

# PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

Facultad de Ciencias Administrativa Y Contable  
Escuela de Comercio Exterior



## TEMA

“Análisis del proceso de comercialización interna y externa de la pimienta negra en el Ecuador período 2005-2009”.

Informe final previo a la obtención del título de Ingeniera en  
Comercio Exterior

## AUTORA:

Jenny Alexandra Quintero Guagua

## ASESOR

Ing. Jesús Gómez

Esmeraldas, Febrero del 2010

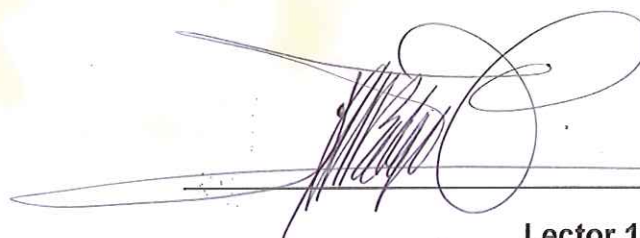
## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Disertación aprobada luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de ingeniero en Comercio Exterior.



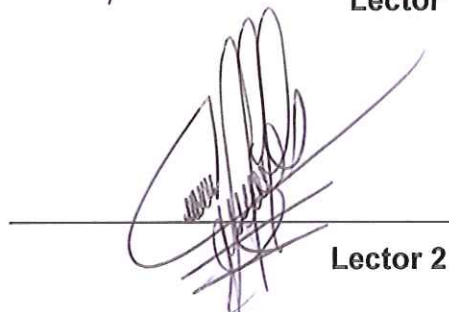
---

**Director de Tesis**



---

**Lector 1**



---

**Lector 2**



---

---

**Director de la Escuela de  
Comercio Exterior**

Esmeraldas, Febrero del 2010

## **CERTIFICACIÓN**

Con este documento habilitante certifico haber dirigido la presente investigación de tesis de la estudiante Jenny Alexandra Quintero Guagua, y revisado el contenido de su informe final el cual se ajusta a las normas reglamentaria y metodológica de la Pontificia Universidad Católica Sede Esmeraldas en actual vigencia. Por consiguiente autorizo a la postulante su presentación y defensa definitiva.

**ING JESÚS GÓMEZ**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta tesis de graduación me corresponde exclusivamente al igual que el patrimonio intelectual de la misma.

***Jenny Quintero Guagua***

## DEDICATORIA

Agradezco a mis padres sr. Aníbal Quintero y sra. Justina Guagua por haberme dado su apoyo incondicional durante mis estudios.

A mis hermanos Carlos, Javier, Josselin, Jhonn, Jorman, Juanito, Geovanny por brindarme un minuto de su tiempo para realizar esta tesis.

Al Ing. Ramiro Valenzuela quien me asesoro y me ayudo a realizar esta tesis gracias a su dedicación paciencia y perseverancia.

A mi esposo sr Juan Cabezas cuya ayuda fue satisfactoria e incondicional.

A mi asesor el Ing. Jesús Gómez, por su constancia, compromiso en ayudarme.

## AGRADECIMIENTO

A mi padre Sr Aníbal Quintero que siempre me apoyo económicamente y espiritualmente a mi madre la sra. Justina Guagua me ha dado todo su cariño y ha esperado con mucha ilusión este momento.

A mis hermanos por su colaboración y su compañía en la realización de mi tesis.

A mi esposo el Sr Juan Cabezas por estar siempre pendiente de mi en cada paso que di para la realización de este proyecto.

Al Ing. Ramiro Valenzuela por ser un excelente asesor e inyectarme positivismo y darme entusiasmo para no desfallecer.

A mi Asesor Ing. Jesús Gómez por brindarme parte de su tiempo para este proyecto.

Al Señor Dimitri Clavijo por ser un excelente amigo y por tenerme mucha paciencia.

A mis abuelitos, tíos, prima por estar siempre a mi lado apoyándome.

A mis profesores por la enseñanza, y valores inculcados

## PROLOGO

El presente análisis es enfocado a la realidad de los productores no solo de la pimienta negra sino de algunos productos no tradicionales, que a nivel internacional son muy demandados.

Pero en el Ecuador la agricultura lastimosamente no es subsidiada como en algunos países. Los agricultores no cuentan con organismos de apoyo y tienen muchos desfases en el cultivo, motivo por el cual no se puede brindar un producto de calidad.

Otro problema que aborda es que los agricultores son explotados por los intermediarios ya que obligadamente tienen que venderles a bajos precios sus productos.

El proceso de comercialización que se esta utilizando para comercializar el producto tiene muchos desfases, y no se esta ajustando el producto a los requerimientos del consumidor final.

Atraves de esta investigación se lograra conocer todos lo desfase del producto en sus distintos proceso y se buscara posibles soluciones para mejorar los proceso de comercialización del pimienta negra en el Ecuador.

Ing. Jesús Gómez  
**ASESOR**

## INTRODUCCIÓN

En presente análisis trata de cómo se esta cultivando y comercializando la pimienta negra, en el Ecuador, cuales son las zonas de producción cuantas hectáreas existen, la problemática que tienen los productores al vender su producto a los intermediario.

Se estudia además el consumo Interno, las empresas reconocidas que comercializan el producto bajo que parámetros estás comercializan y exportan, canales de distribución, logística que utilizan para que el producto llegue al consumidor final.

Posteriormente, se abordan las condiciones del mercado mundial de la pimienta negra, mencionando los principales productores, exportadores, importadores. También se trata la oferta y demanda mundiales de esta especia.

Por la importancia de los Estados Unidos como el principal comprador de este producto, se hace un análisis de este mercado, sus importaciones provenientes del Ecuador en los últimos 5 años, las regulaciones vigentes y de los esquemas básicos de comercialización.

Encuesta realizadas a los productores de pimienta negra de Esmeraldas cantón Quininde donde se da a conocer la deficiencia que tienen en la producción y comercialización de la especia.

Por último se propone mejorar los Sistema de producción y comercialización del cantón Quininde con la instalación de métodos adecuados de comercialización.

	Pag.
<b>Tabla de Contenido</b>	
Certificación	
Autoría	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Introducción	
<b>Capítulo I</b>	
1. Tema.....	12
1.2. Planteamiento del problema.....	13
1.3. Objetivos generales.....	14
1.3.1. Objetivos específicos.....	14
1.4. Justificación.....	15
1.5. Hipótesis.....	16
<b>1.6. Metodología</b>	17
1.6.1. Tipo de Investigación.....	17
1.6.2. Método de Investigación.....	17
1.6.3. Técnicas de investigación.....	17
1.7. Población y muestra.....	17
1.8. Operacionalización de las variables.....	18
1.9. Normas ética.....	19
<b>1.1 Recursos</b>	
<b>0.</b>	
1.10.1. Humano.....	19
1.10.2. Materiales.....	19
1.10.3. Técnicos.....	20
1.10.4. Económico.....	20
1.1 Cronograma de actividades.....	21
1.	
<b>Capítulo II</b>	
<b>2. Cultivo de la pimienta negra</b>	
<b>2.1. Origen</b>	22
2.2. Característica del suelo.....	23
2.2.1. Clima y suelo.....	24
2.2.2. Preparación del suelo.....	24
2.2.3. Superficie y rendimiento.....	24
2.2.4. Temperatura del Cultivo.....	25
2.3. Distribución de la población.....	26-27
2.3.1. Nivel de producción.....	28
2.3.2. Tecnificado.....	28
2.1.1. Semi-tecnificado.....	28
<b>2.4. Variedades de pimienta negra</b>	
2.4.1. Pimienta negra.....	29
2.4.2. Pimienta blanca.....	30
2.4.3. Pimienta verde.....	30
2.5. Característica y uso de la pimienta negra.....	30-31
2.5.1. Gráficos productos derivados de la pimienta negra.....	32
<b>Capítulo III</b>	
<b>3. Comportamiento del mercado nacional de pimienta negra</b>	
3.1. Mercado Interno.....	33
3.2. Estacionalidad de la producción.....	33

3.3. Canales de distribución.....	34
3.4. Calidad de Pimienta negra en el mercado nacional.....	35
3.5. Oferta local.....	36
3.6. Consumo Interno.....	36
3.7. Empresas que demandan la Pimienta Negra.....	37-38
3.8. Precios a nivel de fincas, mayoristas y consumidores.....	39
<b>Capítulo IV</b>	
4. Comportamiento del mercado internacional de pimienta negra	
4.1. Países oferente de la pimienta negra.....	40
4.2. India.....	41
4.2.1. consumo interno.....	41
4.3. Indonesia.....	42
4.3.1. Consumo interno.....	42
4.4. Vietnam.....	43
4.4.1. Consumo interno.....	43
4.5. Brasil.....	44
4.5.1. Consumo Interno.....	44
4.6. Malasia.....	45
4.6.1. Consumo Interno.....	45
4.7. Fecha de cosecha en el mercado internacional de pimienta negra.....	46
4.8. Sistema de comercialización.....	47
4.9. Precios Internacionales.....	48
4.10 Principales empresas internacionales importadora de Pimienta negra.....	49
4.11 Países importadores de pimienta negra.....	50-51
4.12 Estados Unidos como principal importador.....	52
<b>Capítulo V</b>	
5. Exportación y comercialización de pimienta negra en el Ecuador	
5.1. Exportaciones a los Estados Unidos.....	54
5.2. Requerimiento de calidad de la pimienta negra.....	55
5.3. Impacto de del ATPDEA sobre las exportaciones del Ecuador.....	56
5.4. Base legal.....	56
5.5. Aranceles cuotas y licencia.....	57
5.6. Empaque y embalaje.....	57
5.7. Formas de negociación.....	58
5.8. Transporte flete y seguro.....	58
5.9. Potenciales mercado para el seguro.....	59
5.10 Registro sanitario.....	59
5.10.1. requisitos para obtener el registro sanitario.....	59
5.11 Requisitos para ser exportador.....	60
5.12 Tramites de exportación.....	61
5.13 Procedimiento aduanero.....	61
5.14 Tramites adicionales para exportar productos agropecuarios	
5.14.1. Flora y fauna silvestre.....	62
5.14.2. Determinación de precios referenciales.....	62
5.14.3. Certificado de Calidad.....	63
5.14.4. Certificado Fitosanitario.....	63
5.14.5. Certificado de Origen.....	64
<b>Capítulo VI</b>	
6. Análisis de las encuestas y entrevista a los productores y exportadores.....	65-75



**CAPITULO I**

**1.1. TEMA**

**“Análisis de el proceso de comercialización  
interna y externa de la pimienta negra en el  
Ecuador periodo 2005-2009.”**

## 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pimienta negra es una especie originaria de las costas de Malabar ubicada al sur de la India. Es indispensable su uso en la preparación de una amplia variedad de alimentos en prácticamente todos los países del mundo. El cultivo fue introducido al Ecuador a inicios de las décadas de los 80, actualmente se la viene cultivando en algunas provincias tales como: Pichincha, Manabí, Guayas, los Ríos en la Amazonia y Esmeraldas.

Esmeraldas cuenta con cultivos en las zonas de Quinindè y la Concordia ya que el suelo se ajusta al requerimiento y exigencias del cultivo.

Pero la pimienta negra es un recurso que en Esmeraldas Posiblemente no esta generando muchos beneficios ,algunos de los factores podrían ser la falta de tecnología del sector agrícola, y de sistemas adecuados de comercialización, falta de inversión privada y organismos que fomenten la producción y comercialización del producto.

Este es un recurso muy demandado en EEUU y otros países y podría proporcionar grandes ingresos a Esmeraldas y a otras provincias del Ecuador tales como Manabí, Pichincha, los Ríos, donde existe algunos cultivos de pimienta negra.

Por esta razón se tiene la necesidad de realizar un estudio para la comercialización interna y externa de la pimienta negra con el propósito de reactivar la producción no solo en la provincia de Esmeraldas sino también en otras zonas del país que se ajustan al requerimiento del cultivo, y poder así satisfacer la demanda local e internacional y mejorar los ingresos de provincia y el país.

### **1.3. OBJETIVO GENERAL**

Analizar la producción y el proceso de comercialización interna y externa de la pimienta negra en el Ecuador periodo 2004-2009.

#### **1.3.1.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar e investigar las zonas de producción que se ajustan al requerimiento de la pimienta negra para su comercialización interna y externa.
- Analizar la oferta y demanda del producto local e internacionalmente y determinar las características de consumo del mismo, con el propósito de conocer nichos de mercados interno y externo.
- Analizar las exportaciones, tasas, tarifas y los canales de comercialización de la pimienta negra en el Ecuador.
- Realizar una propuesta para mejorar el sistema de comercialización y reactivar la producción en otras zonas de la provincia de Esmeraldas.

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

La provincia de Esmeraldas posee muchos recursos naturales que si son explotados adecuadamente traerían grandes beneficios económicos la provincia.

La comercialización de la pimienta negra ayudaría al crecimiento económico a través del su consumo local, y exportación esta es una de las formas que tiene el país para generar divisas, además atraería la inversión local y extranjera en producción, comercialización y distribución del producto, dotando de adecuada tecnología a los productores con el propósito de darle un valor agregado al producto.

En lo social se incrementaría la mano de obra (directa e indirecta) a través de capacitaciones en la manera de cómo producir, con el propósito de incentivar la producción en otras partes del país donde el suelo y el clima se ajusta al requerimiento de producción, y así poder brindar un producto de mejor calidad y proporcionar empleo a muchos productores del cantón Quinindé y la Concordia y otras zonas que se ajusten a la producción para así mejorar el nivel de vida de la población.

Con la comercialización local y la gran ventaja del concesionamiento, el puerto de Esmeraldas se convertirá en un puerto con frecuencia de exportación directa, con lo cual se incrementara el comercio exterior generando divisas para de esta manera contribuir al desarrollo de la Provincia y lograr impulsar la producción y exportación de nuevos productos con la finalidad de lograr agrupar distintos sectores productivos y poder expandirnos nacionalmente y por muchos mercados internacionales.

## **1.5. HIPÓTESIS**

- Los productores no cuentan con adecuados instrumentos de asistencia técnica integral que cubran las fases de producción, manejo pos – cosecha y mercado referente al comportamiento de la oferta, demanda y precio así como de las tendencias relacionadas con la calidad, y presentación
- Las empresas comercializadoras de pimienta negra no poseen adecuadas estrategias que les permita destacar las ventajas del producto y diferenciarlo.
- Los productores no cuentan con apoyo gubernamental y organismos que fomenten la producción.
- Los niveles de producción satisface las necesidades de los consumidores internos.

## **1.6. METODOLOGÍA**

### **1.6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para el análisis de la comercialización interna externa de la pimienta negra se utilizó la investigación descriptiva ya que este tipo de investigación se encarga de descubrir hecho, fenómenos u otras situaciones que son sometidas a análisis y además se encarga de detallar los aspectos más profundos de un proceso de investigación.

Esta investigación ayudó a establecer mejores canales para comercializar la pimienta a nivel local e internacional y de esta manera fomentar a la producción del producto dándole un valor agregado que logre así diferenciar la pimienta negra ecuatoriana.

### **1.6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar esta investigación se utilizó el método analítico sintético ya que la combinación de estos dos métodos permitió detallar muy minuciosamente la característica del producto.

Y en el estudio del proceso de comercialización ayudò a examinar las fases de comercialización de la pimienta negra con el propósito de buscar nuevas estrategias e incentivar la producción en el cantón Quininde y en otras zonas de la provincia.

### **1.6.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas que se utilizaron para esta investigación fueron la encuesta, entrevista y la observación ya que a través de estas se logró recolectar datos, claros, objetivos y detallados. Con la utilización de fichas bibliográficas y fichas nemotécnicas, a través del se logró recolectar información sobre la comercialización interna y externa de la pimienta negra y a estar en contacto con la realidad y poder así realizar un análisis objetivo.

## **1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para realizar la encuesta se tomó como referencia los productores y empresas comercializadoras de la pimienta negra del cantón de Quininde, específicamente 50 los productores y 2 comercializadores. No se pudo tomar muestra ya que la población es pequeña

### 1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La operacionalización de las variables ayudó a describir las actividades y sirvió para la elaboración de los instrumentos de medición en el análisis de la comercialización de la pimienta negra.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES
Analizar e investigar las zonas de producción que se ajustan al requerimiento de la Pimienta Negra para su Comercialización Interna y Externa.	Producción clima	Zonas de producción Tipos de producción	Observación Encuesta Entrevista	Productores
Analizar la oferta y demanda del producto local e Internacionalmente y determinar las características de consumo del mismo, con el propósito de conocer nichos de mercados Interno y Externo	Exportadores Importadores	Conocer oferta Conocer demanda	Encuesta Observación	Documento internet
Analizar las exportaciones, tasas, tarifas Y los canales de comercialización de la Pimienta Negra en el Ecuador.	Comercialización	Empaque y embalaje Canales de distribución Formas de negociación	Entrevista Observación	Documento internet

## **1.9. NORMAS ÉTICAS**

La información obtenida de parte de las empresas comercializadoras y de los productores de la pimienta negra será de exclusividad y de absoluta privacidad por parte del investigador y usada únicamente en el proceso de investigación y no se le dará otro uso que pueda perjudicar a las fuentes de información.

## **1.10. RECURSOS**

### **1.10.1. HUMANO:**

Las personas que intervinieron en esta investigación fueron.

- 1 asesor asignado por la universidad
- 1 director de la escuela de comercio exterior
- Profesor guía
- 1 investigador

### **1.10.2. MATERIALES**

Los materiales y suministros utilizados en esta investigación fueron.

- Resma de papel
- 1 computador
- Materiales de trabajo
- Movilización
- 1 caja de disk et
- 1 cartucho
- 5 CD run
- 1 flash memory

### 1.10.3. TÉCNICO

Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación fueron.

- Cámara fotográfica
- Infocus
- 1 computador
- Grabadora

### 1.10.4. ECONÓMICO:

Unidades	Materiales	Valor Unitario	Valor Total
	Materiales de trabajo	200,00	200,00
1	Computador PIV mas impresora	950,00	950,00
	Movilización	250,00	250,00
1	Cartucho de tinta a color y negra	70,00	70,00
1	Flash memory	30,00	30,00
1	Matricula	100,13	100,13
1	Tesis	453,94	453,94
1	Grado	288,56	288,56
<b>TOTAL</b>			<b>2.342,63</b>

### 1.11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TIEMPO ( MESES)	1	2	3	4	5	6	7
<b>ACTIVIDADES</b>							
<b>SEMANAS</b>	1	2	3	4	1	2	3
1.Elaboración del anteproyecto	x	x	x	x	1	2	3
2. Lectura del anteproyecto			x	x			
3. Aplicación de técnicas				x			
4. Tabulación y análisis					x	x	x
5. Borrador de tesis						x	x
6. Lectura y calificación de tesis							x
7. Defensa de la tesis							x

## CAPITULO II

### 2. CULTIVO DE LA PIMIENTA NEGRA

#### 2.1. ORIGEN



La pimienta negra es nativa de la India fue cultivada en Indonesia por los colonizadores Hindúes mas o menos 100 años A.C y de Indonesia a MALASIA unos 600 años D.C. Muchos siglos después cuando se descubrieron las rutas marítimas a las indias orientales, los portugueses, españoles, franceses, ingleses y holandeses se interesaron en el lucrativo negocio de las especias del lejano Oriente hacia Europa, y en los siguientes años hacia el nuevo mundo

Cuando el navegador portugués Bartolomé Díaz encontró una ruta de mercado de Arabia hacia Europa recibió un gran intercambio comercial. Una vez descubierta esta ruta los portugueses se convirtieron en lo mayores comercializadores e introductores de pimienta negra en Europa, estos a su vez regaron la especia en diferentes territorios con capacidad para producir esta especia. En 1600 la empresa BRITISH EAST INDIA EAST INDIAN

COMPANY aumento el precio de venta repentinamente de pimienta negra por influencia de la compra del mercado alemán. Por esta razón India tuvo que invertir en mejorar sus técnicas de navegación por el intercambio comercial tan importante, producto de la pimienta negra.

