



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Tema:

Análisis de la variación de precios de exportación del camarón en la empresa
Industrial Pesquera Santa Priscila periodo 2012-2016

Título al que Postula:

Ingeniero en Administración de Empresas Énfasis Negocios Internacionales

Autor:

González Palacios Yeshua

Tutor:

Ing. Mónica Larrea Paredes Mgs.

Guayaquil, 2017

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres por ser ejemplo de lucha, esfuerzo y sacrificio y en especial a mis hijas Luciana y Martina puesto que son los seres que me inspiran y motivan para lograr todas mis metas propuestas.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por haberme permitido dar un paso más importante en mi vida, lo cual es culminar mis estudios universitarios.

Agradezco a mi familia por ser pilares fundamentales en mi vida cada objetivo cumplido es gracias a Uds., por toda la paciencia y predisposición que han tenido siempre conmigo, a mis padres por todos los consejos y enseñanzas para cada día ser mejor.

Agradezco a mi tutora Msg. Mónica Larrea Paredes, que supo transmitir su capacidad para orientarme y dirigirme con acierto para culminar este estudio de caso.

Agradezco en general a cada una de las personas que me brindaron su apoyo incondicional, acompañándome de principio a fin en mi carrera universitaria.

CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN DEL CAMARÓN EN LA EMPRESA INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA PERIODO 2012-2016 FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD,

ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE

DICTAN EN EL INSTRUCTIVO, POR LO QUE SE AUTORIZA A:

GONZÁLEZ PALACIOS YESHUA

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 14 Julio 2017

Ing. Mónica Larrea Paredes Mgs.

TUTOR

RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en realizar un análisis de la fluctuación de precios de exportación del camarón en la empresa Industrial Pesquera Santa Priscila una de las principales exportadoras de este producto a nivel nacional. Ecuador a lo largo de su historia siempre se ha caracterizado como un país exportador de productos primarios, debido a una caída en el precio del petróleo tuvo que diversificar sus productos de exportación. El banano y camarón a partir de la disminución en los ingresos comerciales del petróleo tomaron el papel protagónico en los ingresos por exportación para que así el déficit del país no siga aumentando.

El trabajo analiza los datos del sector camaronero donde se muestran estadísticas en un intervalo de 4 años, las variaciones porcentuales del precio de camarón, las toneladas métricas exportadas y el valor unitario de las mismas, lo cual refleja la importancia del sector camaronero como un rubro de exportación para los ingresos del país, el impacto socio económico.

El presente trabajo, que es un estudio exploratorio, en el que se aplicó una entrevista al Gerente General de la compañía Industrial Pesquera Santa Priscila con la finalidad de recopilar información sobre cómo se maneja la empresa en cuanto a la exportación de camarón, los principales mercados con los que comercializa el producto, como se maneja la empresa, su antecedente y demás información que pueda ser necesaria para el estudio de caso.

Dentro de la propuesta se establecen estrategias que puede considerar la empresa con la finalidad de mantener un producto con los niveles más altos de producción y minimizar el impacto de la variación de precios que se presenta principalmente por la sobreproducción mundial y la revaluación del dólar americano.

Palabras Claves

Camarón

Exportación

Fluctuación

Producto

ABSTRACT

The present work focuses on analyzing the fluctuation of shrimp export prices in the industrial company Pesquera Santa Priscila, one of the main exporters of this product at the national level. Ecuador throughout its history has always been characterized as an exporting country of primary products, due to a drop in the price of oil, Ecuador had to diversify its export products. From the decline in the commercial income of oil, bananas and shrimp took the leading role in export earnings so that the country's deficit does not continue to increase.

The work analyzes the data from the shrimp sector where statistics are shown over a period of 4 years, the percentage changes in the price of shrimp, the metric tons exported and the unit value of the shrimp, which reflects the importance of the shrimp sector as an item of export for the country's income, socio-economic impact.

The present work is an exploratory study, in which an interview was applied to the General Manager of the company Industrial Pesquera Santa Priscila with the purpose of gathering information on how the company handles the export of shrimp, the main markets with which the product is marketed, how the company is handled, its antecedent and other information that may be necessary for the case study.

The proposal establishes strategies that can be considered by the company in order to maintain a product with the highest levels of production and minimize the impact of the price variation that is presented mainly by the global overproduction and the revaluation of the US dollar.

Keywords

Shrimp

Export

Fluctuation

Product

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.	1
1 Capítulo I Marco Teórico	5
1.1 Normativa de Intercambio	5
1.1.1 Negociación.....	6
1.1.2 Términos de Comercio Internacional.....	7
1.1.3 Mercados Internacionales de productos acuícolas.....	10
1.1.4 Logística de Comercio Exterior.....	11
1.2 Precios Internacionales	13
1.2.1 Determinantes	13
1.2.2 Variación	13
2 Capitulo II Marco Metodológico	15
2.1 Diseño de la investigación	15
2.2 Tipo de investigación	15
2.3 Instrumento de la investigación	16
2.4 Técnica de la investigación	17
2.5 Levantamiento de la información	18
3 Capitulo III Diagnóstico	20
4 Capítulo IV Propuesta	32
Conclusiones	35
Recomendaciones	36
Bibliografía	37
Tabla 1 Variación Porcentual de los Precios Exportados	25
Tabla 2 Exportaciones en Miles de Dólares	26
Tabla 3 Principales Importadores en miles de \$	27
Tabla 4 Cantidad Exportada en TM	29
Tabla 5 Valor Unitario por TM	30

Introducción.

Ecuador como país exportador de petróleo, debe diversificar sus sectores exportadores con la finalidad de minimizar la falta de ingresos por la disminución de los precios que en muchos casos presenta este producto.

La acuicultura, que en el Ecuador ocupa el tercer lugar de exportaciones luego del petróleo y el banano, ha sido uno de los sectores productivos que ha tenido que tomar el papel protagónico para poder hacerle frente a los problemas que se han suscitado con las bajas en los ingresos petroleros, que además tiene gran importancia en la generación de fuentes de empleo ya que exporta casi el 90% de su producción, contando con más de 200.000 hectáreas dedicadas a esta actividad, por lo cual las variaciones o problemas que enfrente el sector camaronero afecta directamente a los ingresos del país así como a todas las actividades asociadas que se benefician del mismo.

El camarón es uno de los productos que deben enfrentar fluctuaciones en sus precios en el mercado internacional, esto debido a diferentes factores tanto internos como externos. Según Tapia Gonzalez (2015) “Los precios de mercado de la mayoría de los bienes fluctúan con el paso del tiempo y las fluctuaciones pueden ser rápidas en el caso de muchos de ellos, sobre todo en el de los que venden en mercados competitivos.”

Planteamiento del Problema

La caída del precio del petróleo en el año 2015, generó que el Ecuador empiece a tener un déficit en su balanza comercial debido al decrecimiento en las ventas de este rubro de exportación. Tomando en cuenta esta información podríamos decretar que Ecuador necesita incrementar la utilización de recursos de exportación diferentes al petróleo, tales como productos no tradicionales como el camarón que ocupa los primeros puestos de ventas del país, generando aproximadamente 180.000 plazas de empleo tanto directas como indirectas.

Este, así como otros productos deben enfrentar fluctuaciones en sus precios en el mercado internacional, situación que afecta tanto los ingresos nacionales como los empresariales, tal es el caso de Industrial Pesquera Santa Priscila. Según

(FAO, s.f.), “Las fluctuaciones en los precios a corto plazo pueden ser causadas por la cantidad de producto que se vende, los cambios de la demanda, la disponibilidad de productos competitivos y a largo plazo por la oferta, la demanda y época del año.”

