráfico #4.48 podemos ver que el palmito ocupa un lugar considerable de importancia en una casa pero es difícil aseverar que este vegetal sea un producto de primera necesidad en un hogar y para eso debemos incrementar el consumo aprovechando las bondades nutricionales de este rubro para que ocupe el primer lugar entre los vegetales más importantes que deben estar en casa

Según el gráfico #4.50 las razones por las cuales el 66.67% de las personas encuestadas que consumen palmito es por el sabor del mismo mientras el 9.80% lo consumen por salud

De acuerdo al gráfico #4.51 de las características del palmito para el 54.90% de las personas encuestadas la calidad representa el primer lugar mientras que el 37.25% lo ocupa el sabor, por otra parte, los encuestados consideran que el envase, etiqueta y material de empaque del producto son muy importantes para mejorar la presentación del producto palmito. Ver gráfico #4.51.

Un 74% de las personas encuestadas conocen que el producto consumido es de origen ecuatoriano mientras que el 18% desconoce de donde proviene. Ver Gráfico #4.45.

Con relacion a las innovaciones que se podrian realizar a base de palmito, los encuestados tuvieron algunas ideas, de las cuales tenemos las siguientes que podrian ser implementadas en el mercado:

- Croquetas de palmito
- Enlatado de palmito con sardina
- Sopa de palmito
- Papilla de palmito para bebe
- Aceite de palmito
- Trozos de palmito en diferentes formas
- Fettuccini de palmito
- Harina de palmito
- Licor a base de palmito
- Mini rosquitas de palmito
- Enlatado de choclo con palmito
- Enlatado de atún con palmito

ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS

Desde el punto de vista empresarial opinan que para tener un valor agregado a lo que exporta Ecuador es necesario generar una identidad y una ventaja competitiva de los productos ecuatorianos en el mercado internacional. Las importaciones no son una camisa de fuerza, pueden adquirirse siempre y cuando se justifique el valor agregado que darán a las fábricas al momento de importar.

Es necesario implementar una nueva tecnología al sector agroindustrial para mejorar la calidad de los productos y realizar la elaboración de estos con eficiencia. El consumo del palmito puede incrementar positivamente por la tendencia mundial que existe de comer sano, sin grasas y con un empaque de buena calidad pero debe existir una mayor disponibilidad de tierras para no escasear el área productiva ya utilizada.

El mercado del palmito se ha expandido cada vez más pero esto no es suficiente, debemos invertir en nuevos mercados para encontrar un incentivo de generar más consumo en este clúster. La actualización en cuanto a maquinarias y el perfil del mercado internacional son muy importantes porque nos permiten estar un paso más adelante que la competencia principal que es Costa Rica. Realizar mixes con palmito para los empresarios sería algo totalmente innovador ya que si existe un mercado para este rubro porque así lo sondean ellos.

Desde el punto de vista de los chefs si existe una cultura gastronómica internacional en cuanto al palmito porque son muy consumidos en comidas gourmet y por esta razón empieza a existir una pequeña cultura que acapara el consumo de este rubro.

Entre los platos que se brindan en los hoteles o restaurantes lujosos se encuentran: las croquetas de palmito, platos mezclados con palmito y pollo o lomo, ensalada "salad crazy" de palmito.

El plato popular en cuanto al consumo del palmito en el mercado internacional son las ensaladas de este rubro y por estos motivos se considera que el sabor del palmito es un tanto subjetivo pero que a la mayoría de las personas les gusta el sabor de este clúster.

Existen restaurantes donde el palmito ocupa el primer lugar que son los vegetarianos pero en los restaurantes comunes solo es un plato normal. El palmito tiene bastante futuro en el ámbito de la gastronomía porque puede tener una diversidad de salida y porque tiene un futuro para hacer comida fusión.

El crecimiento del palmito se ha dado de una manera lenta pero a medida que comienzan a salir más ofertas vegetarianas y comidas light, entonces este tipo de comida va a variar y la gente se cuidara más en su salud y se incrementara más el mercado para este producto y en cuanto a las innovaciones ellos piensan que no hay plato que el palmito no acompañe pero que cualquiera se inventa algo con el palmito porque es un producto que es accesible para casi la mayoría de los platos que se sirven.

2.12 PROYECCIONES DE EXPORTACIONES DE PALMITO A 10 AÑOS

Tabla #4.15 Tasa de crecimiento del 2000-2012 y proyecciones a 10 años

Años	Tasa de crecimiento	
2000-2001		0,16
2001-2002		-0,20
2002-2003		0,26
2003-2004		0,18
2004-2005		0,22
2005-2006		0,21
2006-2007		0,33
2007-2008		0,12
2008-2009		-0,26
2009-2010		0,13
2010-2011		0,20
2011-2012		-0,006
Promedio		0,11
Año 2012	\$	72.987,87
2012-2013	\$	81.067,78
2013-2014	\$	90.042,15
2014-2015	\$	100.010,01
2015-2016	\$	111.081,32
2016-2017	\$	123.378,26
2017-2018	\$	137.036,49
2018-2019	\$	152.206,71
2020-2021	\$	169.056,31
2021-2022	\$	187.771,20
SUMA	\$	1.151.650,22