En algunos países del continente americano esta especia fue introducida como nuevo cultivo. Muchos países de ellos han tenido éxitos sobresalientes como es el caso de Brasil, que a finales de la década de los 60 logro convertirse de país importador a país exportador por excelencia, conservando hasta hoy su contundente supremacía productora en América.

## **2.2. CARACTERÍSTICA DEL CULTIVO**

### **2.2.1. CLIMA Y SUELO**

La pimienta es un cultivo de la zona tropical húmeda y se adapta a altitudes inferiores a 1000 metros; los mejores resultados se obtienen en altitudes inferiores a 600 metros.

Requiere de un clima caliente y húmedo con precipitaciones anuales entre 1500 a 2500 mm, bien distribuida durante el año, ya que no soporta periodos prolongados de sequía. La temperatura anual media óptima varía entre 25 Y 30 grados centígrados y la humedad entre 60-93%. Prefiere los suelos de origen aluvial, sueltos y con buen drenaje, por lo que los suelos arcillosos pasados e impermeable no son recomendados. Se recomienda un pH de 5,5 a 6,5 con buen contenido de materia orgánica. Deben ser suelos de excelente fertilidad natural.

Se prefieren terrenos ligeramente inclinados que tengan drenaje natural. También se puede sembrar en terrenos planos pero bien drenados; en este último caso se debe sembrar en lomillos bien altos. En el caso de que se siembre en áreas curvas de nivel, a fin de evitar la erosión del terreno. Es importante tener un tipo de suelo que es apto para producir pimienta de buena calidad, y normalmente se necesita varios años de experimentación antes de

poder cultivar un producto que satisfaga los estándares de las empresas multinacionales que compran la pimienta negra.

### **2.2.2. PREPARACIÓN DEL SUELO**

La actividad más importante es la limpieza del terreno, primero se empieza a asear con herbicida. La arada y la rastreada son muy convenientes si el terreno tiene alguna compactación. Después se procede a marcar los sitios de siembra. Si se plantan soportadores, la preparación del suelo se hará de la siembra de ellos.

### **2.2.3. SUPERFICIE Y RENDIMIENTO**

Se estima que existe alrededor de 12977,59 hectáreas cultivadas en el país. El rendimiento depende de la edad de la plantación variando así:

La producción de la pimienta es muy estable en un plazo relativamente corto, necesita 2 años contados a partir del trasplante para establecerse, al finalizar el año se inicia la cosecha y se espera un rendimiento de fruto en verde de hasta 2,6 TM/HA, al tercer año 5,0 TM/ha, al cuarto 7,5TM/has y 9TM/HA al quinto año volumen al que se estabiliza para toda la vida útil o económica del cultivar que es de entre 10 a 15 años la cosecha del lapso comprendido entre el tercero y séptimo año es la más importante, en razón de su alto y sostenido volumen de producción, el rendimiento de frutos en pimienta seca corresponde aproximadamente a una cuarta parte de la producción de pimienta en verde.

La pimienta es una especie exigente en humedad, sin embargo un exceso de ella es perjudicial. Las necesidades de riego depende de la zona en la cual se ubique el cultivo, en la región oriental del Ecuador no se lo requiere de riego por la presencia constante de lluvia todo el año y en la región litoral con distribución de las lluvias monomodal, el riego es necesario en el verano. El clima y el suelo determinan la cantidad y frecuencia de riego.

Los fertilizantes deben ser aplicados cuando el suelo presente capacidad de campo. Y previo a un análisis químico del suelo se puede determinar el

requerimiento nutrido del cultivo de manera que se alcance un rendimiento de fruto en verde de hasta 9TM/HA/año. A aplicaciones de 1TM/ha de carbonato o sulfato de calcio sirven como enmiendas en suelos muy ácidos, proveen al suelo de calcio y magnesio y neutralizan la toxicidad del aluminio en el cultivo. La aplicación de fósforo debe efectuarse toda la dosis cada año, la de nitrógeno y potasio debe ser fraccionada en tres partes aplicadas con intervalos de 60 días.

#### **2.2.4. TEMPORADA DE CULTIVO**

“Es una producción de todo el año en la región oriental del país, aunque los meses de mayor producción van de Febrero a Junio. En la costa ecuatoriana los meses de producción van de Noviembre a Diciembre, la siembra se recomienda a realizarla en el inicio de la temporada de lluvias.”(Según información obtenida de FARMAGRO- Abril 2008)”

#### **2.2.5. PROCESO PRODUCTIVO**

Primero se debe hacer la selección del terreno, posteriormente la elaboración del marco de siembra. Después se selecciona el método de propagación que puede ser; multiplicación por semilla, enrizamiento por estolones de pie, injerto o estacas o semillas.

Luego se procede al manejo de cultivo; podas, Fertilización, riego, control sanitario y control de maleza. Luego se cosecha y se realiza el transporte, la recepción., se pesa el producto. Posteriormente se realiza el tratamiento presecado, secado trillado, limpieza, selección y aprobación, empaque y finalmente el transporte del producto para la comercialización.

### **2.3. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA PRODUCCIÓN**

El cultivo de la pimienta negra fue introducido al Ecuador al inicio de la década de 1970, “actualmente se la viene desarrollando en alguna zonas de noroccidente de Pichincha (puerto Quito), Santo Domingo, Manabí (El Carme,

Chone, Flavio Alfaro Santa Ana, Junín, Portoviejo San Placido, Calderón Puerto cayo, Esmeraldas, (Quininde y la Concordia) Guayas el Triunfo y en la Amazonía ecuatoriana (Coca Tena).”<sup>1</sup>

Esto no descarta la posibilidad que existan otras zonas aptas para la producción considerando como potenciales tales como Naranjito, Lago Agrio, Coca península de Santa Elena.

---

<sup>1</sup> [www.sica.gov.ec/censo/index.htm](http://www.sica.gov.ec/censo/index.htm)

**Tabla. Nº 1 Rendimiento de la Pimienta Negra en las diferentes Zonas 2008**

<b>Zonas de producción</b>	<b>Hectáreas sembrada</b>	<b>Superficie cosechadas</b>
Puerto Quito	850,60	330,00
Santo Domingo	749,80	400,00
El carne	458,60	220,00
Chone	561,20	248,00
Flavio	301,00	120,0
Portoviejo	625,80	502,00
Calderón	328,30	120,00
Puerto Cayo	592,40	469,00
Quininde	1600,00	990,00
Concordia	1707,93	700,00
Santa Ana	330,20	220,00
Guayas	554,96	400,12
El Triunfo	326,02	140,00
Coca	794,07	520,00
Tena	739,53	528,90
Santa Elena	1320,33	770,00
Lago agrio	700,20	660,00
Junín	436,45	330,00
<b>TOTAL</b>	<b>12977,59</b>	<b>7668,02</b>

**Fuente:** Censo Agropecuario 2008 por el MAG

### **2.3.1. NIVEL DE PRODUCCIÓN**

El manejo del cultivo de pimienta negra en el Ecuador se puede clasificar en tecnificado y semi-tecnificado

### **2.3.2. TECNIFICADO**

Incluye riego por goteo y sistema moderno de fertilización control de plaga enfermedades y maleza.

### **2.3.3. SEMI – TECNIFICADO**

Se refiere al sistema tradicional del cultivo donde se realizan superficies no muy extensas con poca utilización de insumos son cultivos de subsistencia que se venden o consume en la propia finca.

**El nivel tecnológico** puede variar de acuerdo a las posibilidades de recursos económicos con que cada agricultor dispone para invertir en tecnología para su proyecto.

La tecnología del Ecuador difiere a los de muchos países, pues en muchos de ellos la agricultura recibe un apoyo de partes del gobierno y se destinan muchos fondos para la investigación agronómica lo cual hace que dichos países utilicen técnicas muchos mas avanzadas.

## **2.4. VARIEDADES DE PIMIENTA**

Según el momento de cosecha y procesamiento, se distinguen los siguientes tipos de cosecha.



### **2.4.1. PIMIENTA NEGRA**

Se Obtiene de cosechar las fructificaciones verdes, semi- maduras que hayan alcanzado su tamaño definitivo. Luego en pequeñas granjas estas se secan sobre esteras o superficie pavimentadas, donde el calor del sol se frunce tomando un color café parduzco.

### **2.4.2. PIMIENTA BLANCA**

Para obtenerla se debe prestar mucha atención al momento adecuado para la recolección, pues se cosechan las frutas rojas que estén completamente maduras. Cuando las pepas están sobremaduras caen fácilmente.

### **2.4.3. PIMIENTA VERDE**

Para la obtención de pimienta verde las pepas se separan de las fructificaciones inmediatamente después de su cosecha, luego se lavan y se conservan en salmuera (agua salada vinagre, ácido cítrico).

## **2.5. CARACTERÍSTICA Y USO DE LA PIMIENTA NEGRA**

La pimienta negra es considerada a nivel mundial como la reina de las especias por su amplia aceptación en países de Europa y Asia, pero principalmente Estados Unidos, cuyo índice de importaciones superan individualmente a cada uno de estos continentes.

Generalmente esta especia se hace presente en todas las mesas familiares como parte de la alimentación en conservas, a parte de otros usos la pimienta negra tiene un aroma penetrante y un sabor algo como la madera de pino, es picante al comerlo esta disponible en una variedad de moledura las mas comunes son las cuarteadas de terreno grueso, de mesa y polvo fino. Cuanto más fina se muele la pimienta, mas intenso es el sabor y mas corta la vida útil.

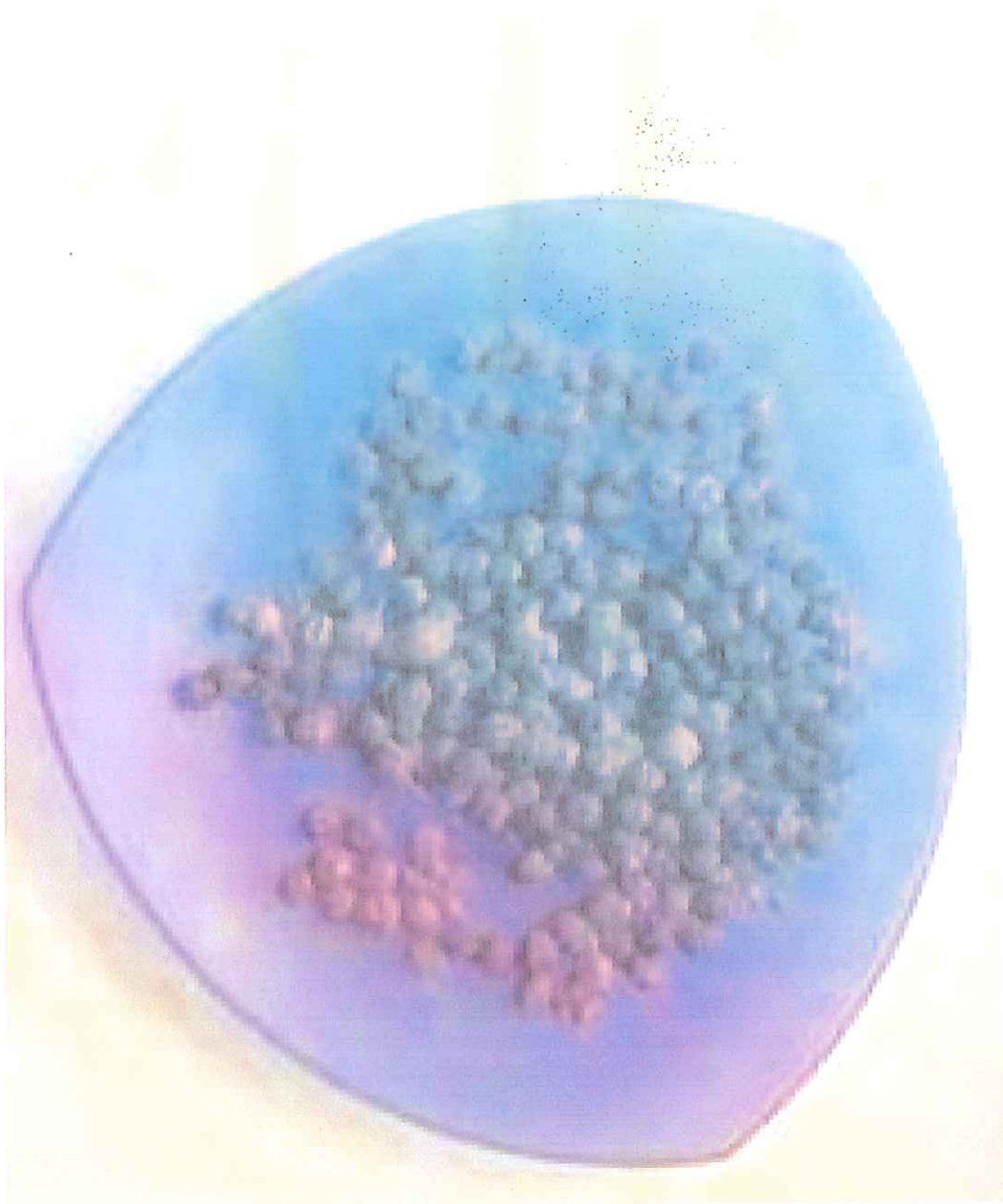
Los principales usos de la pimienta se aplican en el aderezo de carnes rojas, pescado, sopa y otros alimentos preparados. En la mayoría de los países importadores la industria carnina es la mayor consumidora de especia en general y de pimienta en particular.

Las oleorresinas y aceites esenciales obtenidos de la pimienta, los utiliza el sector industrial y medicinal por la facilidad en uso en la elaboración de

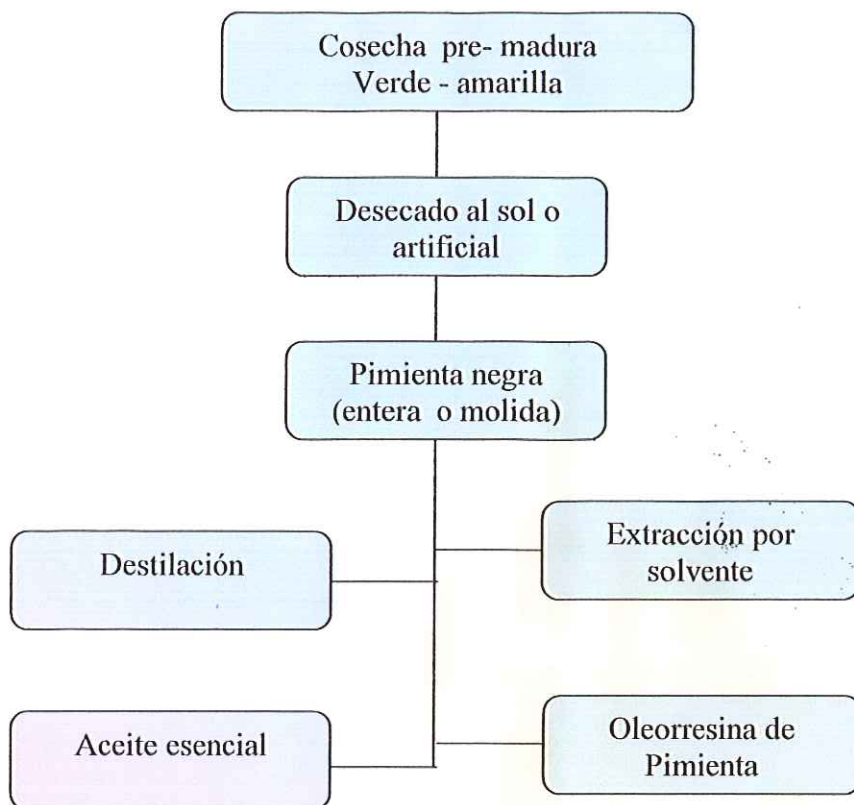
Productos que hagan cumplir estrictas medidas sanitarias ya que no presentan problemas de contenido bacteriológicos característico de la pimienta.

En los hogares la pimienta se utiliza además como aderezo, como tónico estomacal y digestivo, la toma de pequeñas dosis incrementa las secreciones gástricas y pancreáticas.

Hay varias guías a las calidades impuestas para las exportaciones de pimienta normalmente se tolera hasta un 12% la humedad `por peso, hasta el 1% de moho visible, menos que el 15 de materia extraña, y 2 insectos por libras. Las bayas claras se limitan hasta un 2% del peso total.



### 2.5.1. GRAFICO N°1 DESCRIPCIÓN Y USO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PIMIENTA NEGRA



Fuente: FEDEXPORT (Federación Nacional de Exportadores)

De la cosecha premadura (verde – amarilla) se obtiene la pimienta negra la cual posteriormente, si es sometida a un proceso de destilación, de obtiene aceite esencial y si es sometida a una extracción por solvente se conseguirá oleoresina de pimienta.

## CAPITULO III

### 3. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO NACIONAL DE PIMIENTA NEGRA

#### 3.1. MERCADO INTERNO

Según PROEXANT, en Ecuador no existe una organización o asociación de productores pimentero que orienten a la producción o que orienten a la comercialización del producto. Se puede mencionar que para la producción y mercado de esta especie participan:

- El pequeño productor que cultiva su parcela familiar sin técnica adecuada.
- El empresario agrícola que ha incursionado el cultivo de pimienta, con técnica adquirida de otros productores.

Estas condiciones han hecho que la unión mediante una asociación de pimenteros del Ecuador sea muy difícil de realizar, ya que los intereses propios de cada uno son muy diferentes y por que la tecnología ocupada en las plantaciones de uno y otros grupos son muy divergentes.

#### 3.2. ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN

El producto se da todo el año, aunque son de 7 a 8 meses los de mejores niveles de producción la época de cosecha difiere a la floración y fructificación, que se encuentra con un espaciamento de 6 a 9 meses cuando las lluvias son intensas y bien distribuidas se pueden observar dos periodo de floración y dos de recolección, muchas plantaciones tiene su floración principal en Mayo y Junio para cosecha en Diciembre y Febrero. En áreas de precipitación pluvial y con estación de verano bien definida, la floración ocurre en Mayo y la cosecha en Enero y Abril.

**GRAFICO N°2 ESTACIONALIDAD COMERCIAL DEL ECUADOR PERIODO 2004-2008**

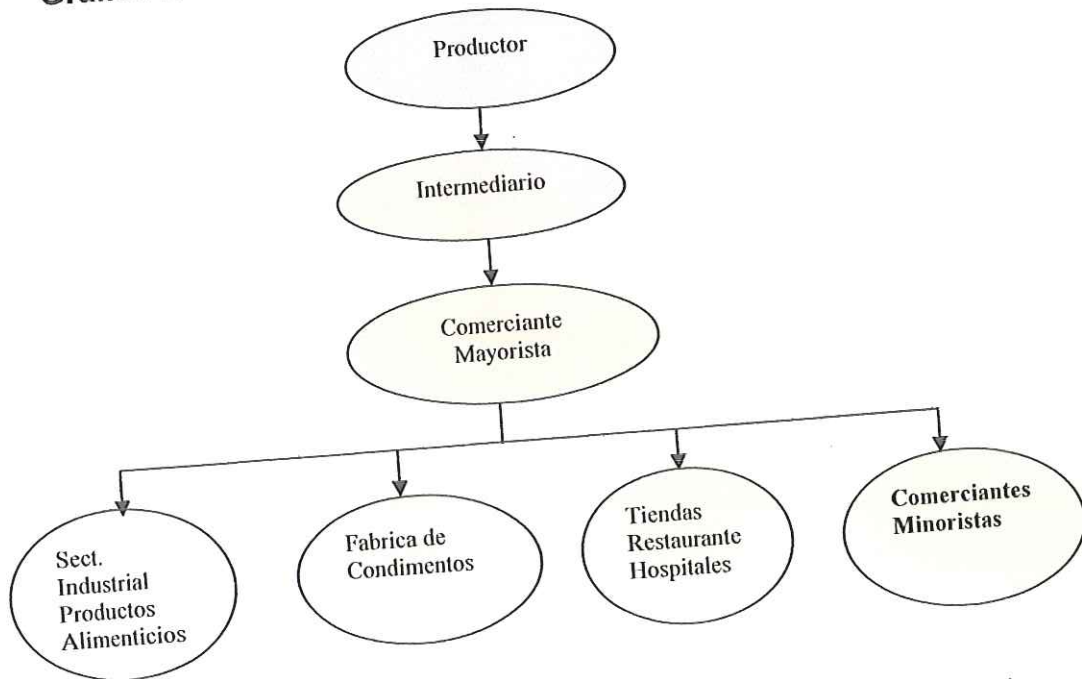
	E	B	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Importaciones			■		■			■	■	■	■	
Exportaciones	■				■		■	■	■	■		■

Fuente: Empresa Nacional de Manifiesto

### 3.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En el Ecuador existen dos etapas bien definidas de comercialización de la pimienta negra, los cuales son:  
 Una vez que el productor ha recolectado y se encuentra listo para el mercado, el pequeño agricultor vende el total de su producción en su propia finca a intermediarios o lleva su producción a vender a los intermediarios existente en la zona. Los intermediarios que en su mayoría poseen relación comercial con las empresas consumidoras de pimienta se encargan de entregar el producto directamente a las industrias para la elaboración de productos alimenticios e industrias procesadoras de especias, quienes venden el producto definido a comerciantes propietarios de tiendas, despensa supermercados. Comisariatos restaurantes y consumidores finales.