El mercado asiático (Tailandia) tuvo una caída en su producción en el 2014 debido al síndrome de mortalidad temprana del crustáceo, esto fue una de las oportunidades que se le presentó al sector camaronero de nuestro país de lo cual supo tomar ventaja y tanto el precio como las toneladas métricas que se exportaban eran totalmente beneficiarias para el sector, ya que como competidores tuvieron una contracción de casi el 25% de la oferta del producto. No obstante, un año después se exportaba más, pero las facturas fueron menores que la de los primeros cuatro meses del 2014. Debido a que los niveles de oferta incrementaron porque los países que se recuperaron del síndrome aumentaron considerablemente su producción, también porque el camarón ecuatoriano para ingresar al mercado chino tenía que pagar un arancel y al no contar con una moneda propia, un dólar fortalecido nos hace perder la competitividad en el mercado. Esto se relaciona con la teoría de la oferta y la demanda porque “Cuando el precio de un bien sube, la gente lo compra menos, siempre que las demás condiciones no varíen” (Leroy Miller, 1995, pág. 66).

Los mercados europeos tales como España, Francia, Italia y el Reino Unido, son alternativas que la empresa está considerando y piensa que puede fortalecer su demanda ofreciendo el producto orgánico por tamaño o peso diferente en las ferias internacionales en las que PROECUADOR promociona el producto, y que con el vigente acuerdo con la Unión Europea tienen la oportunidad de continuar diversificando sus mercados para enfrentar problemas con la reducción de precios.

Objetivos

Objetivos General

Analizar las causas de las variaciones en los precios de exportación del camarón para plantear propuesta que permita reducir los impactos negativos para la empresa Industrial Pesquera Santa Priscila.

Objetivos Específicos

- 1.- Identificar los aspectos teóricos que rigen los precios de productos internacionales.
- 2.- Analizar la situación actual de la empresa Industrial Pesquera Santa Priscila Y el comportamiento de la comercialización y precios del camarón en el Ecuador.
- 3.- Elaborar una propuesta que permita reducir los impactos negativos para la empresa.

Justificación

El presente trabajo es de vital importancia, dado que la participación del sector camaronero representa cerca del 21.06% de las exportaciones de productos no tradicionales y el crecimiento productivo del mismo, ayuda en el desarrollo de la economía del país. El camarón es un producto muy apetecido en el mercado internacional debido a su excelente calidad, sabor, y beneficios alimenticios. Es necesario que se creen políticas y propuestas, que incentiven o atraigan la inversión en el sector camaronero, permitiendo así tecnificar constantemente sus procesos obteniendo siempre un producto de alta calidad. El desarrollo sostenible del sector permitiría optimizar nuestra matriz productiva y la estabilidad económica, generando a su vez plazas de empleo a los estratos económicos más bajos del país. Al aprovechar su capacidad de producción se podría diversificar el mercado haciéndole frente a una inestabilidad en el precio del mismo y disminuyendo su impacto en los ingresos.

Alcance o Tipo de Investigación.

El alcance del presente trabajo es considerado exploratorio, debido a que investigaremos y analizaremos el comportamiento en la rentabilidad de comercialización de este producto, identificando el porqué de las fluctuaciones y el impacto de las mismas en el sector camaronero de Ecuador.

Para una mayor veracidad de la información que se requiere para este estudio con respecto al camarón y su comercialización en el exterior, se acudirá a fuentes

confiables como el Banco Central del Ecuador, Trademap, que son páginas que contienen información actualizada que será muy útil.

Industrial Pesquera Santa Priscila S.A. produce y exporta camarón (*Litopenaeus Vannamei*) desde el año 1976. Producen en sus propias piscinas más de 51 millones de kilogramos de camarón y exportan a Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia. Además de ser productores de camarón, Industrial Pesquera Santa Priscila produce Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) fresca y congelada. Tienen sus propias fincas (piscinas), 6 laboratorios para producción de larvas, planta de alimento y balanceado y 2 plantas de procesamiento.

Novedad o Aspecto Innovador.

El aspecto innovador del presente trabajo va orientado a una empresa que genera empleo e ingreso de divisas que requiere tener plenamente identificados los factores y las temporadas de afectación de los precios para poder direccionar la inversión y ventas, es decir selección de mercados.

1 Capítulo I Marco Teórico

1.1 Normativa de Intercambio

En Ecuador en lo que respecta a la normativa de intercambio el 29 de Diciembre del 2010 fue emitido el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), tiene por objeto conforme al artículo 3 *“regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir”*. (Presidencia de la República del Ecuador, 2011)

El COPCI tiene también por objetivo permitir incrementar la inversión tanto extranjera como la nacional, brindando así el apoyo necesario también a los sectores que contribuyen a la Matriz Productiva del país por medio de:

- Sustitución de Importaciones
- Promoviendo las Exportaciones
- Diversificando la producción
- Generando valor agregado

La Organización Mundial de Comercio (OMC), es el único organismo encargado de las normas que rigen el comercio entre los países y a su vez busca facilitar el comercio internacional. La organización tiene como por objetivo principal lograr que los países menos favorecidos obtengan beneficios equitativos, al igual que los países desarrollados por medio del comercio internacional que es lo que puede ayudar a estos países en su búsqueda de desarrollo y crecimiento económico. Así mismo, ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. (Organización Mundial del Comercio, 2017)

Los acuerdos de la OMC son contratos que garantizan a los países miembros importantes derechos en relación al comercio internacional y obligan a que los gobiernos mantengan sus políticas comerciales dentro de los límites para beneficios de todos.

La OMC los sistemas de comercio internacional deben ser:

- *No discriminatorio*: no se debe discriminar a sus interlocutores comerciales (concederles a todos como NMF), tampoco discriminar sus propios productos, servicios o ciudadanos y concederles a los extranjeros un trato nacional.
- *Más Libre*: reducir los obstáculos mediante negociaciones
- *Previsible*: empresas, inversores y gobiernos extranjeros no establecerán obstáculos comerciales (sean arancelarios, no arancelarios)
- *Más Competitivo*: la OMC desalienta prácticas desleales, como las subvenciones a la exportación y el dumping entre los productos
- *Más ventajoso para las NMF*: darles tiempo para que se adapten, siendo flexibles otorgándoles privilegios especiales.

1.1.1 Negociación

“La negociación es un proceso mediante el cual dos o más partes -que tienen intereses tanto comunes como opuestos- intercambian información a lo largo de un período, con miras a lograr un acuerdo para sus relaciones futuras”. (Villalba, 1989)

Los negocios internacionales evolucionaron de tal suerte que los gobiernos empezaron a negociar entre sí, empresas y entre más, el cliente hoy en día ya no es inexperto o poco informado, ahora son personas altamente calificadas para desarrollar negociaciones en las cuales ambas partes salgan beneficiadas, teniendo claramente sus necesidades y siendo exigentes. En los negocios internacionales es necesario acordar los términos de las relaciones comerciales generando posibles escenarios de negociación, definiendo las reglas claras de cómo se llevará a cabo la misma para así evitar malentendidos y que cada una de las partes cumplan con su responsabilidad.

Las razones por las cuales se impulsa a las empresas al comercio internacional:

- **Expansión de ventas**: Las ventas de las empresas dependen mucho del interés del consumidor en su producto, es por eso que mientras mayor

sea la cantidad de consumidores mejor será la adquisición de la empresa entonces deciden buscar mercados en el exterior.