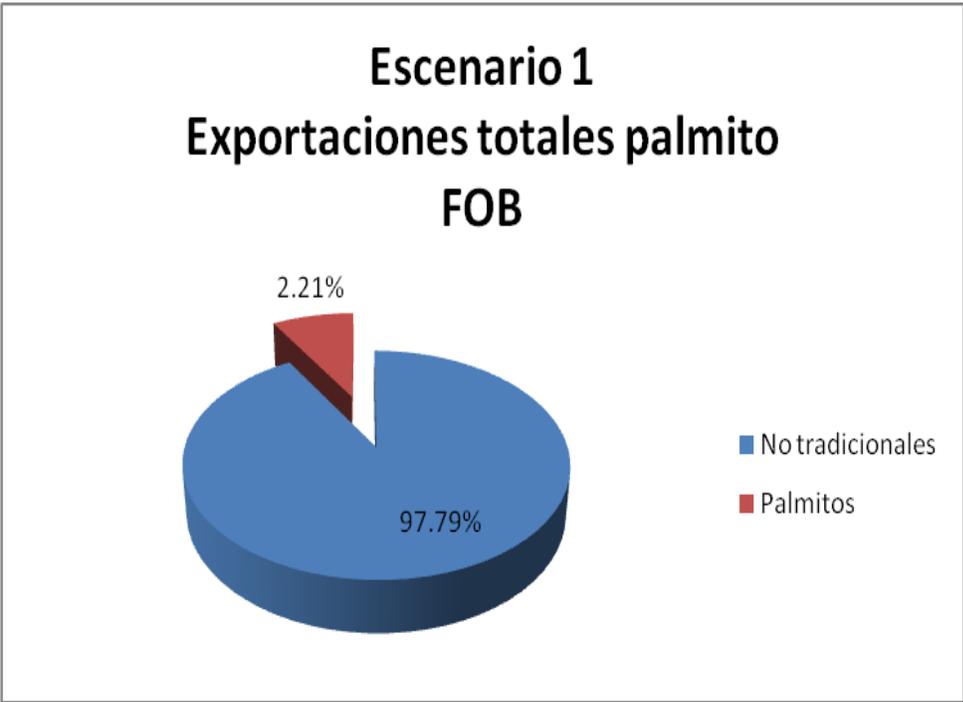
Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autoras

En la tabla #4.15 se puede observar la tasa de crecimiento anual del año 2000 al 2012 de las exportaciones de palmito (FOB) , para obtener un promedio y proyectar las exportaciones en los próximos 10 años, dándonos como

resultado un total de \$1.151.650,22 que nos permite de cierta manera incrementar el grado de participación en las exportaciones de palmito, en los gráficos # 4.53 y #4.54 observamos dos escenarios, el escenario 1 es el promedio de exportaciones del 2000-20012 y el escenario 2 es el total de exportaciones esperadas del 2013-2022, que el porcentaje actual de 2.21% aumente a 3.99% en 10 años

Grafico #4.53 Escenario 1 _Exportaciones totales palmito 2000-2012



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autoras

Grafico #4.54 Escenario 2 _Exportaciones totales palmito 2013-2022



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Autoras

MARCO LEGAL

ANALISIS PEST

ASPECTOS POLÍTICOS

Ecuador es una república democrática y presidencialista, dirigido por el jefe de Estado y del Gobierno

Es un país soberano y un estado social de derecho, con órganos de control administrativo, constitucional, financiero y bancario

Actualmente la inestabilidad ecuatoriana ha afectado varios aspectos tanto económicos como sociales.

Una de las razones acerca de la inestabilidad son las crisis presidenciales, reformas electorales y legislativas en el país.

El poder electoral funciona y entra autoridad solo cada 4 años o cuando hay elecciones o consultas populares.

ASPECTOS ECONÓMICOS

La deuda externa que tiene el país es vista como una de las más pesadas de los países de América Latina.

El crecimiento económico del país depende del Banco Central Del Ecuador.

Ecuador tiene una política social integral para el buen vivir, con enfoque de derechos y clara prioridad fiscal macroeconómica, que apuesta activamente por la equidad.

La balanza comercial es directamente afectada por las grandes cifras en importaciones y una cantidad mínima en exportaciones ecuatorianas.

El crecimiento ecuatoriano no puede ser analizado únicamente bajo estos datos y debe ser mirado con cierto escepticismo. La principal crítica que cuestiona nuestro desarrollo es la dependencia al precio del barril del petróleo.

ASPECTOS SOCIALES

El aspecto social de Ecuador que cabe destacar en primer lugar por lo positivo son sus raigambres y tradiciones.

Ecuador es un país cuyos aspectos sociales tienen una cara menos amable. La primera de ellas es la de los derechos de los indígenas, muchas veces vulnerados.

No se protege las riquezas del país ante los intereses de las transnacionales.

El Gobierno de Ecuador ha hecho suya la máxima de desterrar la desigualdad en el país, y para ello se ha creado la Ley orgánica para la creación del Consejo Nacional de Desigualdad.

El Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica.

El Ecuador se presenta como una comunidad histórica dueña de una gran riqueza cultural.

ASPECTOS TECNOLÓGICOS

La tecnología en Ecuador es bastante escasa la cual nos ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial.

La falta de presupuesto del Ecuador para invertir en tecnología es lo que más agrava a nuestra situación.

Ecuador cuenta desde el 6 de mayo 2008 con el primer avión latinoamericano de micro gravedad cero y el cual posiciona al país como líder regional aeroespacial.

El gobierno ecuatoriano ha puesto en marcha una iniciativa que busca que científicos extranjeros e investigadores ecuatorianos residentes en el exterior lleguen al país a desarrollar proyectos de investigación

Se está fortaleciendo el sector de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para que puedan aplicarse en el sector agropecuario

CONCLUSIONES

Con la información obtenida podemos concluir que el palmito en su proyección podría aumentar en los próximos 10 años un 3.99% de participación en exportaciones. Por lo tanto, es importante dar apertura a nuevos productos e ir fortaleciendo la balanza comercial con productos no tradicionales pero aún nos queda la preocupación que las exportaciones no petroleras representen el 44.68% del total país en valor FOB durante los últimos 12 años mientras que las exportaciones de productos no tradicionales han tenido una tendencia de crecimiento a partir del año 2008, demostrando el incremento de participación en los mercados extranjeros.

El palmito es considerado uno de los principales productos exportables de Ecuador en los últimos años con una participación dentro de las exportaciones de no tradicionales del 2.21% en valor FOB, así también el costo por tonelada ha mantenido una tendencia de crecimiento, se busca aumentar el consumo de este producto con innovaciones las cuales son el pilar fundamental para un crecimiento en los mercados internacionales con el fin de cambiar la perspectiva en la matriz productiva. Otro punto a considerar sería el tema de la salud, ya que las ofertas vegetarianas comienzan a ganar mercado y las personas a cuidar su salud la cual este producto brindan beneficios nutricionales en gran cantidad.

Entre los principales compradores del clúster palmito que ha tenido el Ecuador durante los 12 últimos años tenemos a Francia, Chile y Argentina lo cual está representado con un 57,40%; 23,68% y un 18,92% respectivamente, con estos resultados podemos observar que la Unión Europea tiene un mayor grado de participación en la compra de este rubro por la cultura gastronómica que mantienen estos países. Con relación a los exportadores de este clúster, el

Ecuador es el principal exportador y abarca un 53,38% del mercado seguido de Costa Rica con un 23,85%.