**Gráfico N°3 Canales de Distribución de la Pimienta Negra**



Fuente: Información Obtenida de FEDEXPORT (Federación Nacional de exportadores)

En cuanto a la producción de pimienta negra por parte del empresario agrícola, estos eliminan en muchas ocasiones la acción del intermediario y entregan el producto directamente en los principales mercados mayoristas asentados en las ciudades de Quito y Guayaquil, para luego dirigirse a los demás mercados mayorista del país.

En algunas ocasiones el comerciante mayorista de todo el país vende directamente al menudeo y al mismo tiempo, distribuye el producto al comerciante minorista, el cual a su vez abastece a los detallistas que expenden la especie en las diferentes presentaciones, para luego llegar al consumidor final directamente.

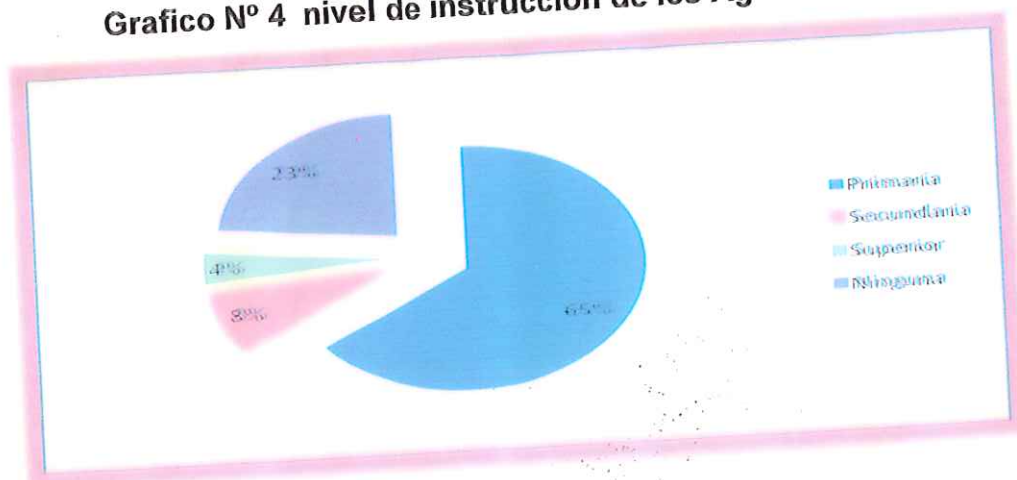
### **3.4. CALIDAD DE PIMIENTA NEGRA EN EL MERCADO NACIONAL.**

En el mercado nacional la pimienta negra ha sido manejada a lo largo del tiempo de una manera artesanal, es decir la falta de tecnología apropiada ha hecho que el producto comercializado dentro del país sea de exigencias muy bajas lo que a permitido al sector industrial la posibilidad de aprovechar al máximo la materia prima y obtener al máximo beneficio.

Sin lugar a duda la calidad de pimienta obtenida por los productores no llena la expectativa del mercado internacional. Son dos los factores que influyen en el problema de calidad. La falta de capacitación de los productores y mala clasificación del producto final ya que los procesadores no hacen una correcta clasificación. Es decir no se clasifica bien los granos vanos y las impurezas ni se clasifican bien las variedades, lo que trae como consecuencia un producto final de calidad no deseable.

Uno de los problemas más grande del Ecuador es la falta de educación de los productores (Según encuesta realizada a los productores de Quinde véase en la pregunta nº). donde se aprecia que los agricultores apenas si tiene instrucción Primaria 65%, Secundaria 8%, Superior 4%, Ninguno 23%.

**Grafico N° 4 nivel de instrucción de los Agricultores**



**Fuente: productores del cantón Quinde**

La calidad de la pimienta se ve directamente afectada por la variedad utilizada. En Ecuador, la mayoría de plantaciones poseen plantas de variedad Lampong la cual a nivel internacional es la más aceptada en cuanto a precios y mercado.

### **3.5. OFERTA LOCAL**

“La oferta de la pimienta negra en el mercado nacional en este momento se podría decir que es alta en el país en la actualidad hay sembrado **12779,59** hectáreas de pimienta negra de las cuales en plena cosecha están alrededor de **7668,02** hectáreas.”<sup>2</sup>(véase tabla n° 1).

### **3.6. CONSUMO INTERNO**

“El mercado nacional presenta buenas perspectivas para los productores locales de pimienta negra, según datos reciente realizados. El Ecuador tiene un consumo per. capital de 0.1kg. De este producto, es decir para satisfacer la necesidad de la población interna del país de 13.500,00 habitantes se necesitaría de 1220 ton de pimienta negra seca por año.”<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Fuente: Instituto Nacional Ecuatoriana de Censo

<sup>3</sup> fuentes: Información obtenida del censo agropecuario 2008

### 3.7. EMPRESA QUE DEMANDAN LA PIMIENTA NEGRA

Las empresas que mayor demanda la Pimienta Negra en el Ecuador son empresas dedicadas a elaboración de productos alimenticios y de venta de especias. Entre las empresas mas importantes que se dedican a la comercialización de especias se encuentra la industria de especias Mc Cormick, Don Yaka, El Sabor, Doña Petra, Gustosito, Sabora, entre otras las cuales se dedican a realizar las presentaciones para el consumidor final de pimienta. Cabe anotar que la preferencia entre una marca y otra no varía en gran escala, Salvo en el caso de la primera marca aunque es la más cara tiene mucha aceptación en el mercado por su presentación, variedad. Sus formas de presentación para el consumidor final pueden ser en grano o procesadas en fundas plástica o frascos.

El resto de producto terminado que se expende en Ecuador proviene marcas menos reconocidas que las anteriormente mencionadas. A demás del consumo interno por parte de la población de Ecuador existe otro nicho de mercado importante como es el industrial el cual requiere frecuentemente de producción para satisfacer las necesidades básicas de este sector. Las empresas que mayor uso dan a estas especies son las empresas de elaborados Cárnicos y de producción alimenticios ya que el producto Cárnico y alimenticio puede andar alrededor de 33% del total de la pimienta comercializada.

**TABLA N°2 PRINCIPALES MARCAS Y PRESENTACIONES DE LA PIMIENTA NEGRA EN EL ECUADOR**

MARKA	CATEGORÍA	PRESENTACIÓN G
Don Yaka	Molida	Funda plástica
Don Yaka	En grano	Funda plástica
El Sabor	Molida	Funda plástica
El Sabor	Molida	Frasco de Vidrio
Doña Petra	Molida	Funda plástica
Doña Petra	Molida	Funda plástica

Mc Cormick	Molida	Funda plástica
Mc Cormick	Molida	Funda plástica
Mc Cormick	Molida	Fundas Económicas
Gustosito	En grano	Funda plástica
Gustosito	Molida	Funda plástica
El Sabor	En Grano	Funda plástica
El Sabor	Molida	Funda plástica
Sabora	Molida	Funda plástica
Sabora	Molida	Funda plástica

Fuente: comisariato- supermercado

### 3.8. TABLA N°3 PRECIOS-2009 A NIVEL DE FINCAS, MAYORISTAS, CONSUMIDORES

Empresas	Precio Quintal	Precio /kg
Fincas	\$25,00-\$35,00	\$0,55-\$0,77
Intermediario	\$80,00	\$1,76
Mayoristas	\$81,81	\$1,80
Empresa comer		\$19,30

Fuente: CORPEI

"A nivel finca los precios de la pimienta en grano durante el 2001 se ubicaron entre los US\$ 25 y US\$ 35 el quintal (100 libras), esto es igual a US\$ 0.55 /kg - US\$ 0,77 /kg, pero una vez en manos de intermediarios, estos la comercializan en US\$ 80 por quintal (US\$ 1,76 /kg)

El precio al que se comercializa la pimienta negra para los mayoristas es en promedio US\$ 1.80 por kg equivalente a US\$ 81,81 el quintal (100 libras). Aunque cabe indicar que el mercado de este producto aun no se encuentra saturado en Ecuador, pero aun así pudiera verse afectado por la tendencia de los precios internacionales, los cuales se analizarán en una sección posterior.

En cuanto al consumidor final, a continuación se presenta los precios de las principales marcas así como también sus presentaciones:

Es muy notable que si se compara el precio a nivel de finca US\$1.40/kg con el precio que paga el consumidor final US\$19.30/kg, el mayor margen se lo llevan las empresas que comercializan el producto, y aunque estos últimos debe cubrir costos de selección, proceso, empaque, distribución, entre otros, la utilidad del productor aun así sigue relativamente baja."<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>[www.sica.gov.ec/agro/precios/index.htm](http://www.sica.gov.ec/agro/precios/index.htm)

## CAPITULO IV

### 4. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL DE LA PIMIENTA NEGRA

#### 4.1. PAÍSES OFERENTES DE LA PIMIENTA NEGRA

“Los principales países exportadores son Singapur, Indonesia, La India Tailandia, Brasil y Malasia Singapur.”<sup>5</sup> Los países miembros de la comunidad internacional de la Pimienta Negra dominan el mercado. En Sudamérica:

**Brasil** es por mucho el más importante, en el 2008 tubo una producción de 25400 tn. Al año y exportaciones de 23000 tn. El 30% de las exportaciones de Brasil, por valor, son destinadas a los Estados Unidos.

**Los Países Bajos** son el segundo importador mas grande de pimienta negra Brasileira, comprando 16% del total en valor, Brasil también vende su pimienta a países en América latina, tales como México, Argentina, Perú, Venezuela, y Uruguay, y a varias naciones de Europa occidental: Alemania España y Grecia por otro lado la **India** es el líder indisputable en la producción y exportación produciendo 58600tn. Anualmente, y exportando 31800tn. La producción y exportación de la pimienta negra de la india han estado bajando. Como los Estados Unidos es el mercado más grande y más importante para la pimienta Negra, las importaciones de ese país son muy importantes. La India era el líder indisputable en el mercado de los EE.UU. Proveyendo 52,3% del total de sus importaciones para el 2004, pero su participación cayó en el 2006. Indonesia expandió sus exportaciones al 36% del total.

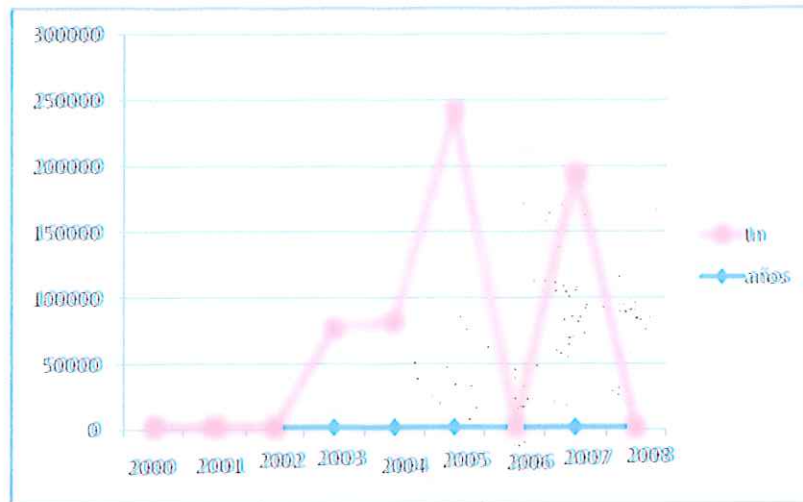
La participación de Brasil ha sido constante en un 15% durante los años pasados. Según importadores en los EEUU, la calidad de Brasil no es buena debido a que el inadecuado equipo de secado resulta en que hay muchas incidencias de salmonera en el producto.

---

<sup>5</sup> <http://www.ipcnet.org/link.thm>

## 4.2. LA INDIA

**Grafico N° 5 producción tn de Pimienta Negra**



Elaborado por: Jenny Quintero

La pimienta producida en este país, conocida con el nombre de "Cochin" a obtenido la supremacía durante los diez años, produciendo el 30% de la producción mundial. La producción de la india durante el año 2004 tubo una producción de 80.000,00tn en el año 2005 decayó debido a la disminución de sus hectáreas cultivadas que pasaron de 240.000 hs a 192.000 hs al 2007. Obteniendo 58.000 tn en comparación con las 75.000 ton que produjo en el 2003.

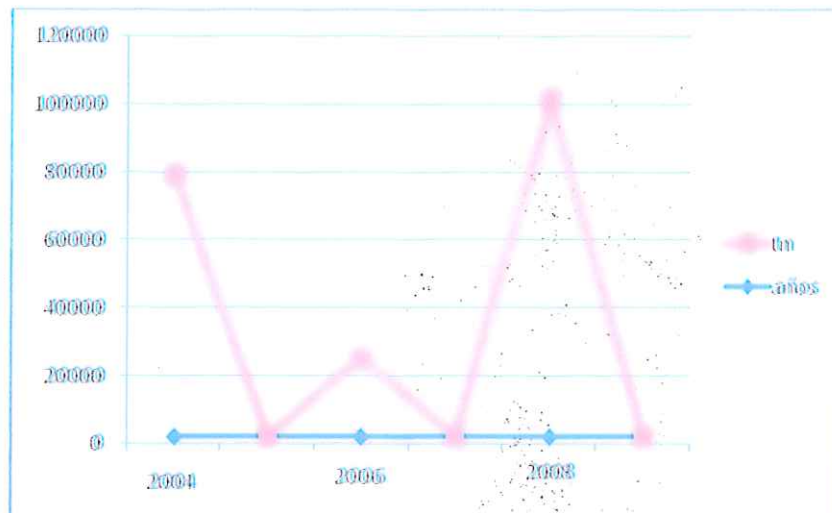
### 4.2.1. CONSUMO INTERNO

País que presenta la mayor tasa de consumo interno, consumiendo en promedio el 47% del producto. Si bien India a incrementado su producción, no lo ha hecho así sus exportaciones es decir gran parte del producto se esta consumiendo internamente.

En el 2004 de las 80.000t. Disponible consumió domésticamente 40.000 t. Cabe recalcar que para el 2001 presento la mayor tasa de consumo esta se ubico en un 67%.

### 4.3. INDONESIA

Grafico N° 6 producción tn de Pimienta Negra



Elaborado por: Jenny Quintero

Segundo mayor productor con el 24% de total mundial a tenido un comportamiento inestable, para el 2004 tubo una producción de 77.000,00 tn pues tubo muchos altibajos a lo largo de los últimos años lo cual se hizo mas notorio en el año 2006 cuando la producción cayo abruptamente a 23.000 tn en el 2008 tubo una producción 99.000 tn. La pimienta negra de **INDONESIA** es conocida con el nombre de LAMPUNG.

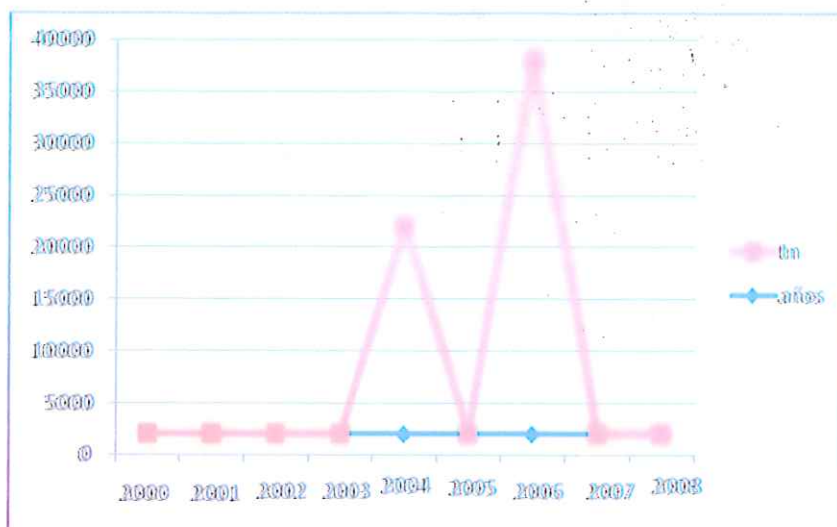
#### 4.3.1. CONSUMO INTERNO



Este país ha mostrado durante los dos últimos años un claro aumento de la demanda interno de la pimienta negra: ya que toda su producción como sus exportaciones han decaído. Se ha visto en la necesidad de realizar importaciones provenientes de Vietnam en cantidades que oscilan las 5.000t, su tasa promedio de consumo es del 28%.

#### 4.4. VIETNAM

Grafico N° 7 producción tn de Pimienta Negra



Elaborado por: Jenny Quintero

Se debe recalcar que Vietnam surge como un fuerte productor joven, con el 14% del total mundial, el mismo que en el 2004 producía 20.000 tn en un área de 7.000 hs y ya en el 2006 alcanzaba 36.000 t, y su hectáreaaje llegaba a las 27.000 hs.

##### 4.4.1. CONSUMO INTERNO

Vietnam es un fuerte productor joven que esta creciendo tasas muy elevadas llegando a convertirse en los años mas reciente en el primer exportador, su consumo es uno de los factores que ayudan a esta supremacía como exportador, pues Vietnam apenas si consume internamente en promedio el 20% de su producción orientando casi el total de estas hacia mercados internos.