- Obtención de productos: O minimización de costos, como es de conocimiento general existen países donde es más barato el costo de mano de obra como el costo de materias primas, asimismo buscan tecnología, capital o recursos que no pueden adquirir fácilmente en su país de origen.
- Minimización de riesgos: Las empresas buscan aprovechar los diferentes ciclos económicos como son las expansiones o recesiones, así pueden enfrentar las fluctuaciones que se presenten también para ganar terreno y que empresas extranjeras no puedan debilitarlas en su territorio.

“Quien negocie en un entorno internacional ha de tener sensibilidad para respetar y valorar otras culturas, atender a las necesidades del interlocutor, comprender su punto de vista, su ética, sus costumbres, y evitar así prejuicios.” (Peña, 2015)

Es de suma importancia estudiar el mercado al que se va a llegar, antes de iniciar con el marketing, la promoción y venta del producto ya que cada uno es diferente, no tan solo por cuestión de idioma sino también sus culturas como por ejemplo modales, gestos los cuales pueden ser malinterpretados o costumbres, las creencias y la religión. Identificar la necesidad del producto que se va a vender o cómo encaja en ese mercado, que mercado potencial es al que se atacara, la situación económica, la situación política, así mismo identificar a los competidores que se va enfrentar internacionalmente.

“Con estadounidenses, por ejemplo, prevalecen la competencia, los resultados a corto plazo y no se cultivan las relaciones personales. Lo contrario sucede con los japoneses, quienes toman decisiones en grupo con resultados a largo plazo; para ellos es indispensable desarrollar la amistad antes de negociar”. (ExpertoGestioPolis, 2001)

1.1.2 Términos de Comercio Internacional

“El Comercio Internacional es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado

país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales”. (Ballesteros Roman, 2001)

Los países alrededor del mundo desde tiempos remotos se han visto en la necesidad u obligación de interrelacionarse y buscar apoyo entre todos. Desde las naciones más ricas que en muchas ocasiones carecieron de productos por diferentes factores como por ejemplo el ambiental, hasta las más pobres lo que les hizo acudir a acuerdos comerciales, mismos que para ser llevados a cabo los países deben tener la disposición de buscar una integración económica y un ámbito comercial de economía abierta, porque en una cerrada el consumidor no tiene variedades de elección en cuestión de precios y calidad. Podría decirse que no existe una economía autosuficiente, no hay una nación a la cual se la pueda proclamar como dominante dado que cada país crece económicamente por interdependencia, pero lo que pase en cualquier país del mundo afecta al resto de las economías, por esto muchos países conformaron sus bloques económicos o a su vez crearon tratados comerciales, donde buscan reducir sus aranceles para hacer intercambios comerciales incrementando sus exportaciones y reduciendo sus tasas de desempleo, motivando a la inversión nacional y extranjera.

David Ricardo en el llamado Modelo Ricardiano referente a la teoría de la ventaja comparativa, planteo que “para que el comercio internacional sea beneficioso para todos los países, cada nación debe especializarse en la exportación de aquellos bienes en los cuales posea una ventaja comparativa, es decir los bienes que produzca con un menor costo relativo comparado a otros países; así mismo, importarán los bienes en los cuales sean menos eficientes”. (Ricardo, 1985)

Las exportaciones como las importaciones son factores determinantes que componen la balanza comercial, la cual debe tener un equilibrio para que ayude al desarrollo de las economías tanto nacionales como extranjeras, estando directamente direccionados a la orientación de crecimiento y desarrollo sostenible de la actividad económica de un país. Es decir, ningún país puede autoabastecerse en su totalidad, así como exporta también debe importar.

Para importar bienes o servicios un país necesita de liquidez, es decir de divisas, mismas que son proporcionadas por las exportaciones que además de generar

ganancias y estabilidad en la balanza comercial, brinda los medios para importar tecnología, bienes de capital y servicios, fortaleciendo la moneda. En el caso de Ecuador el hecho de contar con moneda propia hizo que buscara medidas para que no haya excesos de salidas de divisas, por lo cual tuvo que ponerle aranceles a la salida de los dólares.

“Los Incoterms son reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, mismos que definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor. Describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm se encuentre establecido en el contrato de compraventa.” (Camara de Comercio Internacional, 2010)

Los Incoterms determinan:

- Las reglas para cualquier modo o modos de transporte
 - EXW (En Fabrica)
 - FCA (Franco Porteador)
 - CPT (Transporte Pagado Hasta)
 - CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
 - DAT (Entregada en Terminal)
 - DAP (Entregada en Lugar)
 - DDP (Entregada Derechos Pagados)
- Reglas para Transporte marítimo y vías navegables interiores
 - FAS (Franco al Costado del Buque)
 - FOB (Franco a Bordo)
 - CFR (Costo y Flete)
 - CIF (Costo, Seguro y Flete)
- Los deberes y derechos que se establecen en una transacción:
 - Donde se realiza la entrega de la mercancía
 - Donde se realiza la transmisión de los riesgos
 - Como se distribuyen los gastos
 - Quien debe gestionar los documentos

1.1.3 Mercados Internacionales de productos acuícolas

La tendencia de demanda del camarón es creciente, gracias a que forma parte de una importante dieta en el mercado internacional. Sin embargo, en la reciente publicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción mundial de camarón de cultivo en 2016 se mantuvo en los mismos niveles del 2015 o quizás más baja, esto debido a la disminución de precios internacionales y enfermedades en importantes países productores. Según estadísticas, la producción del 2016 de camarón cultivado indica que tras la recuperación de Tailandia y que la producción de Ecuador haya aumentado, no alcanzó a compensar la menor producción de China y Vietnam por los problemas antes mencionados.

Con respecto a las exportaciones India en los primeros nueve meses del 2016, a pesar del crecimiento menor se convirtió en el principal exportador de este producto, dejando a Ecuador, Tailandia, Indonesia y China ocupando los siguientes puestos. Las exportaciones en India aumentaron 11,6% un aproximado de 315.400 toneladas, Ecuador aumento en 7.5% dando un aproximado de 276.000 toneladas incrementando ventas al este asiático, la Federación Rusa y América Latina. Tailandia con su producción mejorada aumento el 28% de sus exportaciones llegando a 150.000 toneladas durante el mismo periodo. En el mercado chino con el aumento de dos dígitos en sus volúmenes de exportación a la República de Corea (+17,25%), Hong Kong (+18,90%) y Taiwán (+18,32), las exportaciones de camarón en China crecieron 9% a un total de 136.000 toneladas. En lo que respecta al precio del camarón generalmente se mantuvo moderado en el comercio mundial. (FAO, 2017)

En lo que respecta a la importación de camarón a EEUU se incrementaron en un 3,5%, a Japón un 5%, y 3,4% a la Unión Europea comparándolos con el mismo periodo en el 2015. Por otro lado, las importaciones a Noruega disminuyeron en un 22% y 10% en Suiza y en contraste el mercado de la Federación Rusa tuvo un fuerte crecimiento de 44%. (FAO, 2017)

1.1.4 Logística de Comercio Exterior

La logística comercial abarca todas las etapas del proceso exportación, desde su fabricación o siembra, hasta su entrega al consumidor final en el extranjero. (PROECUADOR, 2016)

- Logística de Exportación en Origen: Planta y Bodega
- Transporte Internacional: Traslado Físico de la Carga
- Logística de Importación en Destino: Destino/Importación

El Transporte se clasifica según su función en la cadena logística:

- Principales: Se encargan del traslado internacional de las cargas (marítimo, aéreo y terrestre).
- Secundarios: Encargados del traslado interno de las cargas (dentro del país) (automotores y fluviales).