Respecto al consumo per cápita de los cinco principales compradores mundiales que tienen una tendencia futura del clúster palmito como Francia, Chile, Argentina y Canadá son los principales consumidores de este rubro ecuatoriano el cual está representado con más del 60% a excepción de Estados Unidos que adquiere de Ecuador solo un 35% de este producto.

De acuerdo a la investigación de mercado, las siguientes ideas innovadoras pueden ser implementadas por las empresas ecuatorianas exportadoras de palmito para invertir en el desarrollo de nuevos productos que hagan crecer las exportaciones de este rubro en los próximos 10 años:

Grafico #4.55 Innovaciones a base de palmito



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autoras

Para poder sustentar nuestra hipótesis utilizamos materiales de investigación: encuestas y entrevistas de las cuales pudimos obtener que el 91% de las personas encuestadas han consumido palmito y que el 74% tienen conocimiento de donde es originario este producto, lo cual nos da a conocer que deberíamos promover el consumo en mercados internacionales con nuevos productos que capte clientes potenciales en un futuro

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se han analizado durante la investigación son enfocadas al incremento del consumo del clúster palmito para mejorar la matriz productiva del país en los próximos años:

- Incentivar el cultivo del palmito en nuevas áreas de producción que en base a este estudio se cita que se investigue en la parte amazónica las mejores tierras para sembrar y así llegar a cubrir la demanda y evitar la escasez del producto
- Incrementar el consumo en mercados ya existentes con la realización de campañas que incentiven y comuniquen a las personas sobre las bondades del producto con la participación de organismos públicos, privados y líderes de opinión (doctores, nutricionistas).
- Realizar campañas y eventos, degustaciones, promoción en ferias internacionales comerciales en las Embajadas ecuatorianas de los diferentes países consumidores, promoción participando en ferias: Anuga- Alemania, Sial- Paris, Alimentaria-Barcelona, Sial-Mercosur y Feria de Alimentos-Chile.
- Creación de páginas web interactivas de e-commerce realizadas por los empresarios exportadores de palmito donde los consumidores puedan obtener el producto de una manera más fácil sin salir de casa.
- Se recomienda el incremento de presupuesto para investigación y desarrollo y de innovaciones que permitan diferenciar a las empresas de sus competidores y diversificar mercados que incremente el consumo de palmito.

Sugerir la mejora en los procesos de producción automatizando las líneas e incrementando la inocuidad alimentaria sustentándola en certificaciones que vayan generando más confianza en los consumidores internacionales

BIBLIOGRAFÍA

Acerca de la agricultura del palmito ecuatoriano (2009).recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web el palmito ecuatoriano blogspot <http://elpalmitoecuatoriano.blogspot.com/2009/11/ventajas-competitivas-y-comparativas.html>.

Acerca del consumo del palmito a nivel mundial (2012).Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web del diario hora buena <http://horabuena.blogspot.com/2012/04/el-palmito-consume-este-vegetal-de.html>.

Acerca del perfil del palmito (2014). Sitio web de **CCBOL GROUP S.R.L.** Venus Manufacturers Wide Range of Organic Chemicals Recuperado <http://www.ccbolgroup.com/palmitosCH.html>

Acerca del procesamiento de los corazones de palmito al natural. (2006). Recuperado el 22 de Junio de 2014, del sitio web de la FAO

Acerca del suelo ecuatoriano para la agricultura de palmito (2010).Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web Ecuador Palmicultor <http://www.eluniverso.com/2010/12/07/1/1363/ecuador-palmicultor.html>.

Acerca Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas
(2013)

Isuani, E. (1991). Bismarck o Keynes: ¿Quién es el culpable? Notas sobre la crisis de acumulación. e E. Isuani, R. Lo Vuolo y E. Tenti Fanfani, El Estado benefactor: un paradigma en crisis, CI EPP, Buenos Aires, Miño y Dávila.

Mora Urpi J, Gainza Echeverria J. (1999). Palmito de pejibaye (*Bactris gasipaes* Kunth). Su cultivo e industrialización. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=gjxTOMG2zgYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

moya, inaexpo del ecuador y agroceres del brasil tienen en este país una planta que industrializa el palmito, 2004, pág.

<http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema19.htm>). Recuperado el 22 de Junio del 2014.

Pedro Sánchez Saá, Hacia la Construcción de Territorios Competitivos e Innovadores (1990). Recuperado el 22 de Junio del 2014, del sitio web Gobierno de la Provincia de Pichincha www.cepal.org/ilpes/.../6/.../Presentación%20Palmito%20Seminario.ppt

Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013

Pronaca. (2011). Acerca del Palmito: AK Iguana Consultores, C.A. Recuperado el 23 de Julio de 2014, de sitio web de AK Iguana Consultores, C.A.:

<http://vidaefectiva.com.ve/conoce-los-beneficios-de-comer-palmito-v18009e/>

ANEXOS

ANEXO 1 – GUIAS DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA DE TESIS:

Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y sus Proyecciones en el Cambio de la Matriz Productiva.

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESARIOS

Objetivo: Determinar el conocimiento de los empresarios sobre la matriz productiva para el incremento del consumo de palmito en el mercado internacional

La presente entrevista va dirigida a los empresarios más influyentes en la exportación del palmito en el Ecuador

1. Como usted sabe parte del desarrollo económico de un país está basado en la industrialización de productos con valor agregado para generar bienestar y progreso. ¿Qué opina sobre la propuesta del gobierno de un cambio en la matriz productiva?
2. Cree usted que tomar como referencia políticas mercantilistas como las barreras arancelarias y los subsidios a las importaciones contribuyan a una mejora en la matriz productiva?