## 4.5. BRASIL

Grafico Nº 8 Producción tn de la pimienta negra



Elaborado por: Jenny Quintero

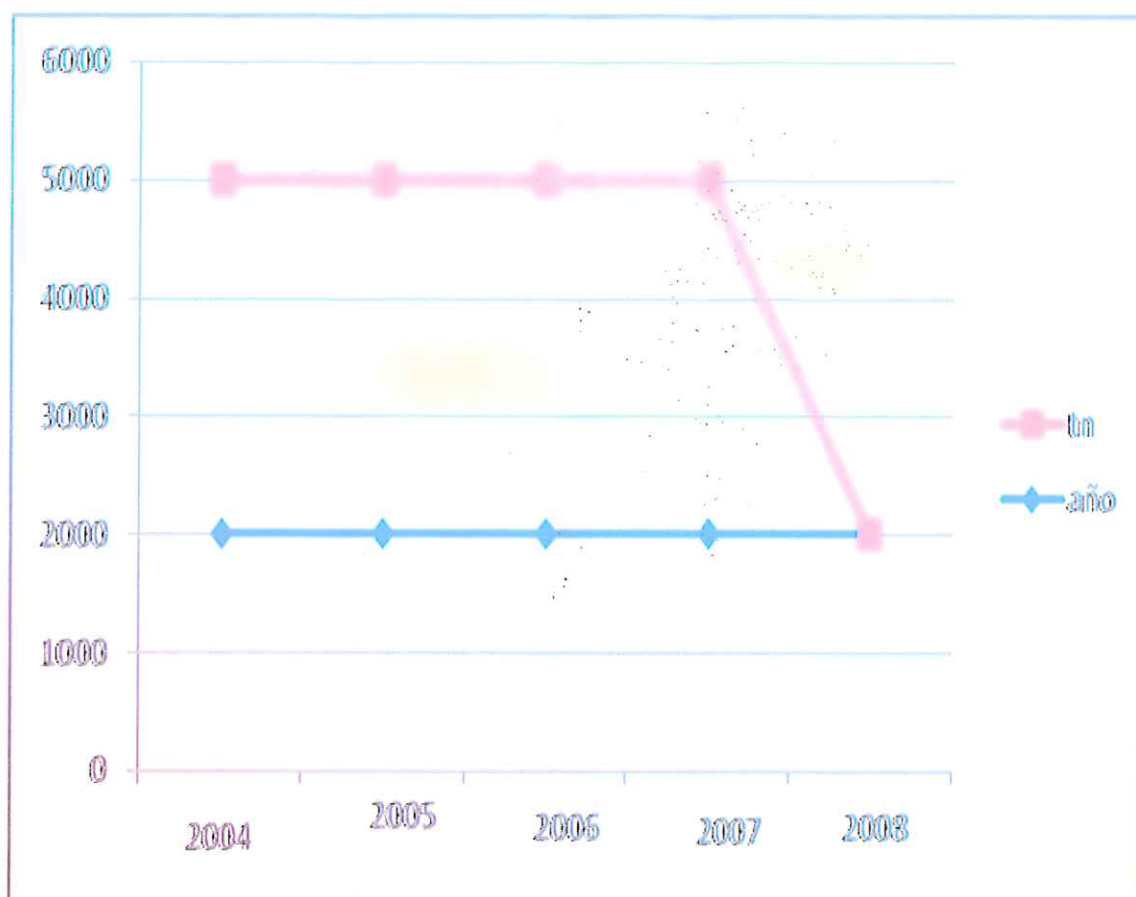
Principal productor en América, tubo un periodo bajo durante los años 1998 a 2004, cuando su producción cayo por debajo de las 14.000 tn. Para el año 2006 se recupero así como sus hectáreas que pasaron de 13.000 t a 16.000, a partir del 2008 su crecimiento fue notorio con 20.000 ha. Cabe recalcar que la pimienta originaria de este país se la conoce con el nombre de "BELEM".

### 4.5.1. CONSUMO INTERNO

La tasa promedio de consumo de Brasil fue 33% durante los últimos años a lo largo del periodo que va de 2004-2006, dichas tasa ha tenido muchas fluctuaciones, pues aumentaron de un año a otro, para el 2006 sin embargo la tasa fue la mas alta ubicándose en el 47%, considerando que para este año la producción del país aumento en un 36% pero sus exportaciones solo lo hicieron en un 4%, es decir no se oriento la producción hacia el mercado externo, mas bien este se consumió dentro del país

#### 4.6. MALASIA

Grafico N°9 producción tn de la pimienta negra



Elaborado por: Jenny Quintero

Malasia es un productor más discreto, su producción ha ido en aumento a lo largo de los últimos diez años a tasas bajas manteniendo niveles de producción entre 20.000 y 28.000 t. por otro lado el número de hectáreas cultivadas en los años 2004,2005,2006 y 2007 promedian 12.000 sin mayor fluctuación, la pimienta originaria de Malasia se la denomina "Kuching".

##### 4.6.1. CONSUMO INTERNO

Malasia mantiene niveles mínimo de consumo, al igual que Vietnam consume el 1% de su producción, y a lo largo de los últimos años estas tasas han mostrado una tendencia ha decrecer.

#### 4.7. FECHA DE COSECHA EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE PIMIENTA NEGRA.

Grafico N° 10 meses de comercialización de mercado externo

Meses de comercialización de mercado externo												
P.DE PROCEDENCIA	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
BRASIL												
INDIA												
INDONESIA												
VIETNAM												
MALASIA												

Fuente: PROEXANT (manual de pimienta negra)

La oferta de pimienta negra por los principales países del mundo se efectúa entre los meses de Junio a Octubre (Grafico N° 8). "Cabe destacar que tanto india como indonesia son los únicos países importantes que comercializan Pimienta Negra de Enero a Marzo.

Lo cual abre una venta interesante para comercializar la pimienta ecuatoriana en el primer Semestre del año sobre todo en los meses de Enero y Abril que es donde el Ecuador comercializa.<sup>6</sup> (Grafico N°2).

<sup>6</sup><http://apps.fao.org/page/form?collection-production.crops.primary>

#### 4.8. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

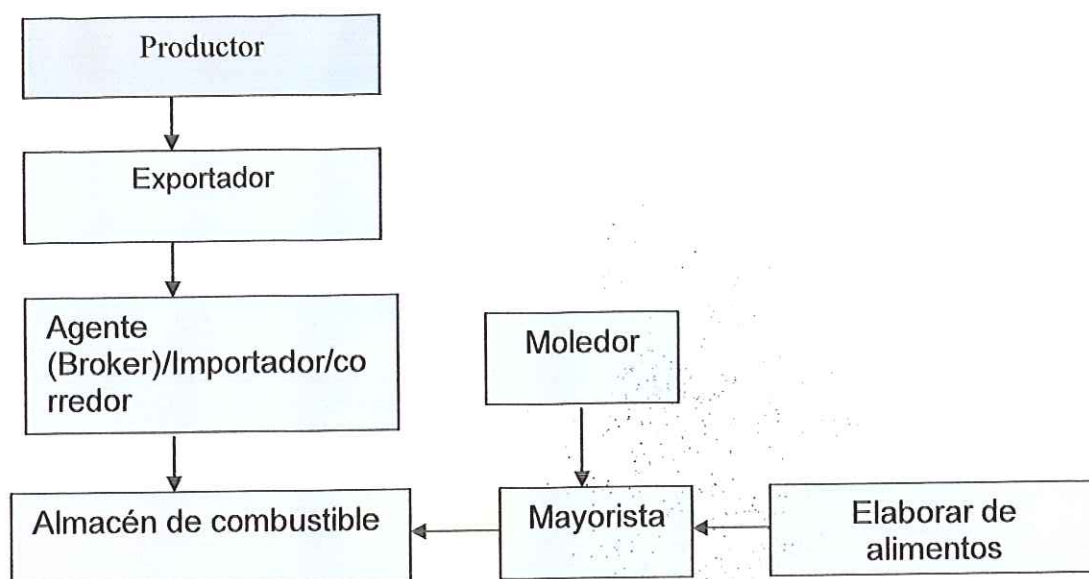
Existen dos métodos tradicionales para el mercadeo de las especies, las cuales dependen fundamentalmente de la seguridad y confianza mutua entre los importadores y agentes Brokers con los exportadores de los países proveedores.

Toda persona que quiera incursionar en este mercado debe escoger un agente o un importador, antes de poner en contacto directo con los empacadores de especia o distribuidores finales, ya que estos últimos se niegan a importar directamente de países productores por dos razones:

- Sostienen que los importadores y agentes se encuentran en mejor situación que los exportadores para ofrecer la calidad requerida a precios competitivos y lo que es mas importante a largo plazo para la entrega, y
- De surgir cualquier controversia acerca de la calidad les resulta mas fácil tratar con el abastecedor local.

En el grafico N° se pueden observar los canales que tienen que pasar el producto en mención cuando se comercia en mercados Internacionales. Tradicionalmente el exportador vende la especias a un importador/ agente bróker. Luego el importador vende un producto a un molidor. El molidor depura, muele y envasa la especia para la venta a un almacén de combustibles por un intermedio de un mayorista, o a un elaborador de alimentos, cuyos productos definitivos se expenden a un almacén de combustible.

## GRAFICO N° 11 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE PAÍSES EXTERNOS



### 4.9. PRECIOS INTERNACIONALES

Año	Precio K/G	Precio Tonelada
2005	2,35	2350,00
2006	2,68	2680,00
2007	3,05	3050,00
2008	4,48	4480,00
2009	5,15	5150,00

Fuente: Brazil Black pepper 2008

#### 4.10. PRINCIPALES EMPRESAS INTERNACIONALES IMPORTADORAS DE PIMIENTA NEGRA 7

**“Almacenes Mayoristas S.R.L.**

Florencio Sánchez 127/29

Tel.: (54) 1-21015/64/4216

5152 Villa Carlos Paz

Argentina

**Argentagro**

Esmeralda 740, P. 10 Of. 1014/16

Tel.: (54) 1-393-6042/8/22

1007 Capital Federal

Argentina

**Juadet Internacional Trading**

Garay 1272 Unidad 135

Fax: (54) 1-304-1739

1153 Buenos Aires

Argentina

**Jumbo Hipermercados**

Avenida Francisco Bilbao

Tel.: (56) 2-228-4137

Fax: (56) 2-208-3518

4144, Santiago

Chile

**Droguería Hoffman S.A.C.**

Los Gobelinos 2507

Tel.: (56) 2-641-6413

Fax: (56) 2-641-4527

e-mail: hofmann@netline.cldrogueria

Renca, Santiago 746-4526

Chile“

#### 4.11. PAÍSES IMPORTADORES DE LA PIMIENTA NEGRA

4.11.1. TABLA N° 5 IMPORTACIONES DE PIMIENTA NEGRA EN TN DE PAÍSES OBJETIVOS.

Mercados	2005	2006	2007	2008
Argentina	1.391	1.456	1.389	1.207
Canadá	5.078	4.570	4.736	3.866
Chile	150.00	235	219	227
Colombia	349	275	350	482
Estados Unidos	43.304	52.046	48.486	40.901
Francia	8.082	8.334	8.592	8.859
Holanda	15.511	17.308	13.766	12.349
Perú	367	563	367	808

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Fuente: <http://apps.fao.org/faostat>

**Entre los países que importan pimienta negra se encuentra Estados Unidos, Canadá, Holanda y Francia,** Estos países además de suplir sus necesidades básicas interna tienen un índice superior de importaciones de pimienta seca. En el caso de Estados Unidos importa prácticamente el doble de sus necesidades básicas y es por que la industria alimenticia requiere de grande cantidades, además de otras industrias que dan uso eficaz de este producto. Al igual que ese mismo mercado, Canadá importa más de sus necesidades básicas por que la industria alimenticia y otras industrias utilizan la pimienta como materia prima.

Ecuador posee dos socios buenos comerciales dentro del mercado regional como son Argentina y Chile. Argentina en el año 2006 reporto importaciones de Pimienta Negra seca de 1,391tn Y Chile importo alrededor de 150tn en el año 2004.

Dentro del mercado regional se tiene identificado dos plazas que mantienen buena relación comercial con Ecuador como son Colombia y Perú. Colombia reporto importaciones en el 2006 de 350 tn de pimienta negra mientras que Perú en el de 2004 reporto importaciones de 367 tn.

Para mercado interno se abastece a industriales, supermercados y mercados en general. Se estima que el consumo de Pimienta Negra en Ecuador anda alrededor de 1220 tn por año. **(Según censo agropecuario 2008).**

## CAPITULO V

### 5. EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PIMIENTA NEGRA EN EL ECUADOR.

Tabla N° 6 Exportación del Ecuador(periodo 2004-2008)de Pimienta negra  
en millones de dólares

	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.
2004	20.042	26.895	33.459	36.460	45.805	49.633	33.566	13.045	18.023	14.456	11.456	9.456
2005	30.125	45.001	36.456	47.045	56.478	35.045	12.000	15.123	16.000	10.000	11.489	9.233
2006	40.459	50.785	60.000	47.896	48.000	15.000	16.000	8.000	4.000	13.456	9.789	9.345
2007	143,089	11,750	18,000	24,590	34,250	15,000	83,439	34,674	36,347	43,348	14,202	12.605

Fuente: Banco central del Ecuador

**5.1 .TABLA N° 7 IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS PROVENIENTES DEL ECUADOR (2005-2009)**

<b>Año</b>	<b>Toneladas Métricas</b>	<b>Valor FOB</b>	<b>Valor FOB en miles de dólares</b>
2005	77,03	235.286,00	235.286,00
2006	457,77	542.391,00	542.391,00
2007	549,32	650.869,20	650.869,20
2008	604,25	781.043.04	781.043.04
2009	664,67	937.251,64	937.251,64

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

El mercado mas objetivo del Ecuador es Estados Unidos, no solo por ser el principal comprador de pimienta negra sino también de su ubicación geográfica pues se encuentra en el mismo continente que el Ecuador lo cual facilita el traslado del producto y afrontara muchos cargo que se tendría que afrontar en caso de dirigir la mercancía a otro destino. Además así se aprovechan las ventajas arancelarias con este país pues la pimienta negra esta libre de aranceles para su entrada a este mercado Norteamericano.

La exportación ecuatoriana con destino a Estados Unidos durante el 2005 se ha incrementado a tasas muy altas con 77,03 tn por un valor de \$235.286,00 para el 2006 se exporto 457,77 tn por un valor de \$542.391,00, en el 2007 se exporto 549,32 tn por un valor \$650.869,20 en el 2008 se exporto 604,25 tn

Por un valor de\$ 781.043.04, en el 2009 se exporto 664,67 tn por un valor de \$937.251,64.

**5.2. Tabla N°8 Para la Pimienta Negra son los siguientes requisitos internacionales:**

<b>Parámetros</b>	<b>Negra</b>
Insectos enteros	Debe de estar prácticamente libre
Materia fecal de mamífero u otros orígenes	Debe de estar prácticamente libre
Granos dañados por insectos	1
Granos enmohecidos máximo por peso	1
Materia extrañas máximo por peso	1
Granos ligeros máximo por peso	2
Densidad de los granos de pimienta (valor mínimo en gramo –litros)	550
Granos negros y grises(% máximo por peso)	-
Contenido de humedad(% máximo de v-m)	12

**FIGURA 4.1 PARA LA PIMIENTA NEGRA SON LOS SIGUIENTES REQUISITO**

### 5.3. IMPACTO DEL ATPDEA SOBRE LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR

“Fue promulgado en 1991 y permite el acceso libre de aranceles o con aranceles preferenciales a un total de 5524 posiciones arancelarias. En Ecuador las exportaciones agrícolas representaron en el 2005 el 30% de las exportaciones totales a los EEUU, siendo el producto más importante el banano donde el Ecuador representó el 11% del mercado mundial, otros productos de interés para el Ecuador bajo ATPDEA son el mango la piña, la pimienta para los cuales no solo han aumentado notablemente sus exportaciones en los últimos años sino también ha crecido la demanda Estadounidenses.”<sup>8</sup>

### 5.4. BASE LEGAL

#### **La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI)**

Solicitó a esta Secretaría la elaboración -en el marco del sistema de apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER)- de perfiles de mercado para el conjunto de productos de oferta exportable ecuatoriana, que se detallan seguidamente, con la finalidad de coadyuvar a la realización de acciones de promoción en los mercados de Argentina<sup>1</sup>, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

- Pimienta,
- Quinoa ,
- Orégano,
- Bambú,
- Cacao en grano,
- Palmito extracto de café,
- Materiales de construcción de madera
- Entre otros

---

<sup>8</sup><http://www.spizes.com/index.esp>

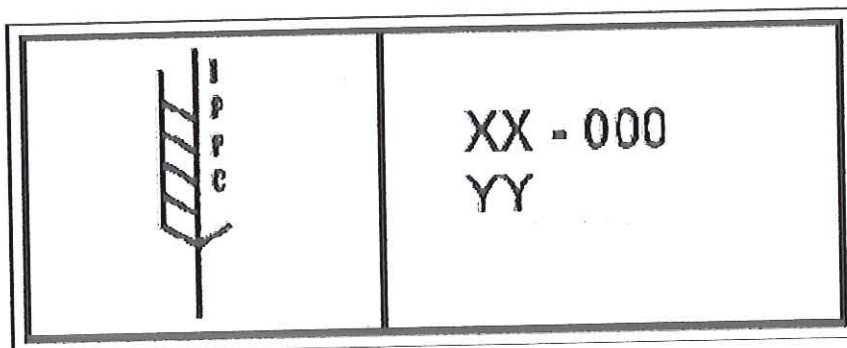
## 5.5. ARANCELES, CUOTAS Y LICENCIAS

Las especias sin moler ni procesas han sido generalmente admitidas en los Estados Unidos libre del pago de aranceles y no hay restricciones cualitativas al respecto. Es importante mencionar que el Sistema General de Preferencias de los Estados Unidos indica que la pimienta negra se encuentra entre los productos seleccionados que se benefician con el sistema ante mencionado.

“La pimienta negra esta libre de derechos arancelarios y su clasificación en el sistema armonizado de aduana de los EEUU es 09004.11.00 sin triturar y 0904.12.00 para la pimienta triturada”<sup>9</sup>

## 5.6. EMPAQUE Y EMBALAJE

“Entró en vigencia el 16 de Septiembre del 2005. La regulación define que los embalajes de madera utilizados para el comercio internacional deben ser tratados, para impedir el alojamiento de plagas, así mismo deben presentar una marca que demuestre que han sido tratados según lo establece la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF). En el mercado, los embalajes presentarán este sello: La legislación establece que cualquier embarque enviado en un embalaje no tratado será devuelto al país de origen.”<sup>10</sup>



<sup>9</sup> <http://dataweb.usite.gov/scripts/tariff/0203c09pdf>

<sup>10</sup> FUENTES: NORMAS INTERNACIONALES

La legislación establece que cualquier embarque enviado en un embalaje no tratado será devuelto al país de origen.

Se pueden usar bolsas con doble fondo, ya sea de polietileno, polipropileno, de yute o de tejido cálico (percal). El contenido de dichas bolsas puede variar entre 25, 50, 60 y 80 Kg.

## **5.7. FORMAS DE NEGOCIACIÓN**

"Todas las exportaciones a EEUU se las efectúan en base a cuatro tipos de contratos oficiales del ASTA siendo estos los siguientes:

- Valor FOB "FREE ON BOARD" (Franco a bordo).  
El vendedor tiene la obligación de cargar la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque especificado en el contrato de venta. El comprador selecciona el buque y paga el flete marítimo. La transferencia de riesgos y gastos se produce cuando la mercancía rebasa la borda del buque. El vendedor se encarga de los trámites para la exportación.

Los pago son realizados con carta de crédito irrevocable o en efectivo" <sup>11</sup>

## **5.8. TRANSPORTE FLETE Y SEGURO**

"La pimienta debe ser manipulada y transportada de tal forma que este protegida de la lluvia, sol y otras fuentes de calor excesivo. Para minimizar los riesgos de humedad que pueda afectar el buen estado de conservación de la pimienta, es recomendable mantener todas las existencias de pimienta en estantes de maderas alejadas de paredes externas, por lo tanto, para almacenar pimienta negra en grano deberá seleccionarse un lugar fresco y temperaturas moderada." <sup>12</sup>

---

<sup>11</sup><http://www.ipcnet.org/linkthm>

<sup>12</sup><http://vm.cfsan.fda.gov/~mow/sinterna.html>

Se puede transportar en los siguientes tipos de contenedores son aceptables:

- Contenedor abierto por un lado con los encerados, que se enrollan para arriba durante el transporte, para así asegurar la ventilación activa por la planta de la ventilación del contenedor.
- Contenedor pasivo ventilado (contenedor ventilado o contenedor del café). Idealmente: contenedor activamente ventilado (contenedor cerrado, ventilado con el sistema de la ventilación mecánica).
- Contenedor refrigerado termal aislado con la fuente del aire fresco. Para todos los tipos de contenedores recomendados, es importante poner la debida atención a la

En lo que respecta a EEUU la mayor parte de las mercancías llegan por vía marítima, siendo los principales puertos de entradas para las especias Nueva York, Baltimore, San Francisco, Los Ángeles y en menor escala Nueva Orleans

## **5.9. POTENCIALES MERCADOS PARA EL ECUADOR**

El Ecuador podría enfocarse en los mercados de Chile, Perú, México, Bolivia, y en la Unión Europea Italia.

## **5.10. REQUISITO SANITARIO**

El registro sanitario para la pimienta esta sujeto a las disposiciones del instituto Nacional de Higiene, el cual exige que esta cumpla con ciertos requisitos.