La selección del medio de transporte se define por los siguientes aspectos:

- Tipo de producto a exportar (temperatura, humedad, composición atmosférica)
- Tiempo y destino de los productos a exportar
- Condiciones establecidas con el cliente en el exterior (importador)
- Costo del tipo de embalaje y transportación interna

Los Tipos de Carga:

- Carga General: cualquier tipo de mercancía en general, que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad.
- Carga a Granel: Los gráneles, por lo general, se almacenan en tanques o silos ya que se transportan en grandes cantidades.

Naturaleza de la Carga:

- Carga Peligrosa: Se trata de mercancía que, de no tener un trato adecuado, puede poner en riesgo la vida humana y el medio donde se transporta.
- Carga Frágil: Por sus características especiales, toda operación de carga frágil debe realizarse con extremo cuidado, incluyendo el embalaje, el manipuleo y el traslado de la misma.
- Carga Perecedera: Productos alimenticios que pueden sufrir una degradación normal en sus características físicas, químicas y microbiológicas como resultado del paso del tiempo y de las condiciones del medio ambiente. En la mayoría de los casos se requieren ciertos medios de preservación, como el control de la temperatura, para mantener sus características originales de sabor, gusto, olor, color, etc., de manera que se conserven en buenas condiciones durante la movilización entre el productor y el consumidor. (PROECUADOR, 2015)

Dentro de los productos perecederos se encuentran las frutas, verduras, la carne y sus derivados, los pescados y mariscos, productos lácteos y las flores frescas, entre otros.

La superficie de la tierra está cubierta por agua en aproximadamente el 80%, es por esto que el transporte marítimo es el más usado, ya que es un factor fundamental para el intercambio de productos perecederos debido a su menor costo y mayor capacidad de carga.

El contenedor es un equipo de transporte en forma de cajón, cisterna, tanque movable u otro elemento análogo de carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. (PROECUADOR, 2016, pág. 30)

Los contenedores refrigerados son los indicados para el almacenaje de mercadería perecedera, como alternativa de cámaras frigoríficas, en su propia planta o en zonas estratégicas tanto para distribución de estos productos, como para el transporte de carga internacional.

1.2 Precios Internacionales

1.2.1 Determinantes

Según cita Vargas Sanchez (2006) Adam Smith, el precio del producto en el mercado internacional, es determinado por factores externos que son:

- La oferta: La cantidad de productos o bienes que están a la venta en el mercado.
- La demanda efectiva: Los consumidores que desean y están en posibilidades de adquirir el producto.

Además incluye como componentes del precio de toda mercadería o producto los siguientes factores:

- Renta de la Tierra: Lo que significada el lugar, facilidades y la infraestructura que permita la producción.
- Salario: Según el art. 80 Código de Trabajo, es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado.
- Beneficio: Utilidad que busca adquirir la empresa vendiendo un producto de alta calidad.

Por otro lado, en la teoría de *Valor-Trabajo Incorporado* desarrollada por David Ricardo, afirmo que también existe un factor interno de la empresa que determina el valor de las mercancías o productos esta es:

- Por la cantidad de trabajo (mano de obra) que dicha mercancía o dicho producto pueda necesitar para su producción.

1.2.2 Variación

De acuerdo a la cita Vargas Sanchez (2006) Adam Smith señala en la teoría referente a la ley de oferta y la demanda que:

- “Mientras mayor sea la oferta de un producto y menor sea la demanda efectiva, menor será el precio de mercado con el que una persona

consigue la mercancía en relación con el precio natural". (Rosario Barbosa, 2008)

Mayor Oferta + Menor Demanda Efectiva → Precio de Mercado Bajo.

Esta teoría lo que quiere explicar es que mientras más países produzcan y exporten en este caso camarón, el precio de este producto bajara porque existe un exceso de oferta, lo que se conoce como superávit porque existen muchas marcas y los precios varían.

- “Mientras menor sea la oferta de un producto y mayor sea la demanda efectiva, mayor será el precio de mercado con el que una persona consigue la mercancía en relación con el precio natural”. (Rosario Barbosa, 2008)

Menor Oferta + Mayor Demanda Efectiva → Precio de Mercado Alto

Esta segunda teórica implica que mientras menos países produzcan y exporten el producto, el precio de este aumentara, porque existirá una disminución en la oferta lo que se conoce como escasez.

2 Capítulo II Marco Metodológico

2.1 Diseño de la investigación

“La investigación es un proceso creador mediante el cual la inteligencia humana busca nuevos valores. Su fin es enriquecer los distintos conocimientos del hombre, provocando acontecimientos que le hablan del porqué de las cosas, penetrando en el fondo de ellas con mentalidad exploradora de nuevos conocimientos” (Cegarra Sanchez, 2011)

La metodología de la investigación esta principalmente diseñada para que la información indispensable pueda ser recolectada, clasifica y pueda ser validada para poder construir un conocimiento científico.

Según (Trochim, 1984) “El diseño de la investigación es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.”

El diseño o metodología de la investigación se podría definir como elaborar, definir y sistematizar las técnicas o métodos que se aplicaran para un proceso de estudio, es decir de qué forma vamos a recolectar, analizar y clasificar la información.

2.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación siempre va orientada a la finalidad del estudio que se llevara a cabo. Para la elección del tipo de investigación se debe tener claro cuáles serán los propósitos o los objetivos del estudio, las estrategias o herramientas a las que se acudirán para estudiar el problema y entre otros aspectos inmersos en la investigación.

Investigación Exploratoria

Según lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista (2010, pág. 40) “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no sea abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.”

El Presente trabajo está situado dentro de un tipo de investigación exploratoria, debido a que se investigara y analizara el comportamiento en la rentabilidad de la comercialización de este producto, identificando los factores que influyen en su precio y el impacto de las mismas en el sector camaronero. Además se realizara análisis de información correspondiente a las exportaciones de Ecuador hacia otros países dentro del periodo 2012 al 2016.

La investigación exploratoria nos ayuda a adquirir información indispensable y así proceder con una investigación más profunda ya sea investigando nuevos problemas, identificando conceptos variables promisorias, estableciendo prioridades para futuras investigaciones o sugerir afirmaciones y postulados. La mayoría de veces, estas investigaciones diagnostican tendencias, áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio.

2.3 Instrumento de la investigación

Guía de Entrevista

La guía para la entrevista es una herramienta que permite realizar un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordaran en la entrevista. Es una lista de tópicos temáticos y áreas generales, a partir de la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán las preguntas, mismas que se deben formular de manera sencilla y directa, clara y concisa, coherente, objetiva y respetuosa.

De acuerdo con Leon Mejia (2005) para la realización de una entrevista se requiere de manera indispensable planear con sumo cuidado el contenido y la

estructura de la misma. Para lograr este objetivo, estos son los pasos para la elaboración de una guía:

1. Se determina el propósito general de la entrevista.
2. Se busca información sobre la persona por entrevistar y se analiza la documentación sobre el tema o temas que se tratarían en la entrevista.
3. Se determinan los objetivos particulares a partir de los cuales se formularán las preguntas.
4. Se elabora la guía o el guion para la entrevista.