3. Según su experiencia cuales políticas productivas apoyan la creación de nuevos productos?
4. El palmito es un producto que se encuentra en la balanza comercial en el grupo de no tradicionales, en la actualidad se produce 31.567 toneladas en el país, y su exportación representa el 1.67% del total de exportaciones. Cree usted qué es posible ubicar al palmito como potencial exportador para colaborar en la disminución de la dependencia petrolera?
5. Según las estadísticas actúales, cree usted que en los próximos años podría existir un incremento en las hectáreas cultivadas de palmito para lograr un porcentaje representativo de su exportación del 1.67% al 3 o 4% del total país?
6. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?
7. Tomando en cuenta que la tecnología del Ecuador para la producción de palmito ha sido la esterilización comercial a través de la penetración del calor mediante un contenedor de vidrio o lata, existen otras tecnologías que se puedan usar en el sector agroindustrial para un posible crecimiento de consumo en los mercados internacionales?

8. Según la Fao, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto

Agradecemos su colaboración



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA:

Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y sus Proyecciones en el Cambio de la Matriz Productiva.

OBJETIVO: Conocer las percepciones del cliente para el incremento de consumo en los mercados internacionales a través de innovaciones en el clúster palmito

La presente encuesta va dirigida a personas mayores de edad, del área urbana.

AGRADECEMOS LA VERACIDAD DE LA INFORMACION.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE PALMITO

DATOS DEL ENCUESTADO/A

1. Señale su género?

M_____ F_____

2. Señale su rango de edad

18-22 _____

23-26 _____

27-30 _____

31 o mas _____

3. Ciudad de residencia: _____

4. Marque su nivel académico.

Primaria

Secundaria

Nivel Superior

Cuarto Nivel

5. Consume o ha consumido usted palmito?

Si _____ No Por qué? _____

Si la respuesta de la pregunta No. 4 es afirmativa entonces responda las siguientes preguntas

6. Con que frecuencia usted consume palmito?

a) todos los días

b) una vez a la semana

c) una vez al mes

d) una vez al año

7. Dónde adquiere usted el producto?

Mercados

Supermercados

Tiendas de Barrio

Otro (señale) _____

8. En base al conocimiento que usted tiene sobre los productos de consumo para su hogar, según su importancia. Escriba:

MI= Muy Importante
PI= Poco Importante
NI= No importante

Producto	Importancia
Zanahoria	_____
Palmito	_____
Coliflor	_____
Pepino	_____
Tomate	_____
Brócoli	_____
Cebolla	_____
Atún	_____
Aceitunas	_____

9. Señale las razones por las cuales consume el palmito

Marca	<input type="checkbox"/>
Económico	<input type="checkbox"/>
Fácil preparación	<input type="checkbox"/>
Sabor	<input type="checkbox"/>

10. De las siguientes características del palmito, enumere del 1 al 6 según su preferencia (siendo 1 su opción más preferida y 6 la menos preferida para usted)?

Precio	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Sabor	<input type="checkbox"/>

Presentación	<input type="checkbox"/>	
Cantidad	<input type="checkbox"/>	
Comodidad	<input type="checkbox"/>	
Otro ¿cuál?	<input type="checkbox"/>	_____

11. Si usted fuese gerente de una exportadora de palmito. Sugiera una mejora en los siguientes rubros:

MI= Muy Importante
PI= Poco Importante
NI= No importante

Envase	_____
Etiqueta	_____
Tamaño	_____
Forma	_____
Material de empaque	_____

12. Tiene usted conocimiento de que país proviene el producto que consume?

Ecuador	<input type="checkbox"/>	
Costa Rica	<input type="checkbox"/>	
Brasil	<input type="checkbox"/>	
Desconozco	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	_____

13. En qué presentación le gustaría encontrar un producto a base de palmito en un supermercado para su consumo

Sugerencia:

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA DE TESIS:

Contribución de las Exportaciones de Palmito en los últimos 12 años en las Exportaciones Totales del País y sus Proyecciones en el Cambio de la Matriz Productiva.

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A CHEFS

Objetivo: Determinar el incremento del consumo de palmito en el mercado internacional

La presente entrevista va dirigida a las personas más influyentes en la innovación y consumo internacional del palmito (integrarlo en condición de experto)

Datos del entrevistado:

Nacionalidad _____

Profesión _____

Usted ha trabajado en la preparación de sus platos con el palmito?

1. Usted cree que exista alguna cultura gastronómica internacional en cuanto al palmito?
2. Que platos a base de palmito le brinda usted a los huéspedes del hotel?
3. Como chef internacional que es, cuales son los platos más populares usando palmito en el extranjero?

4. En que categoría ubica al palmito en cuanto a la gastronomía internacional?
5. Según su experiencia cuál cree que sea el futuro de la gastronomía usando el palmito?
6. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?
7. Según la Fao, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto usando un contenedor?

Agradecemos su colaboración

ANEXO 2 -TRANSCRIPCIONES

Anexo 2.1 Transcripción de las entrevistas (empresarios)

Entrevista numero 1

Realizada: 5 de agosto 2014

Empresa: Gómez Export

- 1. Como usted sabe parte del desarrollo económico de un país está basado en la industrialización de productos con valor agregado para generar bienestar y progreso. ¿Qué opina sobre la propuesta del gobierno de un cambio en la matriz productiva?**

Me parece que todo país en vía de desarrollo como el nuestro (que no es industrializado todavía) debe darle prioridad a exportar más valor agregado en su conjunto. Los tiempos que vivimos obligan a que independientemente de la balanza comercial, todo producto que se exporte tenga un valor y características únicas que lo hagan destacarse sobre el resto. Tenemos que tener en este país la capacidad de generar identidad sobre lo que hacemos, tal como por ejemplo, uno dice Chile y automáticamente piensa en frutas, salmón y vinos, ...uno dice Argentina y pensamos carnes, granos y vinos,..y así por el estilo. Si no le damos valor agregado realizando inversiones en el proceso de fabricación, sino que solo importando lo que necesitamos, no llegaremos a generar la ventaja competitiva que nuestros productos necesitan en el mercado internacional para competir con la producción centroamericana y asiática que tiende a ofrecer muchos productos primarios como nosotros tales como banano, camarón, pescado, palmito, etc..Tenemos que diferenciarnos de los demás países y así tendremos compradores comprometidos e identificados con lo nuestro y lo que vendemos.