### **5.10.1. REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO**

Solicitud por cada producto sujetos a registro sanitario con la siguiente información: nombre completo del producto, marca comercial especifica, lote fecha de elaboración, tiempo máximo de consumo, formula de descomposición cualitativa, condiciones de conserva, contenido en unidades de sistema internacional, forma de presentación, envase y material de envase, nombre del fabricante, nombre o razón social del solicitante del registro.

Debe adjuntarse a la solicitud: fórmula completa cuali-cuantitativa incluyendo aditivos de las proporciones usadas. Fórmula analizadas previamente por un laboratorio acreditado (ejemplo laboratorio de la ESPOL-tecnología de alimentos).

- Permiso de funcionamiento actualizado, otorgado por la autoridad de salud competente.
- Certificado otorgado por la autoridad de salud competente de que el establecimiento reúne las disposiciones técnicas para fabricar el producto. Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante.
- Interpretación del código de lote.
- Certificado de análisis de control de calidad de lote del producto en trámite.
- Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase del producto.
- Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.
- Proyecto de rotulo y etiqueta.
- Tres muestras del producto envasadas en su presentación final y perteneciente al mismo lote.
- Cheque certificado a la Orden del Instituto Nacional de higiene. Todo certificado emitido en el exterior, deberá ser legalizado por el Cónsul del Ecuador en el País de Origen y la cancillería si el caso lo requiere.

## **5.11. REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR:**

**5.11.1. Registro de firmas en el banco central de Ecuador (Trámite por una sola ocasión)**

### **5.11.2. Personas Jurídicas**

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación

## 5.12. TRAMITES DE EXPORTACIÓN:

OBTENCIÓN DEL VISTO BUENO DEL FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN EN LA BANCA PRIVADA AUTORIZADA POR EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

- Presentar la declaración de exportación, en el **Formulario Único de Exportación FUE** (original y cinco copias).
- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.
- No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una **"lista de bultos" (packing list)**, especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.
- Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.
- El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

## 5.13. PROCEDIMIENTO ADUANERO

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

La declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)

Factura comercial, en original y cuatro copias

Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central.

## **5.14. TRAMITES ADICIONALES PARA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS**

### **Autorización previa**

#### **5.14.1. FLORA Y FAUNA SILVESTRE**

El Instituto Ecuatoriano de Forestación y Áreas Naturales INEFAN, autoriza la exportación de especies provenientes de la flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, cuando éstas se realicen con fines de investigación, de educación o de intercambio internacional con instituciones científicas.

#### **5.14.2. Determinación de precios mínimos referenciales**

Deben cumplir con el régimen de determinación de precios mínimos referenciales FOB para exportación, a efectos de venta de divisas, los siguientes productos:

Cuarentena Vegetal del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA), localizados en los diferentes puertos marítimos, aeropuertos, y puertos terrestres de las fronteras.

#### **5.14.5. Certificado de origen**

Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, COMUNIDAD ANDINA, Sistema General de Preferencias (países de la Comunidad Europea) y a los Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas. Los Certificados de Origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de: Pequeña Industria, Comercio, Artesanos, y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (**FEDEXPOR**).

## CAPITULO VI

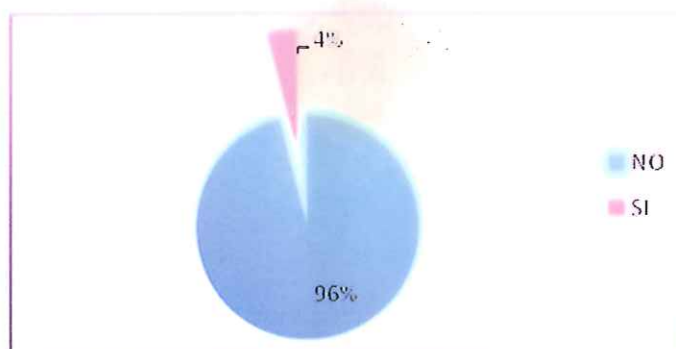
### INTERPRETACIÓN DE DATOS

#### Análisis de las Encuesta

Encuesta realizada a los productores de Pimienta Negra del Cantón Quininde.

1.- ¿Ustedes pertenecen a alguna asociación de Productores de Pimienta Negra?

	Nº PRODUCTORES	%
SI	2	4%
NO	48	96%
	50	100%



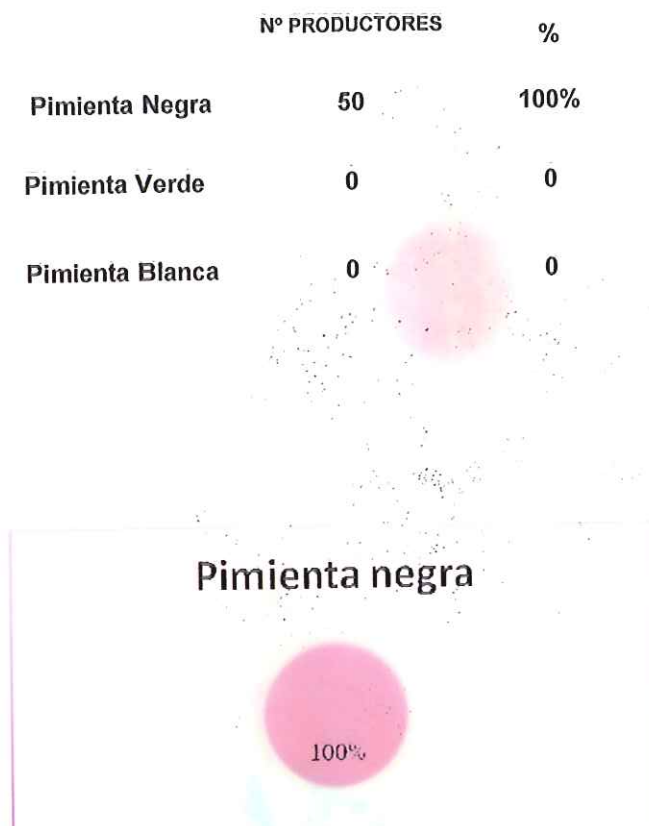
Elaborado por: Jenny Quintero

Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

#### ANÁLISIS

En las encuestas realizadas el 4% de los productores si pertenecen o están afiliados a grupo de productores que se formo con esfuerzo y dineros de los mismos productores. El 96% no se encuentra afiliado a ningún tipo de asociación, ya que no cuentan con dinero suficiente y apoyo de organismo que los incentive a organizarse como productores.

## .) ¿Qué tipo de Pimienta cultivan?



Elaborado por: Jenny Quintero

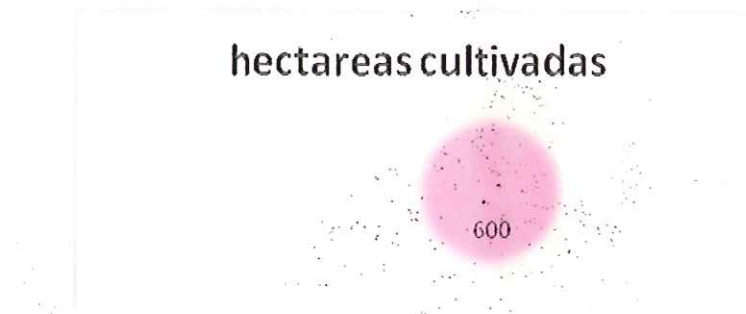
Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

### ANALISIS

El 100% de los productores prefieren cosechar la Pimienta Negra porque su proceso de cultivo es mucho más fácil que las demás variedades, su tiempo de cosecha es de un año, las demás de año y medio en el cultivo de la pimienta negra se gastó mucho menos, las demás implican mucho cuidado y simplemente la cosechan bajo pedido.

### 3.) ¿Cuántas hectáreas de Pimienta Negra tienen cultivada?

hectáreas	
cultivadas	600



Elaborado por: Jenny Quintero

Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

#### **Análisis**

El Área de cultivo es de 600 hectáreas en la zona de Quininde y existen zonas aledañas que en suelo se presta para el cultivo pero no existe apoyo de parte del gobierno y organismo. Los productores necesitan de un centro de comercialización que les permita reunir no solo cultivos de pimienta negra sino también otros productos no tradicionales como la malanga, maracuyá, palmito entre otros

### 4.) ¿Cuál es el tiempo de cosecha de la Pimienta Negra?

#### **Análisis:**

**El tiempo de cosecha de la pimienta negra** es de 1 año y se obtiene al cosechar las fructificaciones verdes, semi – maduras luego están se secan en pequeñas granjas sobre esteras donde al calor del sol toma un color café.

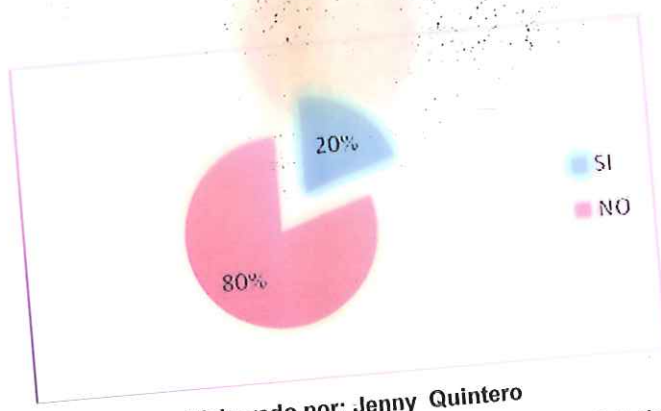
**El tiempo de cosecha de la Pimienta Blanca** es de año y medio para obtenerla se debe prestar mucha atención al momento adecuado para la recolección, pues se cosechan las frutas rojas que estén completamente

maduras cuando las pepas estén sobre maduras caen fácilmente es la más cara

**El Tiempo de Cosecha de la pimienta verde** se obtiene cuando las pepas se separan de las fructificaciones inmediatamente después de su cosecha luego se lavan y conservan en salmuera.

### 5.- ¿Utilizan algún proceso técnico después de la Cosecha

	Nº PRODUCTORES	%
SI	10	20%
NO	40	80%
	50	100%

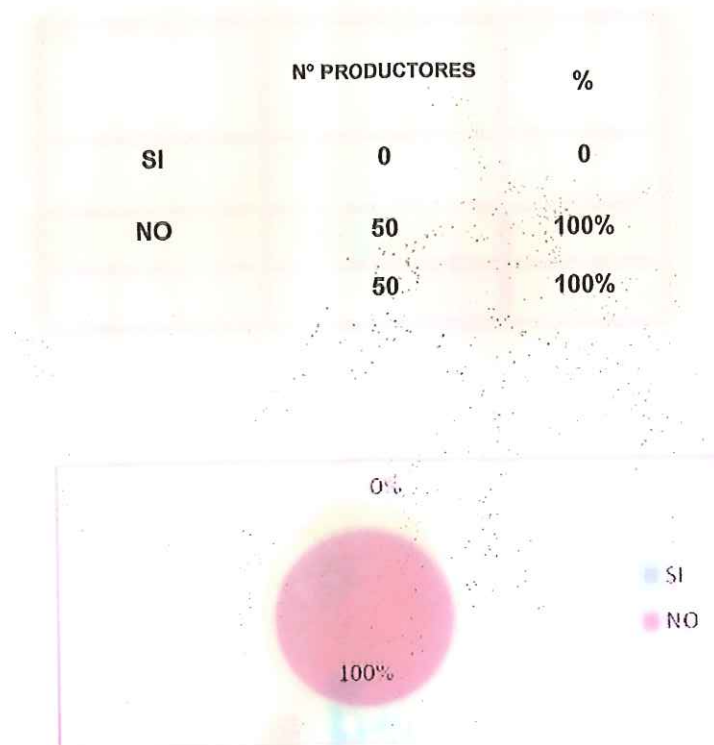


Elaborado por: Jenny Quintero  
Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

### ANÁLISIS

El 20 % de los productores encuestados solo utilizan un proceso, el secado al aire libre, el 80% no utiliza ningún proceso, porque no poseen la capacitación adecuada, ni las maquinarias e implementos, que les permita brindar un producto de calidad. Algunos, de los problemas más grande del Ecuador es la falta de educación de los agricultores algunos solo tienen instrucción primarias, y la falta de apoyo de parte del gobierno.

## 6.- ¿Poseen algún centro de acopio para lavado, secado Trillado de la Pimienta Negra?



Elaborado por: Jenny Quintero

Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

### ANÁLISIS

El 100% de los productores encuestados no posee un centro de acopio donde puedan darle un buen lavado, secado, trillado, pesaje con maquinarias y herramientas necesarias que puedan darle un valor agregado al producto. La mayoría de los productores no solo de pimienta negra necesitan de un lugar que cuente con tecnología maquinaria, capacitación, para que así ellos puedan vender directamente a las empresas exportadoras, y porque no exportar directamente por el puerto de Esmeraldas.

## 7.- ¿Cómo realizan la Comercialización de la Pimienta Negra?.

	Nº PRODUCTORES	%
Directo consumidor Final	0	0
Empresas procesadoras	0	0
Intermediarios	50	100%



Elaborado por: Jenny Quintero

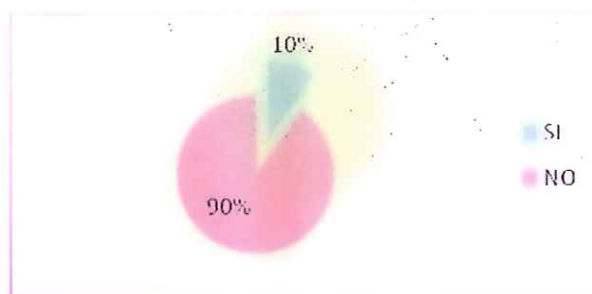
Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

### ANÁLISIS

El 100% de los productores encuestados venden su producto a los intermediarios razón por la cual están inconforme, por lo que perciben por las ventas del producto. Cabe destacar que el gran problema del productor ecuatoriano se encuentra en su sistema de comercialización pues siempre han estado ligados a la utilización de intermediarios, según encuestados hay tres factores que le impiden ser el propio negociador de su producto a empresas exportadoras) falta de tecnología) falta de conocimiento) falta de dinero.

## 8.- ¿Está usted de acuerdo con los ingresos que perciben por la comercialización de la Pimienta Negra?

	N° PRODUCTORES	%
SI	5	10%
NO	45	90%
	50	100%



Elaborado por: Jenny Quintero

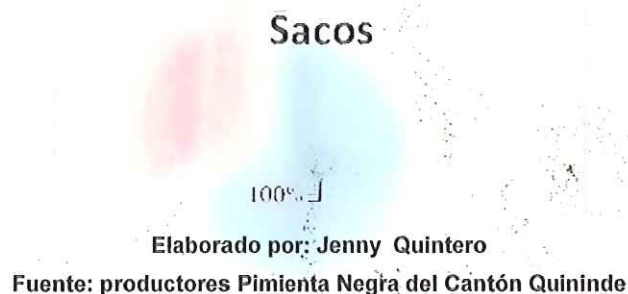
Fuente: productores Pimienta Negra del Cantón Quininde

### ANÁLISIS

El 90% de los productores no están de acuerdo por lo que perciben por la venta de la pimienta, ya que ellos no venden directamente a las empresas comercializadoras, sino a los intermediarios razón por la cual el precio del producto baja debido por la diferente etapa de comercialización que pasa. El 10% simplemente se conforma por los ingresos que perciben del producto.

## 9.) ¿Qué tipo de empaque utilizan para la comercialización de la Pimienta Negra?

Sacos	100%	50
-------	------	----



### Análisis

El 100% de los productores encuestados utilizan simplemente sacos, no utilizan otro tipo de empaque adecuado para la comercialización del producto.

## 10.) ¿cual es el precio de venta de la pimienta negra?

El precio de la Pimienta Negra oscila entre los \$20,00 a 25,00 el saco (**dólares americano**). Los productores no están de acuerdo con este precio ya que los intermediarios triplican el precio cuando lo venden a los exportadores.

## ENTREVISTA A EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA PIMIENTA NEGRA

Entrevista al Ing. Raúl Sánchez

Entrevista al Ing. Lenin salas

Lugar: Instalaciones de la Empresa en Guayaquil

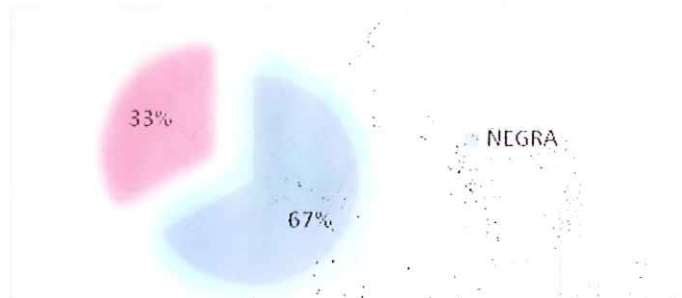
Estas empresas se encarga de comercialización de pimienta negra blanca y verde para consumo interno y externo tiene al alrededor de 15 años dedicado a exportar este producto.

Muy cordialmente nos atendieron los Ing. Raúl Sánchez y Lenin salas nos brindaron 15 minutos de su tiempo ya que tenían una reunión muy importante

nos respondió 5 pregunta y recorrimos un poco de la empresa lo único que no permitió fue tomar foto de las instalaciones.

## PREGUNTAS REALIZADAS

### 1.) ¿Qué Clase de pimienta exporta?



Elaborado por: Jenny Quintero

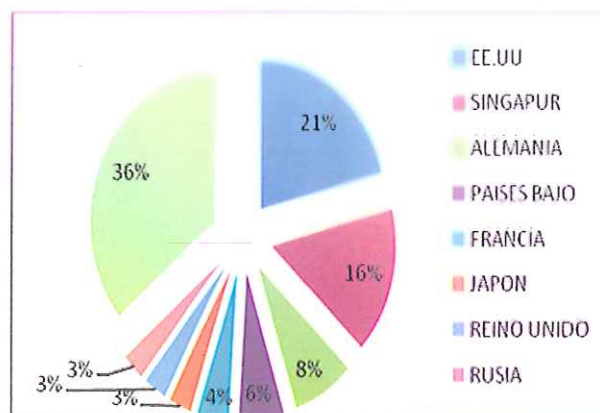
Fuente: Ing. Raúl Sánchez e Ing. Lenin Salas

### Análisis

El 67% de sus exportaciones son de pimienta negra ya que en el mercado internacional es el más demandado. El 33% es de pimienta blanca es más baja porque su proceso de mantenimiento es más complicado.

### 2.-) ¿A que países exportan la Pimienta Negra y en que porcentaje?

EE.UU.	21%
SINGAPUR	16%
ALEMANIA	8%
PAISES BAJO	6%
FRANCIA	4%
JAPON	3%
REINO UNIDO	3%
RUSIA	3%
OTROS	36%



Elaborado por: Jenny Quintero

Fuente : Ing. Raúl Sánchez e Ing. Lenin Salas

su mercado objetivo es EEUU , con el 21% de sus exportaciones , no solo por ser el principal importador de pimienta negra si también por su ubicación geográfica pues se encuentra en el mismo continente que el Ecuador , lo cual facilita el traslado del producto , y evita muchos cargos que se tendrían que afrontar en caso de dirigir la mercancía hacia otro destinos . El 16% lo ocupa SINGAPUR, seguido de Alemania con 8%, Países Bajos 4%, Francia 4%, JAPÓN 3%, REINO UNIDO 3%, RUSIA 3% Otros 36%.

### **3.- ¿Las exportaciones las realizan directamente o a través de Intermediario?**

Utiliza bróker son intermediarios que se encargan de buscar mercados y poner en contacto al comprador con el exportador.

### **4.) ¿Qué canales de distribución utilizan para exportar la Pimienta negra?**

- Compran a intermediarios las especies en bruto y se encargan de limpiarlos y procesarlos de acuerdo al gusto de su comprador.