La guía del entrevistador es de gran utilidad para la realización de entrevistas que tienen como fin recabar información para un estudio de caso, debido a que se basa en una lista de posibles preguntas. El objetivo de contar con una guía de entrevista es asegurar que los tópicos más relevantes sean cubiertos por el entrevistado y no se pasen por alto, ya que también es conveniente considerar las preguntas que se puedan derivar de las respuestas, sin olvidar que la ventaja de la guía del entrevistador le permite manejar de la mejor manera el tiempo limitado y así formular más preguntas en el caso de disponer más tiempo.

Según Acevedo Ibañez (1986) “La importancia incuestionable de la guía de entrevista es la de recordarle cuáles son las áreas principales que debe tocar con su indagación, la secuencia que llevara la conversación, y también que tipo de preguntas debe plantear”.

Para el estudio de este caso se realizó una guía con preguntas abiertas para que el entrevistado tenga la potestad de emitir su propia respuesta y criterio con la libertad del caso y a su vez pueda compartir la información que el considere necesaria y explique los factores que él considera que afectan en la fluctuación de los precios de un producto que es muy apetecido en mercados internacionales.

2.4 Técnica de la investigación

La entrevista

Según lo que expresa Behar Rivero (2008, pág. 55) “La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por

objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas.”

La entrevista es una de las técnicas más usadas para la recopilación de información, debido a que de forma directa cara a cara, el entrevistador en un dialogo siguiendo una serie de preguntas interroga con el objetivo de obtener información directamente del entrevistado. Para efectos de recabar información más completa se realizara una entrevista al experto en el tema al Gerente General de Industrial Pesquera Santa Priscila, Ing. Francisco Cornejo Puig Mir, quien podrá aportar valiosa información relacionada a la exportación del camarón a mercados internacionales.

La entrevista constará de preguntas abiertas, con la meta que el entrevistado pueda ilustrarnos y enriquezca el estudio con toda la información posible referente al tema en cuestión de las fluctuaciones de precios en mercados internacionales y como esto afecta al sector camaronero del país.

Se define entrevista “a la recopilación de información en forma directa de cara a cara, donde el entrevistador interroga y obtiene información directamente del entrevistado siguiendo una serie de preguntas” (Muñoz Razo, 1998).

Utilizar esta técnica será una ventaja ya que las preguntas son controladas y guiadas por el entrevistador, por lo tanto se suele obtener más información. También se suele tener una mayor flexibilidad al momento de realizar la entrevista y así poder analizar temas con más profundidad.

2.5 Levantamiento de la información

Para una mayor veracidad de la información que se requiere para este estudio, se realizará el levantamiento de la información por medio de datos proporcionados por la misma empresa Industrial Pesquera Santa Priscila y la entrevista que se llevara a cabo. Además de analizar informes estadísticos del Banco Central del Ecuador (BCE), las publicaciones o informes de organismos internacionales como

la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de Comercio (OMC). Así mismo, estadísticas de la página Trademap con respecto a la comercialización del camarón en mercados en el extranjero, identificando cuales son los países a los cuales Ecuador exporta su camarón y como ha crecido o decrecido su exportación en el periodo antes establecido para este estudio de caso.

Así mismo para las normas de exportación de productos perecederos se consultaran las Guías de Logística Internacional de PROECUADOR, la Cámara de Comercio Internacional, el Plan Nacional de Calidad otorgado por el Instituto Nacional de Pesca y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), para así poder corroborar con información primaria brindada por la empresa.

3 Capítulo III Diagnóstico

Ecuador es uno de los países que encabeza la lista internacional de exportadores de camarón, al igual que Tailandia, Vietnam, China e Indonesia. La acuicultura tuvo sus inicios en el país en la década de los 70, como actividad económica ha presentado un gran crecimiento productivo y económico durante los últimos 17 años. Factores climáticos o de ubicación geográfica, esenciales para sus procesos de producción, cosecha y empaque han dado como resultado un camarón muy apetecido en mercados internacionales debido a su sabor, textura y color diferenciando su calidad y dándole el reconocimiento internacional como uno de los mejores exportadores de camarón. La actividad acuícola ha sido una de las estrategias efectivas para el desarrollo económico de las zonas costeras tropicales que por lo general son de bajos recursos y carecen de empleo.

Según la entrevista que se realizó al Ingeniero Francisco Javier Cornejo Puig Mir, para este estudio de caso de fluctuación de precios del camarón las siguientes respuestas fueron consignadas.

1. ¿Cuáles fueron los orígenes de Industrial Pesquera Santa Priscila, su creación, su historia, quienes fueron los fundadores y que tipo de compañía es?

- La empresa fue creada hace 40 años más o menos en la ciudad de Guayaquil, el Ing. Santiago Salem fue su fundador y a su vez ha sido su principal accionista junto a sus hijos y una empresa holding. El tipo de empresa es sociedad anónima.

2. ¿Cuántos años Ud. se ha encontrado ocupando el cargo de Gerente General de IPSP?

- He ocupado el cargo alrededor de unos 26 años

3. ¿Cuáles son las actividades de la empresa, que productos comercializa o cuál es su línea de productos?

- Comercializamos 80% camarón y un 20% tilapia.

4. ¿A qué mercados la empresa dirige sus productos?

- El camarón se ha dirigido en los últimos años en un 60% hacia Asia, 30% Europa, y la diferencia a Estados Unidos y países de Sudamérica.

5. ¿Cómo se maneja el área de exportación de la empresa? ¿Cuentan con mayoristas o son exportadores directos?

- La empresa es exportadora directa.

6. ¿Cuál es el canal de comercialización utilizado en las exportaciones de camarón?

- El canal de comercialización que es utilizado para las exportaciones de camarón es la vía marítima.

7. ¿Qué porcentaje del total de la producción de camarón se dirige a mercados internacionales?

- Aproximadamente el 97% del total de la producción de camarón es dirigido a mercados internacionales, tan solo el 3% es para el mercado local.

8. ¿Cuáles son los principales países con los que IPSP comercializa el camarón?

- Bueno los principales países con los que comercializamos camarón son Estados Unidos, España, Francia, Italia, China, Corea del Sur, Japón, Vietnam, Singapur, Latinoamérica, entre otros.

9. ¿Cuáles considera Ud. Las razones por las cuales el precio del camarón fluctúan y en qué meses?

- Por lo general los empacadores ecuatorianos nos dirigimos al mercado asiático con el camarón entero ya que tienen los mejores precios o se mantienen debido a su sobrepoblación, existen si fluctuaciones por su cola es decir cuando el camarón que se ofrece a dichos países son sin colas los precios bajan, pero en época de invierno que se obtiene un mayor tamaño de cola el producto se vuelve más atractivo y los precios aumentan.

10. ¿Actualmente los ingresos de la compañía se han visto afectados por alguna fluctuación en los precios?

Actualmente el mercado no ha presenciado una fluctuación grande debido a que se ha mantenido ya que todo depende de la oferta y la demanda de los países. Ecuador se ha convertido en uno de los principales exportadores de camarón entero y cada vez obtiene más demanda lo que no permite que tenga una fluctuación negativa en los precios.

11. ¿Con el reciente acuerdo entre Ecuador y la Unión Europea en cómo se ha beneficiado el sector camaronero?

- Con el Acuerdo Comercial con la Unión Europea se ha vuelto más atractivo el camarón ecuatoriano ya que a pesar de su calidad, buen sabor importar este producto ya no les resulta tan caro debido a que Ecuador puede entrar a mercados europeos sin impuestos.

12. ¿Qué valor agregado se ha considerado darle al camarón aparte del desvenado y descabezado para llegar a nuevos mercados?