- 2. ¿Cree usted que tomar como referencia políticas mercantilistas como las barreras arancelarias y los subsidios a las importaciones contribuyan a una mejora en la matriz productiva?**

En algunos casos si, en otros no. Considero que es un error generalizar y pensar que toda importación es mala cuando hasta en los países más desarrollados importan materia prima y valor agregado para sus fábricas. Yo creo que hay que analizar caso por caso y ver si es que se justifica las importaciones o barreras arancelarias dependiendo del nivel de transferencia de tecnología que tengamos en nuestros procesos y volumen de producción disponible en caso de no usar importaciones.

- 3. ¿Según su experiencia cuales políticas productivas apoyan la creación de nuevos productos?**

Yo considero que la transferencia de tecnología es fundamental así como también el acceso a un internet más rápido que permita a los productores fácil y rápido acceso a actualizarse sobre las tendencias del comercio internacional y que a su vez permita transacciones online directas. Por más apoyo que exista para viajar a ferias y otros actos públicos, las ganas de informarse tiene que venir de cada uno y eso se hace teniendo los medios y la VELOCIDAD más que nada de internarse en las tendencias globales. Sino pregúntenle a Amazon o Alibaba como les va.

- 4. El palmito es un producto que se encuentra en la balanza comercial en el grupo de no tradicionales, en la actualidad se produce 31.567 toneladas en el país, y su exportación representa el 1.67% del total de exportaciones. ¿Cree usted qué es posible ubicar al palmito como potencial exportador para colaborar en la disminución de la dependencia petrolera?**

Es un producto de mucha aceptación pero mundialmente no existen suficientes plantaciones para hacer crecer en demasía el palmito. Si considero que es un rango de comercio que va a subir muchísimo por la tendencia mundial de comer productos sanos, sin grasas y que tengan mucha vida útil por su empaque en conserva, pero necesitaríamos sembrar todo el Oriente para realmente producir una variación que pase el 3 al 4% y no el 1,67% actual. El mercado existe, pero no creo que exista la disponibilidad todavía. Es por eso que los precios suben ya que Costa Rica y Brasil han bajado mucho. Las empresas que se dediquen sí creo que les va a ir bien pero tiene que existir mayor disponibilidad de tierras y decisión de los productores de sembrar este producto y no banano por ejemplo que es más tradicional.

- 5. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. ¿De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?**

Efectivamente a nosotros nos han incrementado los clientes y más que nada se han diversificado. Vendemos bastante producto a Medio Oriente (Israel, Líbano, Jordania, Emiratos Árabes), Latinoamérica (Venezuela, México, Argentina y Chile) y Europa (Francia, España, Alemania). Siendo Estados Unidos un mercado casi copado, nosotros optamos por buscar otros mercados. Yo creo que el mercado de Medio Oriente (no Asia Oriental por tener productores grandes) y África del Norte son las que más proyección tienen, así como también los países nórdicos como Noruega, Dinamarca, Finlandia y Suecia. La cultura de comidas saludables en conservas es la que más prefieren las familias ya que el

mercado de frescos tiene muchos problemas por la calidad de lo que llega a esos supermercados.

- 6. Tomando en cuenta que la tecnología del Ecuador para la producción de palmito ha sido la esterilización comercial a través de la penetración del calor mediante un contenedor de vidrio o lata, existen otras tecnologías que se puedan usar en el sector agroindustrial para un posible crecimiento de consumo en los mercados internacionales?**

Yo creo que tiene que ser un esfuerzo conjunto de todos los del sector, hay que informarse mucho y actualizarse para estar a la par de lo que requieren los mercados internacionales y quien mejor que los mismos palmiteros para dar luces en el tema. En maquinaria y en tecnología, todo se conoce. Los procesos son los que hay que actualizar y eso lo sabremos con una continua actualización de información.

- 7. Según la FAO, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto**

El valor agregado de palmito con otro producto como por ejemplo atún, ambos se mantienen en conserva y son muy apetecidos en los mismos mercados. Hacer mixes con otros productos sería para mí el siguiente paso. Estoy seguro que el mercado existe porque así lo sondeo

Entrevista numero 2

Realizada: 19 de agosto 2014

Empresa: Protropic

Encuestado: Steban Muñoz

- 1. ¿Cómo usted sabe parte del desarrollo económico de un país está basado en la industrialización de productos con valor agregado para generar bienestar y progreso. ¿Qué opina sobre la propuesta del gobierno de un cambio en la matriz productiva?**

El cambio de la matriz productiva es esencial para sustituir las importaciones, ahorrar las divisas y sobre todo aumentar las tasas de empleo que favorecería a la mayoría de los ecuatorianos, sobre todo con lo que manifiesta el Plan Nacional del Buen Vivir en su 4to Objetivo General. De Sustituir los recursos finitos por los infinitos y se refiere a infinito al conocimiento el cambio de la matriz productiva debe estar en relación indisoluble con el conocimiento para potenciar al país en ciencia y tecnología.

- 2. ¿Cree usted que tomar como referencia políticas mercantilistas como las barreras arancelarias y los subsidios a las importaciones contribuyan a una mejora en la matriz productiva?**

Es una decisión que entraría a debate y controversia ya que si se tomamos como referencia las barreras arancelarias deben de permanecer en un porcentaje bajo para el consumo de nuestros productos, para que a posteriori con el aumento de la tecnología producir en calidad y los aranceles aumentar, por otro lado los subsidios a las importaciones sería en disminuir toda importación ya que el objetivo del Gobierno es Consumir lo nuestro y si dejamos de subsidiar productos que no son de primera

necesidad, no sólo la matriz productiva mejorara sino que el estado ecuatoriano entraría a formar parte de los países estables y con mayor rendimiento productivo de la región

3. ¿Según su experiencia cuales políticas productivas apoyan la creación de nuevos productos?

Infraestructura ayudaría a la creación de empresas para la industrialización de la materia prima debido a que los grandes mercados se vive en constante competitividad y hay que buscar nuevos mercados para diversificar los productos con relación a la política de la innovación que es un apoyo para nosotros los emprendedores, al momento de crear nuevas plazas de trabajo genera oportunidades de empleo para las personas.

4. ¿El palmito es un producto que se encuentra en la balanza comercial en el grupo de no tradicionales, en la actualidad se produce 31.567 toneladas en el país, y su exportación representa el 1.67% del total de exportaciones. Cree usted qué es posible ubicar al palmito como potencial exportador para colaborar en la disminución de la dependencia petrolera?