### **5.- ¿Qué tipos de términos de negociación utilizan para la comercialización de la Pimienta Negra?**

Ellos prefieren negociar con los términos FOB

## ANÁLISIS INTERPRETACIÓN DE DATOS

En las encuestas realizadas a los productores de pimienta negra del cantón Quinde hay cultivada 1600 hectáreas, los productores prefieren cosechar la pimienta negra ya que su proceso de cultivo es corto y es más barato en la actualidad según encuesta, ninguno de los productores está afiliado a una asociación que les permita comercializar su producto directamente con el consumidor final.

Los productores no cuentan con infraestructura adecuada que les permita dar un correcto lavado, trillado y secado y ajustar al producto al consumo final, no utilizan adecuados canales de distribución, ellos comercializan la pimienta negra a través de los intermediarios, lo cual no le permite percibir un ingreso real del producto. No le dan un adecuado empaque al producto ya que solo utilizan sacos para su envoltura. Todo lo antes mencionado se debe a una sola razón: según los productores no cuentan con el apoyo de organismos que fomenten la agricultura.

En la encuesta a los exportadores, ellos comercializan en mayor proporción la pimienta negra y en menor la blanca; ellos utilizan bróker, utilizan adecuados empaques y negocian con el término FOB.

En el informe de la investigación se señalan los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos. La población —a veces llamada universo o agregado— constituye siempre una totalidad. Las unidades que la integran pueden ser individuos, hechos o elementos de otra índole. Una vez identificada la población con la que se trabajará, entonces se decide si se recogerán datos de la población total o de una muestra representativa de ella. El método elegido dependerá de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos.

## CONCLUSIONES

La pimienta negra es un producto muy demandado local e internacionalmente de acuerdo al análisis realizado periodo 2004-2008 podemos notar que nuestra pimienta tiene muchos desfases tanto en su producción como en su comercialización.

Los países oferentes de la pimienta negra tales como: Brasil, India, Indonesia Vietnam. Malasia posee adecuados sistemas de producción y comercialización que les permiten brindar un producto de calidad. En estos países Los productores son capacitados reciben asistencia integral de cómo cultivar, cosechar y ajustar al producto a los requerimientos de sus demandantes.

Podemos notar de acuerdo al análisis realizado del 100% de las exportaciones ecuatorianas el 65% son dirigidas a los EE.UU. Se observa un incrementado interés en la producción, comercialización y exportación de la pimienta en el Ecuador; en el Carmen, Santo Domingo productores ante la atractiva rentabilidad del producto han visto como principal alternativa la posibilidad de unirse con el fin de reunir cantidades suficientes para llenar un contenedor para su posterior exportación.

Atraves de las distinta fundaciones tales como: **FUNDACIÓN DE DESARROLLO PARA LA CREATIVIDAD PRODUCTIVA (FUNDES)**. **LA FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC (MCCH)** que tienen como objetivo fundamental brindar ayudar al productor capacitándolo en la manera de como producir y comercializar su producto y así poder eliminar todo tipo de vinculo con intermediarios.

El principal problema con los productores de Esmeraldas es que no cuentan con capacitación, ni con el apoyo de organismo que incentive la producción. Ellos venden sus productos a intermediarios y no perciben un buen ingreso por su comercialización debido a que no le dan ningún valor agregado al producto ya que no poseen un lugar con infraestructura adecuada.

Esmeraldas cuenta con zonas que se ajustan en clima y suelo para la producción de la pimienta, de acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Quininde es donde mayor cultivo de pimienta negra existe. El problema radica en que los productores no perciben el costo real ya que su producto es vendido a intermediarios.

## **CAPITULO VII**

### **PROPUESTA**

#### **7. INSTALACIÓN DE UN SISTEMA ÓPTIMO DE COMERCIALIZACIÓN Y REACTIVACIÓN DE LA PIMIENTA NEGRA EN EL CANTÓN QUININDÉ DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.**

##### **7.1. JUSTIFICACIÓN**

El procesamiento de pimienta negra no es una actividad complicada siempre y cuando este establecido el mercado y los productores. Teniendo esto bien presente, es importante contar con la infraestructura para esta actividad, y así lograr alcanzar un producto de excelente calidad que pueda competir en el mercado.

El Cantón Quininde según encuestas realizadas a los productores cuenta con 600 hectáreas de cultivo de pimienta negra. Pero no cuenta con infraestructura adecuada para su comercialización por esta razón se halla la necesidad de instalar un centro de acopio que les permita ajustar al producto a las necesidades del los consumidores, donde cuyo objetivo principal es de eliminar todo trato con los intermediarios. El estudio técnico, incluirá aspectos de infraestructura, equipo y materiales para asegurar la calidad del producto. También se planteara los requerimientos de mano de obra para el centro de acopio.

## **7.2. OBJETIVO GENERAL**

INSTALAR UN SISTEMA ÓPTIMO DE COMERCIALIZACIÓN Y REACTIVACIÓN DE LA PIMIENTA NEGRA EN EL CANTÓN QUININDÉ DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

### **7.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Instalación de un centro de acopio que cuente con infraestructura adecuada, con la finalidad de dar al producto un valor agregado.
- Capacitar constantemente a los productores con el fin de obtener un producto completamente desarrollado ,para luego con excelente trato, post- cosecha, dando un secado uniforme, obtener pimienta con los mejores parámetro, Físicos Químicos y Microbiológicos.
- Cumplir con el parámetro, y requisitos exigidos por los países demandantes.
- Implementar estrategias y excelentes canales de distribución, con la finalidad de lograr un nicho de mercado.

## 7.3. ESTUDIO TÉCNICO

### 7.3.1. LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO

Según análisis realizado a los productores del cantón Quininde, la curva de cosecha de la pimienta negra presenta dos picos: uno menor en Octubre- Noviembre y uno mayor en enero- Febrero. Durante los meses de Marzo –Abril se produce una baja pronunciada de la cosecha por lo que el centro de acopio podría ser utilizado en otra actividad para no detener el trabajo de la planta.

Por existir antecedentes del cultivo de acuerdo a las experiencias y condiciones ecológicas favorables, se puede mencionar como zona apta para la instalación de un centro de acopio al cantón Quininde. Ya que es el lugar donde más hectáreas cultivada existen.

### MAPA



## **7.3. 2. REQUISITOS ESPECIALES PARA EL CENTRO DE ACOPIO**

La planta debe tomar en cuenta una serie de requisitos para su funcionamiento. Dentro de los requisitos más importantes se encuentra los municipales que comprenden principalmente los requisitos sanitarios

### **7.3.3. REQUISITOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO**

Para la construcción de cualquier infraestructura que sea parte de un proyecto o una actividad, se debe conocer el lugar donde se construirá, después se debe realizar una serie de trámites de propiedad en la municipalidad para obtener el permiso de construcción. A partir de esto se presenta un plano detallado de la construcción, previo a la aprobación del Ministerio de Salud. Todas las actividades que se vayan a realizar en la empresa se deben inscribir en los mandatos y propósitos de la ley de Desarrollo Agrario y de Fomento Industrial.

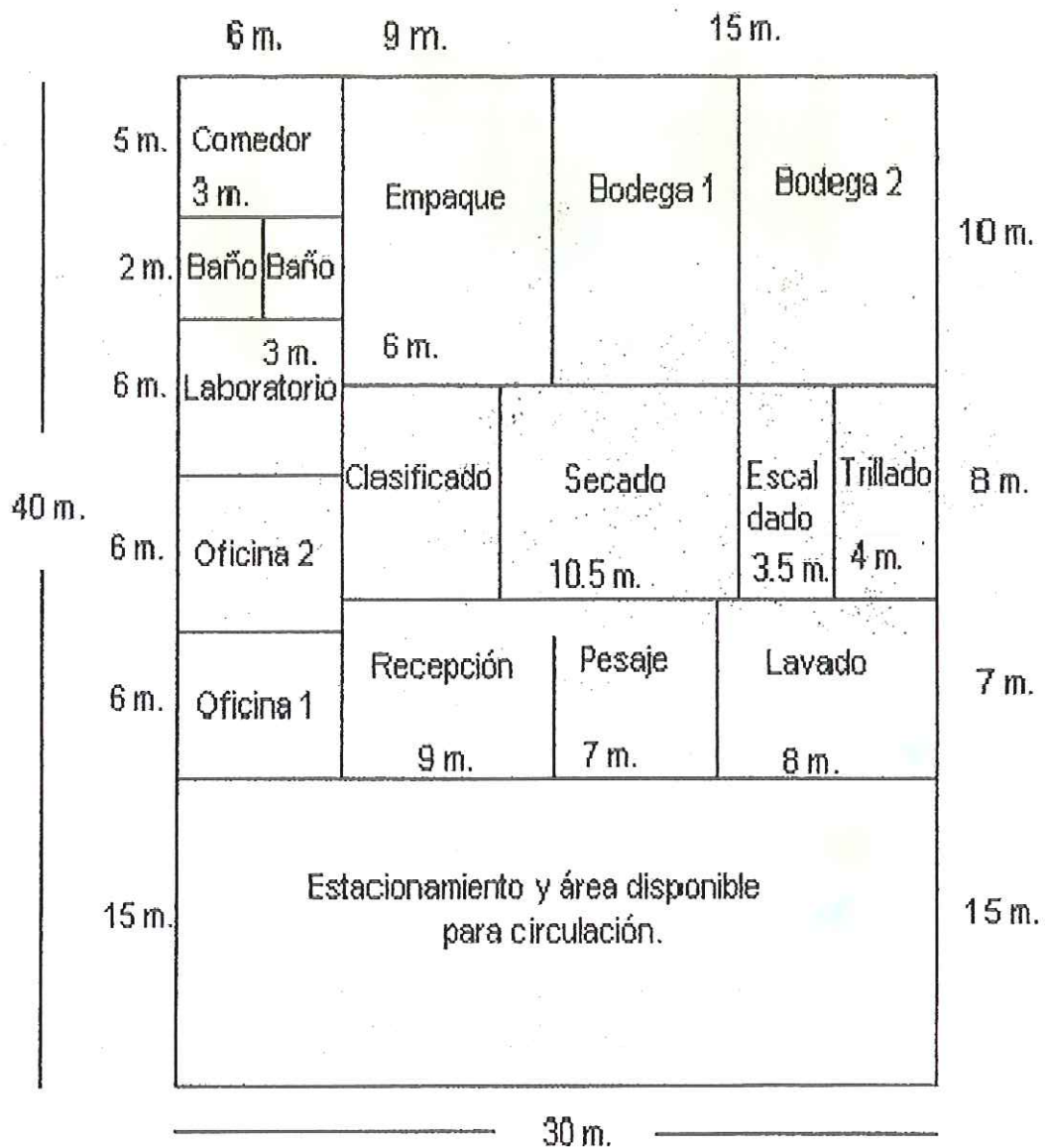
Al terminar todos los trámites anteriores es necesario haber pagado una póliza de riesgo del trabajo en cualquiera de las aseguradoras del país.

### **7.3.4. REQUISITOS DE MINISTERIO DE SALUD**

Los principales requisitos del Ministerio de Salud es conocer el lugar y presentar los planos detallados de construcción. En la actualidad esta exigiendo que todas las instalaciones industriales elaboren un manejo intenso de las aguas para evitar la contaminación de Ríos.

Es suma importancia que al ser aceptada la obra, el propietario se comprometa a cuidar de la salud del obrero.

### 7.3.5. CROQUIS DEL DISEÑO DEL CENTRO DE ACOPIO



Según las necesidades de procesamiento del proyecto, el centro de acopio debe de contar con diferentes áreas dedicadas a cada actividad para la que se necesita del siguiente diseño:

-Un área de recepción, pesaje (se realizara con una romana) y lavado de materia prima de 7m de ancho por 24m de largo, eso quiere decir 169m<sup>2</sup>. Importante que este sector de la planta tenga un desagüe, para poder evacuar el agua que se derrama durante el lavado.

-Un área de secado de 8m de ancho por 18m de largo, eso quiere decir 144 m<sup>2</sup>, donde se instalara el horno de operaciones semi- continua a gas.

-Un área de clasificación y empaque de 138m<sup>2</sup>. Este sector es bastante amplio para dar facilidad de manejo del producto al operario. En esta área se instalara una zaranda vibratoria para tener una mejor clasificación.

-Dos bodegas, una para almacenar al producto terminado y la otra para almacenar todo tipo de herramienta y utensilios de limpieza. Las dos juntas tienen una extensión de 150m<sup>2</sup> y buena circulación de aire.

-El área de oficina, laboratorio, sanitario y comedor están ubicados a un lado de la planta para permitirles a los funcionarios relacionarse con todos los aspectos que involucran a la empresa, esta área mide 150m<sup>2</sup>. En total la parte de operación de la planta tiene un área de 750m<sup>2</sup>.

-En la parte frontal del terreno se encuentra el área de parqueo y espacio de circulación con un total de 450 m<sup>2</sup>.

-Las dimensiones de la planta se realizaron a partir de la identificación de los volúmenes que pueden ser comercializados en los mercados nacionales, regionales y de ultramar.

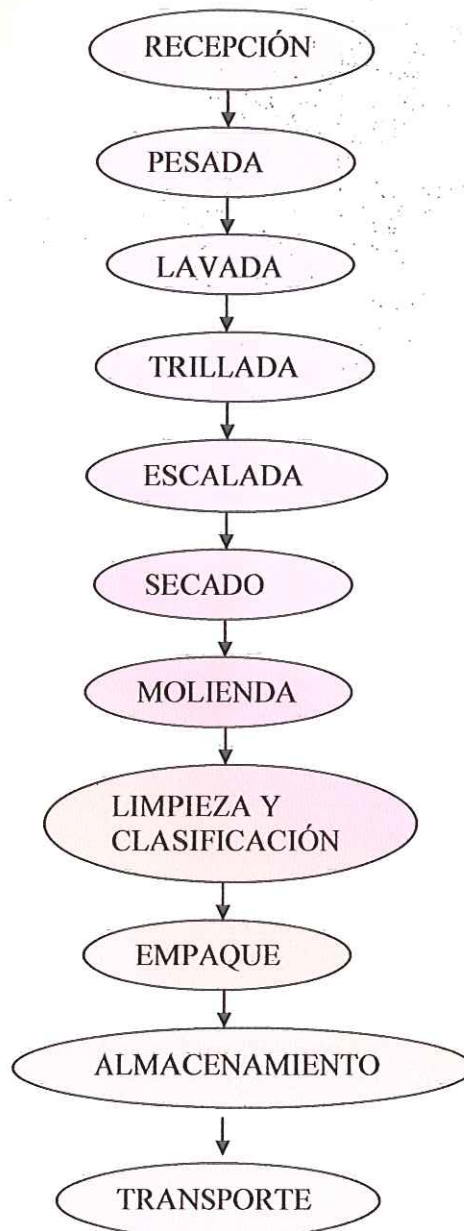
-Se requerirá de 3 operarios que se encarguen del procesamiento de 1,818 kg/día, de pimienta fresca, si se tiene un 33% de rendimiento se obtendrá 600kg/ día de pimienta negra seca. Se estima 320 días al año de trabajo sin contar feriados y una producción estable de los pimenteros de la zona se lograría sacar 192 toneladas de pimienta procesada al año. 24 sacos de 25 kg por día y 7680 sacos en el año.

Se prevee que la planta trabaje un turno diario, en consecuencia existen la posibilidad de ampliar sus operaciones para procesa mayores volúmenes o integrar otras especies que se están produciendo en las zona como el ají, la cúrcuma, o la malanga.

### 7.3.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El procedimiento de la pimienta negra se da de la siguiente forma: recepción. Pesaje, lavado, trillado, escalado, secado, molienda en caso de que hubiese empaque y almacenamiento

### 7.3.7 Flujo grama del proceso para la obtención de Pimienta Negra de calidad.



#### **7.3.7.1. RECEPCIÓN, PESADA Y LAVADA**

Al llegar a la planta, el producto se pesa con la finalidad de llevar un control del producto y luego se vacía en canastas o cestas para realizar el lavado. Esta operación se realiza en dos fases: primeramente se sumerge la canasta en agua clorada (al 0,5 de cloro) durante 5 minutos y segunda se lava con agua del chorro en forma abundante.

#### **7.3.7.2. TRILLADO**

Después de haber pesado el producto este pasa por una desgranadora que separa el fruto del racimo.

#### **7.3.7.4. TRATAMIENTO DE PRE-SECADO**

Con el propósito de fijar el color del grano por medio de la activación de los sistemas enzimáticos y disminuir la carga bacteriana, los racimos lavados se someten a un tratamiento térmico conocido como escaldado. Este se realiza en una marmita o paila con agua caliente (entre 65 y 75oc) durante 10 minutos, además activa el secado.

#### **7.3.7.5. SECADO**

Los frutos ennegrecidos pueden ser expuestos en enteras o tendales al resplandor del sol por el lapso de tres días aproximadamente hasta que el pericarpio del fruto se arrugue.

La operación se realizará de manera artificial para lograr obtener el producto terminado en un menor tiempo, para esto los granos se deben extender sobre bandejas de cedazo fino, este proceso se puede hacer en secadores tipo estufa con circulación natural de aire caliente, en cámaras de flujos de aire forzado. Para el presente centro de acopio se realizara con un túnel de sacado de operaciones semicontinuo a gas.

La temperatura del aire de secado puede estar entre 65-70 grado C, el tiempo de sacado para una carga de 100 kg. Puede oscilar entre 10-19 horas dependiendo del tipo de secador. La humedad final de la pimienta negra debe estar entre 11 y 15%.

#### **7.3.7.6. LIMPIEZA Y CLASIFICACIÓN**

El producto seco trae consigo cascarillas y palillos, además de granos muy pequeños y de poco peso, por lo cual se debe limpiar y clasificar. En su forma más simple, esta operación se puede llevar manualmente o con una criba, donde el producto se separa por tamaño, este método tiene la desventaja de ser muy lento y el producto de segundo grado queda con muchas impurezas. Un sistema más eficiente consiste en una zaranda vibratoria provista además de un ventilador para eliminar la basura, con la cual se pueden obtener dos calidades de pimienta bien diferenciadas.

#### **7.3.7.7. MOLIENDA**

Este proceso se llevara a cabo en casos de que se desee moler la pimienta negra en pepa, este proceso va a depender mucho de la demanda del producto. En caso de que se proceda a moler se realizara utilizando un molino con Tolva de funcionamiento por impacto.

#### **7.3.7.8. EMPAQUE**

Antes de empacar el grano seco se deben realizar los análisis de humedad y porcentaje de grano vano (densidad). Al finalizar estos análisis el producto es empacado en sacos dobles de yute o de polipropileno de 25 kilos. En caso de que se muele la pimienta, este se empaca en bolsas de polietileno de 35 gr.

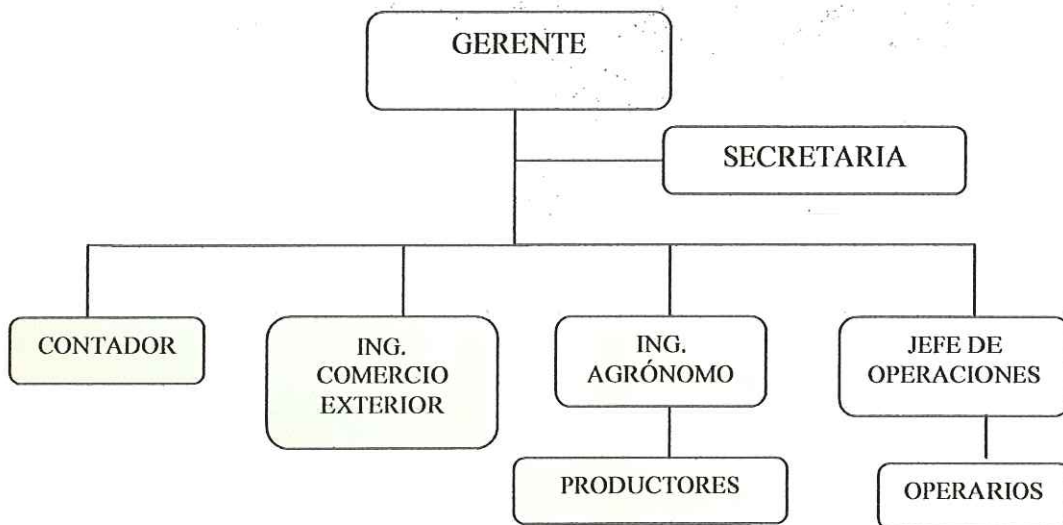
#### **7.3.7.9. ALMACENAJE Y TRANSPORTE**

La pimienta en grano se la puede almacenar en bodega y en sacos juntos con otros productos siempre y cuando no exista demasiada humedad relativa. Esta

debe almacenarse sobre tarimas de madera, separadas 10 cm de las paredes de la bodega. Este lugar de almacenamiento tiene que ser fresco y ventilados, la temperatura interior no debe ser mayor de 25 grado centígrado (preferiblemente temperatura entre 10 y 20 grado centígrado) y la humedad relativa de un 40% aproximadamente.