- De los valores agregados que se ha considerado darle al camarón están el pull-vein, el camarón precocido y la harina de camarón.

Según la entrevista realizada se puede concluir que Industrial Pesquera Santa Priscila S.A., es una empresa que ha experimentado un crecimiento vertiginoso manteniendo sus niveles de producción altos sin verse afectado por problemas sanitarios y exportando directamente vía marítima el camarón, cumpliendo con todos los requisitos y permisos necesarios para el ejercicio de esta actividad a partir de su creación en 1976 en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, siendo el Ing. Santiago Salem su fundador quien a su vez es su principal accionista junto a sus hijos y una empresa holding. La empresa es totalmente integrada, cuenta con sus propias fincas (piscinas), 6 laboratorios para la producción de larvas, una planta de alimento balanceado y 2 plantas de procesamiento una ubicada en el Km. 5.5 de la vía Daule y la otra en la Av. Juan Tanca Marengo, permitiendo así su funcionamiento de forma ordenada y sin depender de terceros para su producción. Inicialmente IPSP destinaba su

producción exclusivamente a Estados Unidos hasta que pudo diversificar su mercado a Europa con ayuda del gobierno ecuatoriano.

Adicionalmente la empresa cuenta con:

- Certificado Agreement 4251 IPSP - Exportación a la Unión Europea.
- Certificado BRC 2016.
- Certificado IMO.
- Certificado Agreement #24 IPSP.
- Certificados Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) Camarón Instituto Nacional de Pesca Ecuador 2013.
- Aprobación de Exportación a Rusia.

Los certificados permiten que la empresa al igual que otras que cuenten con los mismos, puedan exportar sus productos sin intermediarios obteniendo reconocimiento de su marca y asimismo dándoles un posicionamiento duradero.

Código de producto	Descripción de producto	Nombre exportador
0306179900	Los demás	COFIMAR S.A.
0306179900	Los demás	COMERCIALIZADORA DEL MAR PEZ&PEZ S.A.
0306179900	Los demás	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE MARISCOS MARGRANJA S.A.
0306179900	Los demás	CULTIVO Y EXPORTACION ACUICOLA CEAEXPORT S.A.
0306179900	Los demás	DEPRODEMAR CIA. LTDA.
0306179900	Los demás	EMPACADORA BILBO S.A. BILBOSA
0306179900	Los demás	EMPACADORA DEL PACIFICO SOCIEDAD ANONIMA (EDPACIF S.A.)
0306179900	Los demás	EXPALSA EXPORTADORA DE ALIMENTOS SA
0306179900	Los demás	EXPORTADORA DE CAMARON ECUATORIANO EXCAMECOR COMPAÑIA LIMITADA
0306179900	Los demás	INDUSTRIA PESQUERA OCEANOS S.A. INSPEOCEANOS
0306179900	Los demás	INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA S.A.
0306179900	Los demás	NATLUK S.A.
0306179900	Los demás	OPERADORA Y PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS OMARSA S.A.
0306179900	Los demás	PACFISH S.A.
0306179900	Los demás	PCC CONGELADOS & FRESCOS S.A.
0306179900	Los demás	PESCADOS Y MARISCOS DEL PACIFICO S.A. PESMARPA
0306179900	Los demás	PROCESADORA DE MARISCOS DE EL ORO PROMAORO S A
0306179900	Los demás	PROCESADORA DEL RIO SA PRORIOSA
0306179900	Los demás	PROMARISCO S.A.
0306179900	Los demás	SOCIEDAD NACIONAL DE GALAPAGOS C.A.
0306179900	Los demás	TRANSCITY S.A.
0306179900	Los demás	YANEZ PEREZ PATSI LORENA
0306179900	Los demás	ZAMBRITISA S.A.

Ilustración 1 Ranking Exportadoras de Camarón BCE

La empresa es una de las que encabeza la lista del ranking de las exportadoras de camarón del país del Banco Central de Ecuador (BCE), debido que produce aproximadamente 51 millones de kilogramos de camarón al año siendo el 97% de

la producción total destinada a mercados internacionales como Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia, especializados en proveer camarón entero, calidad cocedera, congelado fresco o congelado en bloque.

El Ing. Francisco Cornejo Puig Mir quien se ha encontrado ocupando el cargo de Gerente General de IPSP hace aproximadamente 26 años señala que la producción de la empresa se ha destinado 80% a la producción de camarón y el 20% a la producción de tilapia, y que el precio del camarón depende de sus tallas ya que los precios no varían tanto en el mercado nacional e internacional. Con respecto a las fluctuaciones en los precios del producto en cuestión, comentó que el camarón entero en el Mercado Asiático tiene una demanda muy fuerte debido a su sobrepoblación y es a su vez el mercado donde están los mejores precios y donde el mismo se mantiene, pero que existen fluctuaciones negativas como positivas; por ejemplo, cuando el camarón que se ofrece a países asiáticos es el sin cola el precio del camarón fluctúa negativamente, es decir baja, por otro lado fluctúa positivamente debido a la época específicamente en el invierno de Enero a Mayo porque sale más cola haciendo más atractivo el producto.

La empresa exporta 300 contenedores mensualmente a distintos destinos, sus principales importadores son Estados Unidos, España, Francia, Italia, China, Corea del Sur, Japón, Vietnam, Singapur, Latinoamérica, entre otros.

Tabla 1 Variación Porcentual de los Precios Exportados

Periodo	Variación Porcentual
2012	8,5
2013	39,5
2014	40,9
2015	-9,3
2016	13,2

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2016



Gráfico 1 Variación Porcentual

A pesar de haber tenido el mayor alza en los precios del camarón entre el 2012 y el 2014, podemos observar que en el 2015 se presencié una fluctuación negativa que disminuyó un -9.3% debido a la sobreproducción mundial luego de la recuperación de la enfermedad del síndrome de mortalidad temprana en los países que fueron afectados. También debido que el crustáceo para entrar al mercado Chino, uno de los principales importadores impuso aranceles con el fin de proteger su producción nacional ya que estuvo detenida a causa de la enfermedad antes mencionada y en agosto del mismo año según la Cámara Nacional de Acuicultura (CNA), las diferentes monedas se devaluaron frente al dólar, provocando así que los países con una moneda débil detengan la comercialización de ciertos productos.

Tabla 2 Exportaciones en Miles de Dólares

Periodo	Total Exportaciones Productos Primarios	Camarón
2012	18,376.856	1,278.399
2013	20,010.626	1,783.752
2014	21,493.968	2,513.464
2015	14,439.376	2,279.595
2016	12,876.708	2,580.153

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2016

En términos económicos, la industria camaronera en el periodo estudiado ha sido un generador de divisas y a su vez un generador de plazas de trabajo debido a los ingresos que muestra el cuadro en exportaciones de miles de dólares del Ecuador. Donde el camarón del total de las exportaciones de productos primarios ha ido incrementado su participación como señala que desde el 2012 del total de exportaciones de productos primarios con un valor de 18,376.856, el camarón empezó con una participación de tan solo 7%. La participación de la exportación del camarón hasta el 2016, un año después de la caída del precio del barril de petróleo incremento de tal forma que luego del banano tuvo una participación del 20% en los ingresos por exportación de productos primarios y en comparación al mejor año que fue el 2014 con un total de exportaciones en miles de dólares de 2,513.464 incremento un 1.02%, siendo el 2016 el año con mayores ingresos por exportaciones de camarón con un saldo de 2,580.153.