Si puede llegar a ser un rubro potencial para la exportación ya que El palmito al ser un producto de gran aceptación en el mercado extranjero puede tener un alto incremento en la demanda del mismo pero habría que aumentar las superficies cultivadas para poder cubrir la demanda y no crear insatisfacción en los clientes ya que en el mundo no hay suficientes productores y el Ecuador al ser el principal exportador mundial debe evitar que se cree una demanda insatisfecha.

- 5. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?**

Si revisamos los años anteriores de exportación nos daremos cuenta que ha existido un crecimiento estable y las estadísticas junto a las proyecciones que hemos realizado nos demuestra que el consumo del palmito se direcciona a los países europeos por su cultura gastronómica, para un incremento factible es necesario dar a conocer y explotar las ventajas de este rubro

- 6. Tomando en cuenta que la tecnología del Ecuador para la producción de palmito ha sido la esterilización comercial a través de la penetración del calor mediante un contenedor de vidrio o lata, existen otras tecnologías que se puedan usar en el sector agroindustrial para un posible crecimiento de consumo en los mercados internacionales?**

En la empresa se utiliza la esterilización comercial a través de la penetración de calor pero yo creo que se debería incrementar más capacitación en la tecnología que se utiliza en el sector agrícola, ya que estamos abiertos a nuevas alternativas de producción por la competitividad agresiva que existe en los mercados internacionales.

7. Según la Fao, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto

Las innovaciones dependen a que mercado nos vamos a dirigir porque cada mercado tiene su cultura y si no las conocemos no podríamos asegurar que vaya a existir un consumo. El palmito no se ha estudiado a fondo y tal vez explotando todas las partes del palmito podríamos descubrir un nuevo potencial de este rubro, por ejemplo: usar los desechos para crear abonos orgánicos

Entrevista número 3

Realizada: 20 de agosto 2014

Empresa: Tropical Foods

Encuestado: Ramón Eguiguren Riofrío

- 1. Como usted sabe parte del desarrollo económico de un país está basado en la industrialización de productos con valor agregado para generar bienestar y progreso. ¿Qué opina sobre la propuesta del gobierno de un cambio en la matriz productiva?**

Es una buena propuesta, ya que ser dependientes de un solo producto es muy riesgoso, sin embargo la propuesta debe estar acompañada con políticas que faciliten e incentiven el cambio de matriz productiva, es decir incentivos a la agroindustria como fuente futura de ingresos para el país.

- 2. Cree usted que tomar como referencia políticas mercantilistas como las barreras arancelarias y los subsidios a las importaciones contribuyan a una mejora en la matriz productiva?**

De ninguna manera, debemos analizar qué clase de economía tiene nuestro país, y muchas de los implementos tecnológicos o fibras y materias primas necesarias para el cambio de matriz productiva son importaciones por lo que nos frena la propuesta. De igual manera con estas políticas generamos un aislamiento internacional con potenciales mercados, sin tomar en cuenta que la competencia siempre es beneficiosa para poder buscar eficiencia en nuestro sistema de producción.

Además, siempre este tipo de medidas implican una reciprocidad de Iso otros países, lo que terminaría de complicar más nuestra competitividad.

3. Según su experiencia cuales políticas productivas apoyan la creación de nuevos productos?

Incentivos tributarios tales como:

- rebaba en el impuesto a la renta los primeros años;
- devolución de IVA a los exportadores de forma ágil;
- financiamiento a tasas adecuadas;
- Largo plazo en el financiamiento, etc.

4. El palmito es un producto que se encuentra en la balanza comercial en el grupo de no tradicionales, en la actualidad se produce 31.567 toneladas en el país, y su exportación representa el 1.67% del total de exportaciones. Cree usted qué es posible ubicar al palmito como potencial exportador para colaborar en la disminución de la dependencia petrolera?

De forma exclusiva no, pero un verdadero incentivo a la agroindustria del palmito y de otros productos a corto plazo puede ir reemplazando a la dependencia petrolera.

5. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?

El incremento de consumo mundial es permanente. Lo que hay que analizar es en qué porcentaje. No hay que olvidar que no es un producto

de primera necesidad, y ante cualquier crisis, será uno de los primeros productos en dejar de ser consumidos.

Para masificar su consumo debe haber apoyo y divulgación de sus beneficios lo cual no solo lo puede venir de parte de la industria sino necesariamente con el apoyo de las embajadas en los países donde tenemos representación.

- 6. Tomando en cuenta que la tecnología del Ecuador para la producción de palmito ha sido la esterilización comercial a través de la penetración del calor mediante un contenedor de vidrio o lata, existen otras tecnologías que se puedan usar en el sector agroindustrial para un posible crecimiento de consumo en los mercados internacionales?**

Yo creo que se debería incrementar más capacitación en la tecnología que se utiliza en el sector agrícola, ya que estamos abiertos a nuevas alternativas de producción por la competitividad agresiva que existe en los mercados internacionales.

Todo tiene que ser un esfuerzo conjunto de todos los del sector, hay que informarse mucho y actualizarse para estar a la par de lo que requieren los mercados internacionales y quien mejor que los mismos palmiteros para dar luces en el tema.

- 7. Según la FAO, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto**

Prácticamente todo está inventado en el mercado del palmito.

ANEXO 2.2 TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A CHEFS

Entrevista numero 1

Realizada: 13 de agosto 2014

Ubicación: Plaza Lagos

Datos del entrevistado:

Nombre: Sebastián Freire

Lugar de trabajo: Especia Delicatessen

Cuál es su origen? Argentina

Cuál es su profesión? Chef

Usted ha trabajado en la preparación de sus platos con el palmito?

Si

1. ¿Usted cree que exista alguna cultura gastronómica internacional en cuanto al palmito?

El palmito en si es gourmet, todo restaurante lo utiliza solo para ensalada y decoraciones de ciertos platos es muy poco cocinar el palmito, el palmito sale en platos frescos y fríos puede ser tiraditos, ceviche de palmito, ensalada de lechuga variadas con palmito porque solo se utiliza para cosas frescas, hasta ahora no se le ha ocurrido a alguna persona mandar el palmito en algo caliente aunque en si el palmito para mi es todo, se le puede sacar la parte de adentro y se lo puede rellenar, se lo podría rellenar con algo caliente.