La bodega se debe fumigar periódicamente con pire - trinas o cualquier otro fumigante permitido por leyes sanitarias. Uno de los insectos que afecta a este tipo de productos secos es la llamada polilla tropical de almacenes. Sin embargo la mayoría de los problemas causados por insectos se originan en el campo, debido a un manejo eficiente del producto. es muy importante realizar un buen manejo post- cosecha para controlar las condiciones del proceso que permitan obtener el grado de calidad deseado.

## 7.4. ORGANIGRAMA



### 7.4.1. MANUAL DE FUNCIONES

#### 7.4.1.1. GERENTE:

Se contará con un gerente que será el representante legal de la empresa y el encargado de delegar funciones y de hacer que se cumplan las normas interna de la misma.

#### **7.4.1.2. CONTADOR**

Se contara con un Contador que será la persona encargada de la parte financiera de la empresa, cuyo objetivo fundamental es de velar por los intereses y la lucratividad de la misma. Y de llevar en regla los libros contables de la empresa.

#### **7.4.1.3. SECRETARIA.-**

Es la persona encargada de realizar oficios y de mantener todo en orden a la empresa.

#### **7.4.1.4. ING. AGRÓNOMO**

Se contara con la asistencia técnica de un ingeniero agrónomo que capacitará a los productores en cuanto a cultivo para así corregir pequeños errores desde el inicio.

#### **7.4.1.5. ING. COMERCIO EXTERIOR**

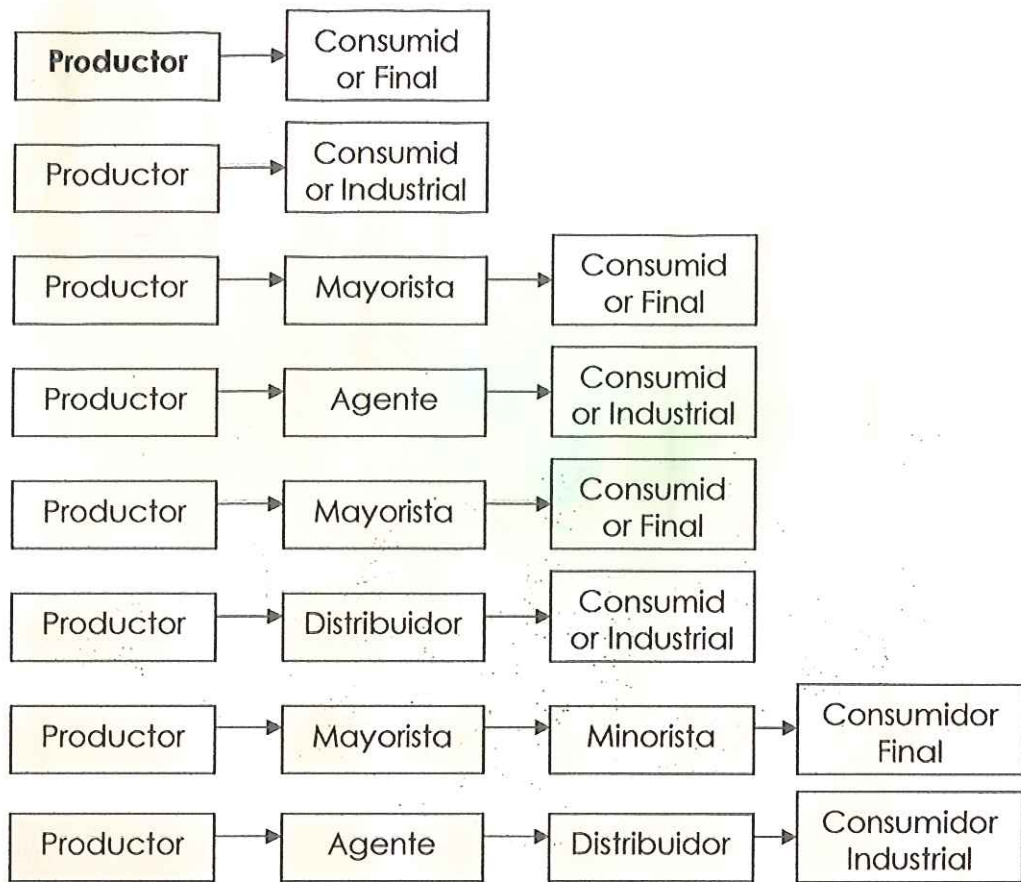
Será la persona encargada de realizar la comercialización interna y externa de la Pimienta Negra, realizará los contactos con las empresas comercializadoras del Ecuador y del exterior. También se encargará de controlar el proceso de calidad del producto, todo cuanto Empaque transporte Y logística.

#### **7.4.1.6. JEFE DE OPERACIONES**

Será la persona encargada de controlar el proceso de transformación de la pimienta negra, así mismo de controlar al personal operativo.

#### **7.4.1.7. OPERARIOS**

Se contratará los servicios de los productores de pimienta negra del cantón Quinde y de zonas aledañas, ellos además de vender el producto a la empresa trabajarán en ella, se los capacitará en diferentes áreas tales como: **CULTIVO, Y ÁREA OPERARIA.**



### 7.4.3. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES DE COMERCIALIZACIÓN

Mejorar la eficiencia técnica –económica mediante la ampliación y refuerzo de La estructura accionaria, administrativa, operativa y comercial

Acceder y mantenerse en el mercado internacional mediante la oferta estable y oportunidad de pimienta en condiciones optima de calidad.

Mejora y diversificar los conocimientos técnicos- agronómicos de los agricultores mediante la ejecución de programas de fomento de cultivo de pimienta negra y racionalmente los recursos naturales y condiciones ecológicas favorables que ofrece la zona.

Mejorar los ingresos reales de los productores mediante su participación como abastecedores de materia prima o como accionista de la empresa.

Generar fuentes de trabajo directo para la población privilegiando la participación y aporte de la mujer.

#### **7.4.4. ANÁLISIS FODA**

##### **7.4.4.1. FORTALEZA**

Se conoce las tecnologías de producción, manejo post cosecha y procesamiento de la pimienta así como aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional.

El área del programa tiene áreas con condiciones agroclimáticas óptimas para el desarrollo del cultivo.

Estrategias para mejorarlas y mantenerlas: establecer alianzas estratégicas entre la planta y los productores de la zona, para el desarrollo conjunto de un programa de fomento, procesamiento y de mercadeo de pimienta que permitan acceder con ventajas a los mercados nacionales e internacionales.

##### **7.4.4.2. OPORTUNIDADES**

La instalación de un centro acopio favorece al productor ya que puede ubicar su producto en la zona y de esta manera puede controlar y mejorar los rendimientos de su población.

El centro de acopio tiene técnicas y procesos para atender los requerimientos del mercado nacional y regional, pimienta- molida y los del mercado internacional en base a productos de mejor calidad.

### 7.4.4.3. DEBILIDADES

El monto de las inversiones iniciales la implantación y fomento del cultivo es alto así como los costos del los créditos disponible

La rentabilidad del centro de acopio, como en la mayoría de los negocios, tiene una alta dependencia del comportamiento de los mercados nacionales e internacionales.

## 7.5. ESTUDIO ECONÓMICO

### 7.5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

- Analizar los factores intervinientes en el proceso de construcción e instalación del centro de acopio, cuantificando los costos de las necesidades para su implementación.
- Determinar el monto de inversión Vs. rendimiento financiero para definir el punto de equilibrio.

### 7.5.2. PRESUPUESTO

#### 7.5.2.1. GASTOS DE MANO INDIRECTA

Cantidad	Mano de obra	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Gerente	700,00	8400,00
1	Contador	500,00	6000,00
1	Secretaria	400,00	4800,00
1	Jefe de planta	500,00	6000,00
1	Ing. Comercio Exterior	800,00	9600,00
1	Ing. agrónomo	800,00	9600,00
3	Guardias	300,00	10800,00
1	Auxiliar de limpieza	250,00	3000,00
	<b>Total</b>		<b>58200,00</b>

### 7.5.2.2. MANO DE OBRA DIRECTA

Cantidad	Mano de obra	Sueldo mensual	Sueldo anual
10	Productores de Pimienta Negra	300,00	3000,00
	<b>Total</b>		<b>15.000,00</b>

### 7.5.2.3. GASTOS DE CONSTRUCCIÓN

Cantidad	Descripción	M 2	Valor
1	Terreno	2000	30.000,00
1	Construcción galpón	750	50.000,00
1	Construcción parqueo	450	18.000,0
1	Cerramiento Perimetral	180	8000,00
1	Descantador	10	1000,00
1	Piscina de oxidación	100	500,00
	<b>Total construcción</b>		<b>107.500,00</b>

#### 7.5.2.4. GASTOS EQUIPO DE OFICINA

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. total
3	computadora	800,00	2400,00
1	fax	500,00	500,00
1	teléfono	120,00	120,00
1	maquina de escribir	500,00	500,00
4	sumadora	50,00	200,00
7	Escritorios	120,00	840,00
7	archivador	90,00	630,00
7	sillas	100,00	700,00
	<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>		<b>5890,00</b>

#### 7.5.2.5. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Detalles	Totales
Honorarios de Abogados	500,00
Constitución Notaria Pública	150,00
Gasto de Tramitación	200,00
Honorarios Ing. civil	800,00
Inscripción Súper. Cías	150,00
Registro Cámara de comercio	100,00
Inscripción Registro Mercantil	100,00
Permisos Municipales, Direc. Salud, Bomberos y otros.	200,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$2.200,00</b>

### 7.5.2.6. EQUIPOS E INSUMOS NECESARIOS

Los equipos mecánicos principales del centro de acopio a consisten en una desgranadora mecánica, una marmita o pailas para el tratamiento de pre-secado, un túnel de secado y un molino en caso de que quiera moler el producto. Podría pensarse en complementar otros equipos con la compra de zaranda para cernir el producto cosechado y en un futuro, en una línea de empaque automática, para la misma no se justifica con los volúmenes planificados.

#### DESCRIPCIÓN DE EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Desgranadora mecánica con tolvo y chasis metálico de 1x1,80m (motor 2HP) Rendimiento 2-3 ton/hora	8.512,00
1	Túnel de secado de operaciones semi continuo a gas rendimiento 3 tonelada/ día (aproximadamente 800 toneladas).	9.856,00
1	Marmita o Paila	1.546,00
1	Molino con tolvo, funcionamiento por impacto( motor 3HP)	3.920,00
1	Zaranda Vibratoria cuadro metálico con ventilador y motor 2HP, capacidad 0,5 Ton/hora.	4.368,0
12	Cilindro para gas	240,00
1	Cosedora de Sacos de yute y de polipropileno	750,00
1	Romana	600,00
	Total compra de Maquinaria	48.706,00

7.5.3. INVERSIÓN TOTAL INICIAL  
Rol de Pagos Mensual

CENTRO ACOPIO QUININDE

MES DE:

AÑO:

DATOS INFORMATIVOS				INGRESOS				EGRESOS		NETO A
Nº	CARGO	DIAS	SUELDO	S.UNIF. A	HORAS EXTRAS	OTROS	TOTAL	APORTE AL	TOTAL	RECIBIR
	AREA ADMINISTRATIVA	TRAB.	UNIFICADO	PAGAR	Nº SUP.50%	Nº EXTR.100%	INGRESOS	IESS	EGRESO	
1	GERENTE	30	700,00	700,00	-	-	700,00	42,08	42,08	657,92
1	CONTADOR	30	500,00	500,00			500,00	28,05	28,05	471,95
1	SECRETARIA	30	400,00	400,00			400,00	23,38	32,73	367,27
1	JEFE DE PLANTA ING EN COMERCIO EXTERIOR	30	500,00	500,00			500,00	23,38	23,38	476,62
1	ING AGRÓNOMO	30	800,00	800,00			800,00	42,08	42,08	757,92
2	GUARDIÁN	30	300,00	900,00			800,00	42,08	42,08	757,92
10	OPERADORES	30	300,00	3000,00			900,00	78,54	78,54	821,46
1	AUXILIAR DE SERVICIOS	30	250,00	250,00			3000,00	203,83	203,83	2796,17
							250,00	20,38	20,38	229,62
							-	-	-	-
							7250,00	503,80	503,80	11185,68
							PATRONAL INGRESOS			
							7904,67			

Como podemos observar en este rol mensual se establece el sueldo menos el aporte personal, y el ingresos que percibiría mensualmente cada empleado, además se considera el valor del aporte patronal que entrega el patrono cada mes.

Aporte Patronal mensual de trabajadores \$ 654,67 7250,00

7904,67

## PARA PAGO AL I.E.S.S.

NOMBRES Y APELLIDOS	SUELDO + H.EXTRAS	APORTE PERSONAL 9,35%	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL
GERENTE	450,00	42,08	54,68	546,76
CONTADOR	300,00	28,05	36,45	364,50
SECRETARIA	250,00	23,38	30,38	303,76
JEFE DE PLANTA	250,00	23,38	30,38	303,76
ING EN COMERCIO EXTERIOR	450,00	42,08	54,68	546,76
ING AGRÓNOMO	450,00	42,08	54,68	546,76
GUARDIÁN	840,00	78,54	102,06	1020,60
OPERADORES	2180,00	203,83	264,87	2648,70
AUXILIAR DE SERVICIOS	218,00	20,38	26,49	264,87
	-	-	-	-
	5.388,00	503,80	654,67	6546,47

### 7.5.4. DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES

#### CENTRO ACOPIO QUININDE RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL

Requerimiento	Valores
Mano de obra	7.904,69
Equipos de oficina	3.720,00
Maquinaria y equipo	48.706,00
Construcción (edificio)	107.500,00
Muebles y enseres	2.170,00
Gastos de constitución	2.200,00
<b>Total</b>	<b>172.200,69</b>

## ANÁLISIS

Para la instalación de un centro de acopio como inversión inicial se necesita **172.200,69**, para el sueldo de trabajadores se toma como referencia un mes de trabajo.

### 7.5.5. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

#### CENTRO ACOPIO QUININDE

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
2.400,00			
3 AÑOS			
10% 240,00			
DEPRECIACIÓN ANUAL 720,00			
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.400,00
1	720,00	720,00	1.680,00
2	720,00	1.440,00	960,00
3	720,00	2.160,00	240,00
	2.160,00		

## CENTRO ACOPIO QUININDE

### MAQUINARIA Y EQUIPOS

48.706,00

10 AÑOS

10% 4.870,60

4.383,54

V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			
1	4.383,54	4.383,54	44.322,46
2	4.383,54	8.767,08	39.938,92
3	4.383,54	13.150,62	35.555,38
4	4.383,54	17.534,16	31.171,84
5	4.383,54	21.917,70	26.788,30
6	4.383,54	26.301,24	22.404,76
7	4.383,54	30.684,78	18.021,22
8	4.383,54	35.068,32	13.637,68
9	4.383,54	39.451,86	9.254,14
10	4.383,54	43.835,40	4.870,60

43.835,40

# CENTRO ACOPIO QUININDE

## EQUIPOS DE OFICINA

1.320,00

10 AÑOS

10% 132,00

118,80

V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			
1	118,80	118,80	1.201,20
2	118,80	237,60	1.082,40
3	118,80	356,40	963,60
4	118,80	475,20	844,80
5	118,80	594,00	726,00
6	118,80	712,80	607,20
7	118,80	831,60	488,40
8	118,80	950,40	369,60
9	118,80	1.069,20	250,80
10	118,80	1.188,00	132,00

1.188,00

## CENTRO ACOPIO QUININDE

### MUEBLES Y ENSERES

2.170,00

10 AÑOS

10% 217,00

195,30

V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			
1	195,30	195,30	1.974,70
2	195,30	390,60	1.779,40
3	195,30	585,90	1.584,10
4	195,30	781,20	1.388,80
5	195,30	976,50	1.193,50
6	195,30	1.171,80	998,20
7	195,30	1.367,10	802,90
8	195,30	1.562,40	607,60
9	195,30	1.757,70	412,30
10	195,30	1.953,00	217,00

1.953,00

## CENTRO ACOPIO QUININDE

EDIFICIO			
		107.500,00	
		20 AÑOS	
		10%	10.750,00
			4.837,50
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			
1	4.837,50	4.837,50	102.662,50
2	4.837,50	9.675,00	97.825,00
3	4.837,50	14.512,50	92.987,50
4	4.837,50	19.350,00	88.150,00
5	4.837,50	24.187,50	83.312,50
6	4.837,50	29.025,00	78.475,00
7	4.837,50	33.862,50	73.637,50
8	4.837,50	38.700,00	68.800,00
9	4.837,50	43.537,50	63.962,50
10	4.837,50	48.375,00	59.125,00
11	4.837,50	53.212,50	54.287,50
12	4.837,50	58.050,00	49.450,00
13	4.837,50	62.887,50	44.612,50
14	4.837,50	67.725,00	39.775,00
15	4.837,50	72.562,50	34.937,50
16	4.837,50	77.400,00	30.100,00
17	4.837,50	82.237,50	25.262,50
18	4.837,50	87.075,00	20.425,00
19	4.837,50	91.912,50	15.587,50
20	4.837,50	96.750,00	10.750,00
	96.750,00		

### 7.5.5.1. RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

#### CENTRO ACOPIO QUININDE RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

NOMBRE DE ACTIVO	DE VIDA ÚTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3	2.400,00	10,00	120,00	240,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	10	4.8706,00	365,30	4.383,54	4.870,60
EQUIPO DE OFICINA	10	1.320,00	9,90	118,80	118,80
MUEBLES Y ENSERES	10	2.170,00	16,29	195,50	217,00
EDIFICIO	20	107.500,00	403,13	4.837,50	10.750,00
TOTAL		162.096,00	804,61	9.655,34	16196,40

#### ANÁLISIS

Como se podrá observar aquí están las depreciaciones de los activos fijos que el negocio utilizará para su operación de acuerdo al tipo de activo, donde se considera un valor residual o de salvamento, y se aplica un valor mensual y anual a ser depreciado, el mismo que aparecerá en los gastos mensuales operativos.

## 7.5.6. OPCIONES DE FINANCIAMIENTO

Se obtuvo información de las siguientes entidades:

- Banco de Austro
- Banco del Fomento
- Banco del Pichincha
- Banco de Guayaquil.
- Corporación Financiera Nacional
- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Programa RETALE
- Banca del Migrante

### 7.5.6.1. BANCO DEL AUSTRO

El Banco del Austro ofrece diferentes tipos de crédito como:

**CRÉDITO COMERCIAL** se tiene dos tipos para la mediana y para la pequeña empresa, con un monto máximo de 50000 y 20000 dólares respectivamente, con un plazo de 36 meses para los dos tipos de crédito, con una tasa efectiva del 12.36% que da la entidad.

**CRÉDITO DE CONSUMO** existen 3 tipos,

- el primero que es de un monto de 500 dólares a 6 meses plazo, con una tasa efectiva del 16.51%.
- El segundo tipo de crédito de consumo es de un monto de 1500 dólares con un plazo de 12 meses y con un interés efectivo del 16.51%.
- Y el tercer caso es de un monto de 3000 dólares a 18 meses plazo y con la tasa de interés efectiva del 16.51%.