Así como una importancia económica también tiene una importancia social, ya que el efecto social que tiene el sector camaronero en la economía ecuatoriana se estima que produce alrededor de 180 mil plazas de empleo directos como indirectos, aquí se encuentra los empleos generados en las fincas de producción o conocidas piscinas, laboratorios de larvas, importadoras de insumos, fabricantes de alimentos, productores de insumos locales, fábricas de hielo, industrias de plásticos, empacadoras, transporte y demás empresas de servicios relacionados con la exportación del producto a sus distintos destinos y a su vez al proceso de producción de mismo.

Tabla 3 Principales Importadores en miles de \$

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	5037	839159	1331943	1206623	1407373
Vietnam	1291	181914	326858	387396	497846
Estados Unidos de América	1407	223441	319038	201869	231545
España	140	79602	159814	143778	203683
Francia	132	107042	138084	105865	150927
China	123	41325	80961	138564	55877
Italia	0	44449	70762	46143	52217
Corea, República de	162	21572	28083	36925	32620

Fuente: TradeMap

Dentro del análisis de la economía ecuatoriana, el sector camaronero ha sido un importante rubro en el tema de comercio exterior y para la economía nacional ya que ocupa el tercer lugar en las exportaciones del país después del petróleo y banano, aunque con este último se encuentre en competencia directa por el segundo lugar ya que en los últimos años la diferencia del total de exportaciones en dólares entre ambos productos ha sido solo del 1%. En el 2015, con la caída del petróleo Ecuador tuvo que buscar la forma de diversificar sus sectores exportadores con la finalidad de minimizar el impacto en los ingresos por la disminución del petróleo a nivel mundial.

Desde el 2012 el principal país importador de camarón ecuatoriano ha sido Vietnam seguido por Estados Unidos, España, Francia, China, Italia y la República de Corea. Esta información coincide con los principales países con los que Industrial Pesquera Santa Priscila ha venido comercializando sus productos a lo largo del tiempo, lo cual asevera que existe una gran demanda de camarón entre estos países.

De acuerdo a la tabla que refleja los ingresos por concepto de la exportación de camarón en miles de dólares, los valores adquiridos fueron sumamente importantes para la economía ecuatoriana ya que no solo creo plazas de trabajo, sino que pudimos disminuir el déficit que se presentaba en la balanza comercial. Si bien podemos observar desde el 2012 hasta el 2014 los ingresos por la exportación de camarón fueron incrementando con sus principales países importadores, pero para el 2015 decrecieron notablemente con casi la mayoría de países, como en el caso de Estados Unidos que decreció en un 6%, en España un 9%, en Francia un 7% y en Italia otro 6% debido a que el dólar se fortaleció frente a muchas monedas lo que causó que muchos países en Europa disminuyan sus volúmenes en exportaciones de camarón con el país.

Tabla 4 Cantidad Exportada en TM

Importadores	2012 Cantidad Exportada, TM	2013 Cantidad Exportada, TM	2014 Cantidad Exportada, TM	2015 Cantidad Exportada, TM	2016 Cantidad Exportada, TM
Mundo	728	102299	155498	178584	198820
Vietnam	214	22786	40266	60201	75485
Estados Unidos de América	213	23820	34417	28464	29493
España	13	11127	20775	22357	29272
Francia	20	14526	17222	15986	22302
China	19	4748	9622	20491	7907
Italia	0	5444	8294	6833	7187
Corea, República de	22	2568	3058	4897	4251

Fuente: TradeMap

Tabla 5 Valor Unitario por TM

Importadores	2012 Valor unitario, Dólar Americano/TM	2013 Valor unitario, Dólar Americano/TM	2014 Valor unitario, Dólar Americano/TM	2015 Valor unitario, Dólar Americano/TM	2016 Valor unitario, Dólar Americano/TM
Mundo	6919	8203	8566	6757	7079
Vietnam	6033	7984	8117	6435	6595
Estados Unidos de América	6606	9380	9270	7092	7851
España	10769	7154	7693	6431	6958
Francia	6600	7369	8018	6622	6767
China	6474	8704	8414	6762	7067
Italia	0	8165	8532	6753	7265
Corea, República de	7364	8400	9183	7540	7673

Fuente: TradeMap

Teniendo en cuenta las tablas de la cantidad exportada por toneladas métricas y el valor unitario por tonelada, podemos determinar que a partir del 2012 hasta finales del 2014 las toneladas métricas exportadas mantuvieron un valor beneficioso para la industria camaronera y a su vez beneficiaba la economía ecuatoriana. Sin embargo, a mediados del 2015 cuando el precio del camarón se estimaba que estaba en auge, inesperadamente las toneladas métricas exportadas por Ecuador a sus principales importadores mostraban que, aunque se vendía más se facturaba menos, es decir, la exportación por toneladas métricas aumento, pero el precio continuaba disminuyendo.

Una vez que los demás países productores y exportadores del crustáceo retomaran su actividad luego de haber enfrentado la enfermedad que detuvo la producción de camarón en países asiáticos, la fluctuación del precio por tonelada métrica se evidenció y esto confirmaría la teoría de Adam Smith mencionada anteriormente "A mayor oferta, menos demanda efectiva y los precios de los productos empiezan a disminuir". Como se puede evidenciar para el 2015 las toneladas métricas exportadas aumentaron en su gran mayoría en casi un 2%, y el precio por tonelada métrica fue cayendo casi en el mismo porcentaje.

El reciente acuerdo multipartes firmado por Ecuador y la Unión Europea es uno de los más importantes en la historia del país, debido que se asegura la entrada de productos no petroleros entre ellos el camarón, las rosas y el resto de productos agrícolas a más de 28 mercados con acceso preferencial, es decir sin aranceles.

4 Capítulo IV Propuesta

Objetivo: Minimizar el impacto de las variaciones de precio del camarón en la empresa.

Estrategia 1: Identificar las posibilidades de nuevos mercados internacionales.

Una investigación de mercados es una técnica utilizada para identificar cuáles son los mercados metas o clientes potenciales. Un mercado se identifica cuando existe una necesidad no satisfecha y están dispuestos a pagar por adquirir un producto o servicio. Para identificar un mercado-país al que se desea vender se debe analizar, respecto al producto que se quiere ofrecer cuales son los mercados que:

- Presentan el mayor volumen de compra del mismo.
- Analizar la evolución del consumo del producto en los últimos años
- Mercados pequeños que sean accesibles y que presenten oportunidades de comercialización inmediato

Para la recopilación de información la empresa puede implementar dos tipos de investigación de acuerdo a las fuentes que utilice, estas pueden ser:

Las fuentes primarias se basan en recabar información por primera vez, desarrollando una investigación propia obteniendo información directa del mercado en el que se tiene interés por medio de entrevistas, sondeo y etc.

Las fuentes secundarias o conocidas también como fuentes documentales, se basa en información ya existente la cual se utiliza en encuestas específicas, como, por ejemplo: base de datos de economía y de comercio internacional, lista de oportunidades comerciales, estudios practicados o perfiles de mercados.

Estrategia 2: Establecer las posibilidades de agregación de valor.

En la industria camaronera el valor agregado se refiere a todo proceso al que se someta al producto para aumentar su valor comercial. Aparte del descabezado las presentaciones de valor agregado han incrementado conforme el avance de las técnicas de producción y un mercado que cada vez es más exigente.