2. Que platos a base de palmito le brinda usted a los huéspedes del hotel?



Una ensalada “Salad crazy”, contiene lechuga, zanahoria, palmito, alcachofa, tomate chery, cebolla perla y vinagreta.

3. ¿Cómo chef internacional que es, cuales son los platos más populares usando palmito en el extranjero?

Solo en comida gourmet como por ejemplo la ensalada de palmito

4. En qué categoría ubica al palmito en cuanto a la gastronomía internacional?

Depende de la preparación del plato y del restaurante, si el restaurante es vegetariano de ley tiene que estar en un primer plano y si es otro tipo de restaurante el palmito es secundario, porque lo importante son las proteínas no más los vegetales.

5. ¿Según su experiencia cuál cree que sea el futuro de la gastronomía usando el palmito?

Si por A o B motivo se llegase a extinguir el palmito no pasaría nada, porque es un vegetal secundario no es primario como tanto puede ser el tomate, cebolla que son cosas básicas que de ley necesitan los platillos, como harían las pizzas en Italia si no habría tomate, el palmito solo es complemento de ensaladas.

6. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia ¿usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?

Se incrementaría más en Francia Italia, por lo que es comida gourmet aparte que se tiene que ver cómo va evolucionando la gastronomía mundial no solo el crecimiento del palmito porque hay que darse cuenta donde están las potencias gastronómicas, porque la primera es la gastronomía francesa, luego la Italia pero de ahí no nos vayamos tan lejos hay buena comida en nuestro continente como la gastronomía peruana, depende de cómo vaya evolucionando la gastronomía a nivel mundial y como vayan los chefs inventándose nuevos platillos.

- 7. Según la FAO, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. ¿Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto usando un contenedor?**

Qué será? lo venden entero, lo venden en lata, en vinagreta, en vidrio, como dice la pregunta depende de las innovaciones cualquiera se inventa algo con el palmito, los mejores platos han salido de los peores errores, es que la cocina no está estipulado con una receta estándar, la cocina es inexacta, lo único que es exacto es la pastelería, lo que se podría hacer tal vez mermelada de palmito, crema agria de palmito funcionando el palmito con otra cosa, gazpacho con palmito, tartaletas de palmito.

Entrevista número 2

Realizada: 13 de agosto 2014

Ubicación: Plaza Lagos

Datos del entrevistado:

Nombre: Roberto Morales

Lugar de trabajo: Fussion Resto – Sushi Bar

Cuál es su origen? Chile

Cuál es su profesión? Chef

Usted ha trabajado en la preparación de sus platos con el palmito?

Si



1. Usted cree que exista alguna cultura gastronómica internacional en cuanto al palmito?

Empieza a ver una pequeña cultura sobre el palmito y las facultades que pueda tener gastronómicamente y todos los beneficios que pueda dar el consumo del palmito.

2. Que platos a base de palmito le brinda usted a los huéspedes del hotel?

Aquí con palmito tenemos las ensaladas, de otros platos mezclas con pollo o lomo.

3. Como chef internacional que es, cuales son los platos más populares usando palmito en el extranjero?

Palmito en el extranjero lo usan en pizzas pero de ahí un plato en especial no he escuchado, la mayoría de extranjeros que he conocido lo usan en ensalada, casi crudo.

4. En que categoría ubica al palmito en cuanto a la gastronomía internacional?

El palmito tiene un sabor que es un tanto subjetivo a la persona, particularmente a mí no me gusta, el sabor da para que a ciertas personas no les guste y otras si, el sabor es un tanto ácido, hay personas de aquí que me exigen el palmito en ensalada y me piden que les ponga un extra.

El palmito aquí es esencial, es parte importante de la ensalada, la ensalada sin el palmito no puede salir, tenemos como dos o tres ensaladas que contienen palmito.

5. Según su experiencia cuál cree que sea el futuro de la gastronomía usando el palmito?

El palmito tiene bastante futuro hablando en gastronomía, puede tener una diversidad de salida, se puede consumir crudo o cocido, tiene un gran futuro para hacer comida fusión

6. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?

Ha tenido un crecimiento lento pero a medida que comienzan a salir más ofertas vegetarianas y comidas más light, entonces ese tipo de comida va

a variar y la gente se está cuidando más y se va a incrementar, el palmito se puede incluir en comidas de dieta porque la gente se comienza a cuidarse la salud a través de las comida va a ir aumentando el consumo a través del palmito.

- 7. Según la FAO, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto usando un contenedor?**

Añadir alguna mermelada, salsa de palmito no solamente que este en cuadritos en una ensalada ya que solo se vende en conservas, Chessecake de palmito, empanadas pero con la masa hecha de palmito (Harina de palmito), crema instantánea, palmito rellenos, tarta de palmito y debería venderse los vegetales en vidrio ya que no desprende ningún tipo de sustancia toxica.

Entrevista número 2

Realizada: 18 de agosto 2014

Ubicación: Hotel Ramada



Datos del entrevistado:

Nombre: Augusto Moran

Nacionalidad: Norte Americano

Profesión: Chef

Usted ha trabajado en la preparación de sus platos con el palmito?

Si

1. Usted cree que exista alguna cultura gastronómica internacional en cuanto al palmito?

Si creo pero dentro de los que son países latinoamericanos en cambio en países europeos no tanto

2. Que platos a base de palmito le brinda usted a los huéspedes del hotel?

- *Croquetas de palmito*
- *Crema de palmito*
- *Ensaladas con palmito*

3. Como chef internacional que es, cuales son los platos más populares usando palmito en el extranjero?

Variaciones de ensaladas a base de palmito

4. En que categoría ubica al palmito en cuanto a la gastronomía internacional?

Como un producto que le falta que lo exploten y den a conocer sus propiedades y usos.

En una categoría no muy explotada

5. Según su experiencia cuál cree que sea el futuro de la gastronomía usando el palmito?

El futuro es alentador ya que un productor con variaciones al momento de usarlo en algún plato.