### 7.5.6.2. BANCO DEL PICHINCHA

Para los créditos ofrecidos a los microempresarios, la tasa establecida es de 12,05%. A esta se suma una comisión mensual según el monto y el plazo.

### 7.5.6.3. BANCO DE GUAYAQUIL

Ofrecen créditos a microempresarios desde 500 dólares hasta 20000 dólares. El plazo otorgado para capital de trabajo es de 12 meses y para capital de inversión de 24 meses, teniendo la oportunidad de escoger el día de pago que será.

#### **7.5.6.4. CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL**

Corporación Financiera Nacional banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país.

La CFN durante su trayectoria institucional, ha consolidado su actividad crediticia, reiterando el compromiso de continuar sirviendo al sector productivo con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo buscando mejorar y resaltar la gestión empresarial como fuente de competitividad a mediano y largo plazo. Después de esta breve explicación de lo que es la CFN, se detalla a continuación los diferentes tipos de crédito que ofrece:

#### **CRÉDITOS DE PRIMER PISO:**

##### **Crédito Asociativo 5-5-5**

**Destino:** Activo fijo, vinculado con el proyecto del grupo asociativo.

**Beneficiario:** Persona Natural

**Montos:** Desde 500 dólares hasta 5000 dólares.

**Plazos:** Para el caso de activos fijos hasta 5 años, y para el caso de capital de trabajo hasta 2 años.

**Tasas de Interés:** El 5% anual fija, no reajutable.

**Garantía:** Garantías quirografarias solidarias entre los miembros del grupo asociativo.

##### **Crédito Asociativo “Creceer”**

**Destino:** Activo fijo, vinculado con el proyecto del grupo asociativo, capital de trabajo vinculado con el proyecto del grupo.

**Beneficiario:** Persona Natural.

**Monto:** desde 5001 dólares hasta los 20000 dólares.

**Plazos:** En activos fijos hasta 5 años, y en capital de trabajo hasta dos años.

**Tasas de Interés:** Son definidas a la fecha del desembolso de la operación y

Son reajustables.

**Garantía:** Garantías quirografarias solidarias entre los miembros del grupo asociativo.

**Crédito Asociativo “Cultivos Permanentes”**

**Destino:** Activos fijos.

**Beneficiarios:** Persona natural, que demuestre la propiedad del bien en el cual va a realizar la inversión.

**Monto:** Desde los 500 dólares hasta 20000 dólares.

**Plazo:** Hasta 10 años.

**Tasas de interés:** Son definidas a la fecha del desembolso de la operación y son reajustables.

**Garantía:** Garantías quirografarias solidarias entre los miembros del grupo Asociativo, cuando el monto del crédito superen los 10000 dólares, se presentan garantías adicionales, adecuadas y suficientes a satisfacción de la CFN.

## 7.6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Cabe destacar que el proyecto puede generar una serie de impactos positivos y negativos en los diferentes campos (social, cultural, económico y ambiental); los mismos que para una mejor comprensión e interpretación se los analiza sobre la base de una matriz de impactos.

Dicha matriz de impactos, tiene los siguientes indicadores:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay impacto
- 1 Impacto bajo positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

Para determinar el impacto se desarrolló una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impacto de cada indicador para el número de indicadores.

### 7.6.1. IMPACTO SOCIAL-CULTURAL

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
servicios básicos					x		
Educación						x	
Vías de acceso							x
Manejo calidad							x
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

$$\text{Nivel de impacto socio-cultural} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{9}{4} = 2,25$$

La instalación de un centro de acopio y del desarrollo de cultivo de Pimienta Negra en otras zonas de Esmeraldas traería beneficios a la comunidades aledañas estos beneficios pueden identificarse a largo plazo en un aumento poblacional, mejora de servicios básicos y mejoras de caminos. Todos estos beneficios se generan por las nuevas oportunidades de empleo e incremento en el poder adquisitivo de los pobladores de la zona obteniendo un mayor grado de educación por la apertura de escuelas o centro de enseñanza y a la vez poder gozar de un buen servicio médico.

### 7.6.2. IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo							X
estándar de vida							X
Ingresos económicos						X	
Agro- industrial						X	
Precios			X				
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{9}{5} = 1,80$$

El incentivo que representa para los productores la posibilidad de encarar la producción de un nuevo rubro como la Pimienta Negra, que demuestra buenas condiciones de adaptaciones en algunas zonas de Esmeraldas y la apertura de un mercado para la colocación de sus productos a niveles de precio adecuados a las características de calidad y de peso.

Las inversiones para la construcción física de un centro de acopio y para el desarrollo del cultivo en otras zonas de que se ajustan en clima y suelo al

producto generarían plazas para personal profesional y técnicos especializados y empleados para el trabajo de jornalero.

El proyecto introduce incentivo para el fomento y desarrollo del cultivo de Pimienta en base a la aplicación de tecnologías que no afectan a los sueldos y al medio ambiente en general, consecuentemente se crean posibilidades ciertas para el incremento en los agricultores y oportunidades de trabajo para la mano de obra local en los procesos productivos y manejo pos cosecha.

### EFFECTOS SOBRE LOS NEGOCIOS

El efecto en la planta es positivo sobre los negocios ya que fomentará un incremento en la producción del cultivo de Pimienta negra en la región esto significa una mayor demanda en toda clase de insumo en general.

Otro negocio como constructoras de las zonas se verán beneficiadas al prestar de sus servicios para la construcción de las instalaciones, así como también se verá un efecto positivo en los talleres y negocios de las comunidades vecinas.

### 7.6.3. IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del paisaje natural							x
Recolección de basura y residuo sólidos						x	
Aguas servidas						x	
Vías de acceso adecuadas						x	
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>3</b>

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NI} = \frac{9}{4} = 2.25$$

El impacto ecológico que genera es medio positivo. El estudio de impacto ambiental es de vital importancia para la elaboración de todo proyecto que se desea implantar para evitar de esta manera consecuencias de deterioro ambiental provocando de esta manera una decreciente calidad de vida del ser humano. Se considera como impacto ambiental a las modificaciones en fenómenos químicos, físico y biológicos y de procesos dentro de la naturaleza de acción de tipo humano.

En el presente se enfrenta problemas de contaminación de agua aire y suelo por malas prácticas agrícolas y otras labores industriales

### 7.6.3.1. MEDIDAS A ADOPTAR

#### EFICIENCIA ECOLÓGICA

Este concepto se basa en dar un uso adecuado de los recursos y un buen manejo de desechos, es decir trata de ser sostenible tomando en cuenta tres categorías.

Limpieza del proceso

Limpieza del producto

Uso sostenible de recurso

### 7.3. 4. RESUMEN DE IMPACTOS.

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto socio-cultural						x	
Impacto económico						x	
Impacto ambiental						x	
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>

$$\text{Total de Impactos} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NI} = \frac{6,00}{3,00} = 2,16$$

El resultado de estudio de impactos equivale a 2,16 es decir impacto medio positivo.

## CONCLUSIONES

La instalación de un centro de acopio constara con infraestructura maquinarias y equipo, personal adecuado para brindar una pimienta de calidad, en el cantón Quininde será de gran ayuda para los agricultores del sector y de zonas aledañas. Ya que se mejorará la producción y comercialización del producto.

Los productores tendrán a disposición un ing. Agrónomo que se encargará de darles asistencia integral es decir los capacitará en la manera de como deben cultivar el producto.

Los productores venderán su producto a el centro de acopio recibiendo por el un pago justo y además formaran parte de la empresa como operadores, ya que el objetivo fundamental de esta propuesta es de eliminar todo trata con los intermediarios.

En la parte comercial de constara con un Ing. En Comercio Exterior que se encargará de ajustar al producto en cuanto a calidad a los requerimientos del consumidor final además del , empaque, negociación, logística y de buscar nichos de mercado local e internacionalmente.

Para la instalación se hizo un pequeño análisis de costo inicial el presupuesto es de ciento setenta y dos mil doscientos con 69/100 (172.200,69), el cual puede se financiados por organismo financieros ya antes mencionados

## RECOMENDACIONES

- El centro de acopio tiene capacidad extras con el objetivo con el objeto de crecimiento por lo que se debe buscar otras especies para tener para tener el centro de acopio trabajando continuamente y tener mejores beneficios para la empresa.
- Se debe adecuar correctamente la infraestructura con el fin, con el fin de poder empacar otros tipos de producto, con el objetivo de posesionarse en el mercado.
- Los trabajadores del centro de acopio deben de estar al día en los beneficios de la ley para evitar cualquier contratiempo legal para la empresa.
- Tratar de buscar organismo de financiamiento que brinde préstamo con bajos intereses

## GLOSARIO

### **ACCESO A MERCADO**

Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países o grupo de países.

### **ACUERDO COMERCIAL**

Convenio, Tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más países se comprometen a cumplir ciertas acciones para mejorar su intercambio comercial.

### **NORMAS DE ORIGEN**

Son el conjunto de normas y especificaciones con apego a las cuales habrá de calificar el origen (país) de las mercancías transables internacionalmente.

### **PRECIOS DE REFERENCIA**

Fijación por parte de la autoridad gubernamental de un precio a un producto con el objeto de aplicar un arancel.

### **ANÁLISIS:**

Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

### **EFICIENCIA:**

Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo. Se obtiene al relacionar el valor de los resultados respecto al costo de producir esos resultados.

### **ESTRATEGIA:**

En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual

### **LOGÍSTICA:**

Explica el proceso de cómo se han de allegar los recursos necesarios en el lugar, cantidad y tiempo adecuados.

## BIBLIOGRAFÍA

- Términos usuales en el Comercio Internacional  
Primera edición Noviembre 1996 Quito Ecuador
- Manual de Comercio Exterior JOANT CHABERT  
Primera Edición Enero 2001 Edición Gestión.
- Bernal, César Augusto (2006) *Metodología de la Investigación*. México:  
Segunda Edición.
- Ames, Fernando Marín 1999 Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Ed.  
Cultural, S.A pp. Madrid, España Arboleda, Landázuri, M Proyectos,  
Formulación, Evaluación y Control, Evaluación Financiera de Proyectos.
- Leiva Zea, Francisco, "Nociones de Metodología de Investigación  
Científica", Cuarta Edición, Quito-Ecuador, 1999.
- [www. Corpei.com](http://www.corpei.com)
- [www. Productosnotradicionales.com](http://www.Productosnotradicionales.com)
- PROEXANT Promotora de exportación de productos no tradicionales  
1997 manual del cultivo de pimienta negra Quito Ecuador.
- Instituto Interamericano de cooperación no agropecuario 1998 guía para  
la información Y evaluación de proyectos agropecuario acuícola y  
pesquera caracas Venezuela.
- <http://www.usda.gov/EnEspanol/>
- <http://vm.cfsan.fda.gov>
- <http://vm.cfsan.fda.gov/~mow/sinterna.html>

- Ley Orgánica Aduanera
- [www.sica.gov.ec/censo/index.htm](http://www.sica.gov.ec/censo/index.htm)
- <http://www.ipcnet.org/linkthm>
- <http://vm.cfsan.fda.gov/~mow/sinterna.html>
- <http://dataweb.usite.gov/scripts/tariff/0203c09pdf>
- Normas Internacionales
- <http://www.spizes.com/index.esp>
- <http://apps.fao.org/faostat>
- The International Directory of Importers. Edition 2004. Published by INTERDATA.
- <http://apps.fao.org/page/form?collection-production.crops.primary>
- <http://www.ipcnet.org/link.thm>
- [www.sica.gov.ec/agro/precios/index.htm](http://www.sica.gov.ec/agro/precios/index.htm)
- Instituto Nacional Ecuatoriana de Censo
- Información obtenida del censo agropecuario 2008

## ANEXOS 1

### FORMATO DE ENCUESTAS Y ENTREVISTA

#### ENCUESTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE LA PIMIENTA NEGRA

**Sírvase en contestar las siguientes preguntas su ayuda aportara a la realización de esta investigación de tesis**

1.- ¿Ustedes pertenecen a alguna asociación de productores de pimienta negra?

SI

NO

2.) ¿Qué tipo de pimienta cultivan?

Blanca

Negra

Verde

3.) ¿Cuántas hectáreas de pimienta negra tienen cultivada?

---

---

---

4.) ¿Cual es el tiempo de cosecha de la Pimienta Negra?

---

---

---

5.- ¿Utilizan algún proceso técnico después de la Cosecha

---

---

---

6.- ¿Poseen algún centro de acopio para lavado, secado Trillado de la Pimienta Negra?

SI

NO

7.- ¿Cómo realizan la Comercialización de la Pimienta Negra?

▪ Directo consumidor Final

▪ Empresas procesadoras

▪ Intermediarios

8.- ¿Está usted de acuerdo con los ingresos que perciben por la comercialización de la Pimienta Negra?

SI

NO

9.) ¿Qué tipo de empaque utilizan para la comercialización de la Pimienta Negra?

---

---

---

10.) ¿cual es el precio de venta de la pimienta negra?

---

---

---

**Gracias por su colaboración**

## ENTREVISTA A LOS EXPORTADORES DE LA PIMIENTA NEGRA

1.) ¿Qué Clase de pimienta negra exporta?

.....  
.....  
.....

2.-) ¿A que países exportan la pimienta negra y en que Volumen?

.....  
.....  
.....

3.- ¿Las exportaciones las realizan directamente o a través de Intermediario?

.....  
.....  
.....

4.) ¿Qué canales de distribución utilizan para exportar la Pimienta negra?

.....  
.....  
.....

5.- ¿Qué tipos de términos de negociación utilizan para la comercialización de la pimienta negra?

.....  
.....  
.....

6.- ¿Qué tipo de empaque y embalaje utilizan para la pimienta negra?

.....  
.....  
.....

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 2 FUNDACIONES QUE BRINDAN APOYO

La **FUNDACIÓN ATASIM** promueve el desarrollo de los pueblos y comunidades del Ecuador fomentando la realización de proyectos de cooperación

Nuestras cobertura es nacional. La sede matriz está localizada en *Macas*, *Provincia de Morona Santiago* parte de la extensa Región Amazónica.



## **DATOS INFORMATIVOS DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO- ECUADOR**

SITUACION

RECURSOS NATURALES

ACTIVIDADES

ECONOMICAS

VIAS DE COMUNICACIÓN

TURISMO

PERSPECTIVA SOCIOECONÓMICA

### **ANEXO 3 FOTOS DE CULTIVO DE PIMIENTA NEGRA DEL CANTÓN QUININDE**



**ANEXO 4**



**ANEXO 5**



**ANEXO 6**



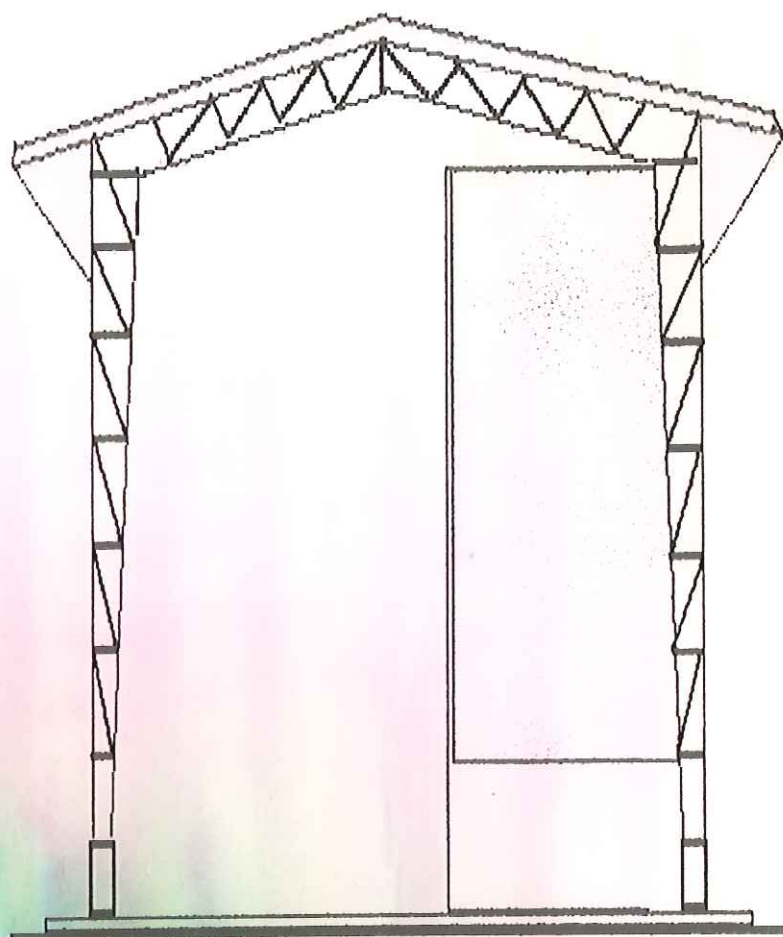
**ANEXO 7**



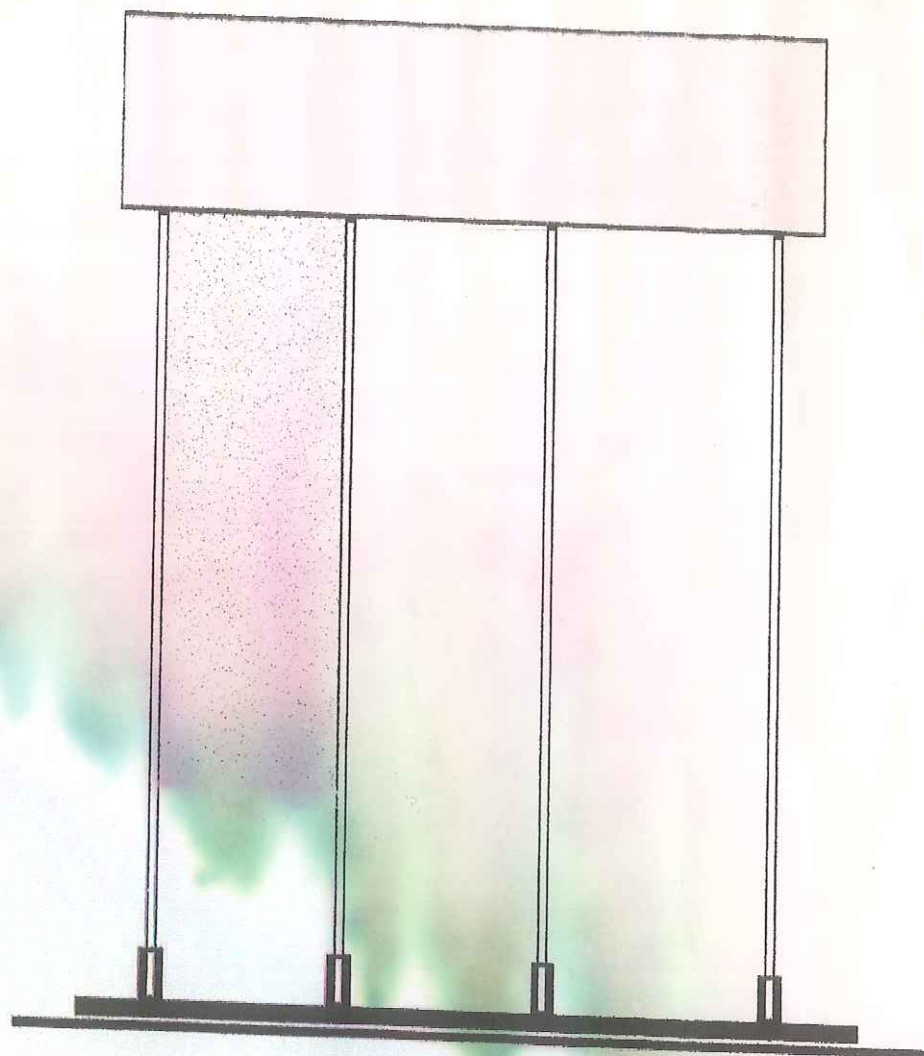
**ANEXO 8**



ANEXO 10



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL IZQUIERDA