- Harina de Camarón

Este valor agregado que se le da al producto se lo obtiene al procesar industrialmente la cabeza y la cascara entera del camarón a un bajo costo. Para la obtención de este producto se debe tomar las cabezas del camarón o cascara enteras congeladas para poder realizar estudios microbiológicos y bromatológicos, luego de dicho estudio se descongelan, se lavan y se procede a cocerlas para luego secarlas en un horno o al sol y por último son molidas y empacadas al vacío.

- La harina de camarón puede ser utilizada para aumentar la pigmentación del color del pollo y a las yemas de huevo.
- Es un reemplazo proteico de harina de pescado
- Es utilizada para la formulación de alimentos para cerdos, peces y principalmente para el balanceado de camarón.

- Pull-Vein

Otro valor agregado que se le puede dar al camarón es el proceso de empaclado de colas de camarón pull-vein en bloque congelado, consiste en sacarle las venas del crustáceo sin dañar su estructura.

- Precocido

El valor agregado del camarón de precocido consiste en una operación que influye en el sabor, color y textura. El proceso de precocido se denomina a la acción de hervir los camarones en agua dulce o al vapor a tal punto que se logre alcanzar una temperatura que sea suficiente para coagular la proteína del camarón. Una de las ventajas del proceso de precocido es poder desaparecer ciertas fallas en camarón estropeado debido al transporte.

Estrategia 3: Establecer alianzas con cámaras empresariales de diversos países para desarrollar rondas de negocios y alianzas productivas para reducir el costo de los insumos.

- La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO), como organismo internacional debería promover alianzas o acuerdos comerciales que favorezcan al desarrollo de todos los países productores y exportadores de camarón con el objetivo de desarrollar rondas de negocios comprometiendo a los gobiernos a políticas comerciales beneficiosas para todos equitativamente y a los sectores acuícolas a reducir los costos de insumos para el proceso de producción de camarón.

Conclusiones

- Se deduce que el sector camaronero cuenta con un nivel alto en tecnificación, competitividad, especialización productiva en la industria nacional y con el objetivo de mejorar el precio internacional lo que ha ayudado a fortalecer el producto en los rubros de exportación del país.
- El sector camaronero tiene un papel protagónico en el comercio exterior del país, aunque ha evolucionado considerablemente en el periodo estudiado, es un sector que puede seguir siendo explotado por eso se analizan nuevos valores agregados para el camarón, para minimizar fluctuaciones en su precio.
- De acuerdo a las teorías que rigen los precios de productos internacionales, se concluye que existen variaciones debido a que mientras mayor sea la oferta de un determinado producto y menor sea la demanda, menor será el precio y al contrario, mientras menor sea la oferta de un determinado producto y mayor sea su demanda, mayor será el precio.
- Una caída en las exportaciones de camarón puede ser significativa dejando un balance negativo en la balanza comercial y en nuestra economía.
- Los principales países competidores del Ecuador en la exportación de camarón son Tailandia, Vietnam, China, Indonesia.
- La industria camaronera de Ecuador se ha encontrado en desventaja en la competencia del mercado internacional debido al costo de producción frente a países asiáticos, sin embargo, Ecuador cuenta con las condiciones climáticas para poder producir sin interrupciones durante el año.
- Actualmente Industrial Pesquera Santa Priscila - IPSP, se encuentra en una situación favorable, tiene la capacidad de cubrir sus obligaciones sin necesidad de recurrir a préstamos, la gestión de la empresa administrativamente es buena, los departamentos de ventas y cobranzas tienen una gestión adecuada, la división productiva es efectiva y los estándares de la misma es alta por eso IPSP es una empresa reconocida y posesionada en el mercado local.
- Los objetivos principales de la investigación de un nuevo mercado se dividen en tres ámbitos Social, Económico y Administrativo, ya que se

busca satisfacer las necesidades de los clientes, determinar un grado económico de éxito o fracaso, y aportar al crecimiento de la empresa.

Recomendaciones

- Para que el sector camaronero del Ecuador se vuelva aún más competitivo, el gobierno debería otorgar créditos dirigidos a la inversión en tecnología para poder otorgarle nuevo valor agregado al producto.
- La Cámara Nacional de Acuicultura (CNA), debería ofrecer cursos de capacitación constantes para nuevas técnicas de producción a nivel mundial manteniendo una alta calidad por lo que se ha considerado el camarón ecuatoriano.
- El ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca en unión con la fundación CENAIM que colabora conjuntamente con la ESPOL debería implementar la investigación genética para permitir la producción de larvas más resistentes a enfermedades.
- El ministerio de Comercio Exterior debería estimular las exportaciones de camarón gestionando mayores incentivos tributarios.
- A través de PRO ECUADOR promover la promoción del camarón ecuatoriano en nuevos mercados y las alianzas con cámaras de producción e diversos países para acceder a insumos de calidad a un precio competitivo.
- La IPSP, en su plan de desarrollo debe visualizar estrategias de mayor expansión de mercados y líneas de negocios que le permitan tanto mantener o mejorar ingresos, así como brindar valor agregado con el aporte al desarrollo del país.
- La recopilación de información debe ser por fuentes primarias para así conocer su cultura, necesidades, capacidad económica, gobierno, posibles competidores, etc.

Bibliografía

- Acevedo Ibañez, A. (1986). *El Proceso de la Entrevista: Conceptos y Modelos*.
- Ballesteros Roman, A. J. (2001). *Comercio Exterior* (Segunda ed.). Murcia.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Camara de Comercio Internacional. (2010). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Cantos, M. (2000). *Introduccion al Comercio Internacional*. Barcelona, España: UOC.
- Cegarra Sanchez, J. (2011). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*.
- ExpertoGestioPolis. (15 de Marzo de 2001). *GestioPolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-son-negocios-internacionales/>
- FAO. (11 de Abril de 2017). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/in-action/globefish/marketreports/resource-detail/es/c/880763/>
- FAO. (s.f.). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/005/x8826s/x8826s06.htm>
- Garica Cordoba , F. (2004). *El Cuestionario: Recomendaciones metodologicas para el diseño de cuestionarios*.
- Leon Mejia, A. B. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*.
- Leroy Miller, R. (1995). *Microeconomia Moderna* (Septima Edicion ed.). Mexico DF: HARLA, S.A.
- Muñoz Razo, C. (1998). *Como elaborar y asesorar una investigacion de tesis*. Mexico.
- Organizacion Mundial del Comercio. (2017). *Organizacion Mundial del Comercio*. Obtenido de <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- Peña, C. (2015). *Negociacion para el Comercio Internacional*. Madrid, España.
- Presidencia de la República del Ecuador. (19 de Mayo de 2011). Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- PROECUADOR. (15 de Septiembre de 2015). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-logistica-internacional-2/>
- PROECUADOR. (Junio de 2016). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/Capacitacion-Logistica-PROECUADOR.pdf>

- PROEcuador. (15 de Septiembre de 2016). *PROEcuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-logistica-internacional-2/>
- Ricardo, D. (1985). *Principios de economía política y tributación*. Barcelona.
- Rosario Barbosa, P. M. (2008). Obtenido de http://pmrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam_smith.pdf
- Tapia Gonzalez, J. A. (2015). Teoría de los Precios. *Universidad Metropolitana Latin Campus*, 5-6.
- Trochim. (1984). Obtenido de http://www.uned.ac.cr/academica/images/ceced/Modulo_dise%C3%B1o_de_proyectos_2016.pdf
- Vargas Sanchez, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica*. México.
- Villalba. (1989). *GestioPolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-negociacion-tipos-etapas-y-tecnicas-efectivas/>