6. Según CORPEI, Ecuador lidera las exportaciones de palmito en Latinoamérica con un 32% gracias a que Costa Rica y Brasil redujeron sus volúmenes en el producto. De acuerdo a su experiencia usted cree que el consumo de palmito se incrementará en los próximos 5 años y en qué mercados podría darse este crecimiento?

Se podría incrementar si se lo sabe explotar en mercados como el europeo y norte americano.

7. Según la FAO, el desarrollo prospero que se pueda dar en la industria del palmito depende mucho de las innovaciones futuras que se realicen. Cuáles son sus ideas innovadoras en relación a este producto usando un contenedor?

Como primordial dar a conocer que ofrece el palmito hacia la persona y sobretodo ya dándole distintos usos al momento de combinarlos en sabor con otros alimento

ANEXO 3 – REPORTAJES

Anexo 3.1 CONTROLAN LAS EXPORTACIONES

Fecha de publicación: Jueves, 1 de Marzo de 2012

Fuente: Diario La Hora



La piña, el palmito, la papaya, el plátano barraganete, el banano, el cacao son los productos de la región que en mayor volumen se exportan.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del

Agro (Agrocalidad) ha determinado la calidad de los productos es buena, pues se cumplen con los parámetros establecidos. Pero siempre es necesario efectuar un control constante.

El coordinador provincial, Milton Cali, señaló que en los centros de producción verifican que no tengan problemas con las plagas. Por ejemplo, la mosca de la fruta, pues en países como Estado Unidos esta es una exigencia y solicitan que Agrocalidad certifique que ese no es un problema en la ciudad.

José Moya, uno de los productores que se dedica al cultivo de cacao, indicó que junto a un grupo de productores le apuntan a un proceso de secado adecuado, porque de eso depende la calidad y el valor que reciben.

Cada exportador debe registrarse en Agrocalidad y tienen una base de seguimiento que cada año debe actualizarse.

La entidad trabaja en control de carreteras, a nivel local se vigila en la vía Quito y Quevedo.

Según Cali, esto permite que los campesinos sean más exigentes con la productividad que generan y hacen de la zona más competitiva. Al momento también se trabaja en control con los centros de abasto y muchos, efectuaron las modificaciones para mejorar el acopio de los productos, como es el caso de Franco Jiménez, quien clasifica los frutos en su local.

Anexo 3.2 SALUD DE LA PRÓSTATA (II). HIPERPLASIA BENIGNA DE LA PRÓSTATA. TRATAMIENTOS NATURALES

Fuente: Farmaciaserra.com - Especialistas en cosmética y salud natural

Autor: Joan María Serra Mandri Farmacéutico

Fecha de publicación: 28 de febrero de 2011

La próstata crece durante la mayor parte de la vida de un hombre, de forma que a partir de los 60 años es muy frecuente presentar una condición llamada próstata "agrandada", adenoma prostático o hiperplasia benigna de próstata (HPB)

El tratamiento natural de las enfermedades de la próstata supone la utilización de una serie de recursos naturales que ayudan a prevenir y mejorar los síntomas de la hipertrofia de próstata y las prostatitis.

En el apartado de venta online: "Tratamiento natural para la próstata" podrá encontrar una representación de los complementos alimenticios naturales beneficiosos para la próstata que disponemos en Farmacia Serra de Barcelona. Sirven como ejemplo:

- Saw Palmetto Complex (LAMBERTS)
- Prosor (SORIA NATURAL)
- Prostate defense (SOLARAY)
- Aceite de semillas de calabaza (TONGIL)
- Fang's SP (VITAE)
- Prostavital (HEALTH AID)

1. TRATAMIENTO FITOTERÁPICO DE LA HIPERPLASIA BENIGNA DE PRÓSTATA

El palmito, más conocido por su nombre en inglés de Saw Palmetto (Sabal serrulata o Serenoa repens) es una palmera de bajo porte cuyos frutos contienen un ingrediente activo que mejora claramente los síntomas provocados por los trastornos de la próstata. Los últimos estudios publicados sobre el tema en 1998 por Lowe y Witt confirman estas propiedades.

ACCIÓN

Los extractos de Sabal serrulata presentan una acción antiandrogénica periférica moderada, inhibiendo la 5-alfa-reductasa, enzima implicada en la hiperplasia benigna de próstata. A esto hay que añadir una acción descongestiva a la par de antiinflamatoria de la zona de la pelvis, pues inhibe las 2 vías del metabolismo del ácido araquidónico, responsable inicial de los procesos bioquímicos de la inflamación.

Los estudios clínicos realizados han comprobado que el tratamiento con Sabal serrulata es más efectivo que el placebo y los resultados son comparables a los de la droga Finasteride. Tiene la ventaja de no presentar efectos hormonales generales, ni progestágenos ni estrogénicos, que son origen de efectos indeseables sobre la sexualidad y el equilibrio hormonal.

Se apuntan más ventajas, puesto que no encubre el antígeno prostático, se tolera mejor y no deja tanto residuo postmiccional.

Finalmente, también es destacable su acción preventiva antitumoral.

INDICACIONES:

La principal es la Hiperplasia Benigna de Próstata y las prostatitis inflamatorias no infectadas aunque también se emplea por su acción antiandrogénica periférica, para paliar el hirsutismo en mujeres.

MODO DE EMPLEO:

La mejor forma de emplear esta planta, es a través del extracto técnicamente conocido como "lípidio-esterólico", ya que contiene las sustancias activas de la planta: ácidos grasos, especialmente mirístico y láurico, triglicéridos, fitosteroles (especialmente el beta-sitosterol), triterpenos, alcoholes y polifenoles, entre los cuales destacan los metabolitos de la quercetina, que se comenta más adelante.

La dosis efectiva diaria recomendada es de 320 mg/día, preferentemente con las comidas, que suele encontrarse en las farmacias en especialidades de 160 mg/comprimido. Los extractos fluídos y la tintura madre tienen eficacia en dosis de 30-60 gotas al día, según su concentración. Prácticamente no se usa en infusiones.

Esta planta entra en la composición de remedios tradicionales para el aumento del busto. Como su efecto está ligado a acción hormonal, se recomienda que se consulte con el médico la idoneidad del tratamiento.

CONTRAINDICACIONES:

Se tolera bien aunque no se recomienda su uso en el curso de tratamientos hormonales y cáncer, salvo por prescripción médica.